

Perspectivas contemporáneas desde la investigación en ciencias sociales

Alma Ruth Rebolledo Mendoza
Martha Luisa Puente Esparza
Martha Moreno Zambrano
Juan Carlos Flores Carrillo



COMPETITIVE
PRESS

económico-administrativo

liderazgo

jurídico-política

pensión y jubilación

ciencias naturales

salud



PERSPECTIVAS CONTEMPORÁNEAS DESDE LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES

- ◆ Alma Ruth Rebolledo Mendoza
- ◆ Martha Luisa Puente Esparza
- ◆ Martha Moreno Zambrano
- ◆ Juan Carlos Flores Carrillo



COMPETITIVE
PRESS

Colegio de Investigadores en Ciencias Sociales

Es una línea editorial de
Competitive Press, S.A. de C.V.

Presidente del Consejo Editorial

C.P. Hugo Gasca Bretón

Directora General

Lic. Marcela Gasca Serrano

Coordinación de Edición: Felipe Ávila Reyes

Diseño de portada: Julio César Quiroz Cruz

DR © 2017 Alma Ruth Rebolledo Mendoza, Martha Luisa Puente Esparza,
Martha Moreno Zambrano y Juan Carlos Flores Carrillo

Las características de la presente edición son propiedad de:

© 2017 **Competitive Press, S.A. de C.V.**

Resina núm. 252, P.B.,
Col. Granjas México,
Delegación Iztacalco,
C.P. 08400, México, CDMX
Tel.: (55) 5242-8900

Primera edición: 2017

ISBN: 978-607-9429-99-7

Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial. Registro No. 3745

Perspectivas contemporáneas desde la investigación en ciencias sociales fue apoyado con recursos PFCE 2017.



Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de esta casa editorial.

Competitive Press, S.A. de C.V., ha diseñado y producido las características editoriales de esta obra. El autor es el responsable del contenido, desarrollo y fidelidad literal de la misma.

Esta obra fue revisada y cuidada en su edición por Casia Creaciones, S.A. de C.V., empresa registrada ante el RENIECYT con número 170436.

INSTITUCIONES PARTICIPANTES

UPIICSA-IPN
ESCA Santo Tomás IPN
Instituto Politécnico Nacional
Universidad Mariana de Pasto Colombia
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Baja California
Universidad Autónoma de Campeche
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca
Universidad Autónoma de Coahuila
Universidad Autónoma de Chihuahua
Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Universidad Autónoma de Zacatecas
Universidad de Colima
Universidad de Guadalajara
Universidad Juárez del Estado de Durango
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad del Valle de Atemajac
Universidad de Quintana Roo
Universidad de Sonora
Universidad de Santo Tomás, Tunja Colombia
Universidad Tecnológica de Aguascalientes
Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Universidad Veracruzana

CUERPO ARBITRAL

| | |
|--|--|
| Dra. Paola Isabel Rodríguez Gutiérrez | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dra. Guadalupe del Carmen Briano Turrent | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dra. Adriana Eugenia Ramos Ávila | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dra. María del Consuelo Ávila Ortega | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtro. Marco Antonio Villa Cerda | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtro. Elfego Ramírez Flores | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dra. Patricia Hernández García | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dra. María del Pilar Pastor Pérez | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dr. Armando Medina Jiménez | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dra. Mónica Hernández Madrigal | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtra. Yadira Palacios Gámez | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dra. Nadia Carolina Rangel Valdivia | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtra. María del Carmen Lira Pérez | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Dr. Miguel Ángel Vega Campos | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtra. Rosa María Torres Pérez | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtra. Martha Inés Villarreal Guzmán | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtro. Marco Iván Vargas Cuellar | Universidad Autónoma de San Luis Potosí |
| Mtra. Martha Angélica de la Rosa Hernández | Universidad Politécnica de San Luis Potosí |
| Dr. Félix Rogelio Flores | Universidad de Colima |
| Dr. Juan Flores Preciado | Universidad de Colima |
| Dra. Susana Berenice Vidrio Barón | Universidad de Colima |
| Dra. María del Rosario de la Torre Cruz | Universidad de Guadalajara |
| Mtra. Yolanda López Santana | Universidad de Guadalajara |
| Dra. Marcela de Guadalupe Pelayo Velázquez | Universidad de Guadalajara |
| Dra. Mónica Araceli Reyes Rodríguez | Universidad de Guadalajara |
| Dra. Martha Sheila Gómez González | Universidad de Guadalajara |
| Dra. Sandra Eloína Campos López | Universidad de Guadalajara |
| Mtro. Diego Fabián Hernández Ruiz | Universidad de Santo Tomás |
| Mtro. Dietter Edgardo Numpaque A. | Universidad de Santo Tomás |

ACERCA DE LOS AUTORES



Alma Ruth Rebolledo Mendoza

Licenciada en Administración de empresas turísticas por el Instituto Tecnológico de Colima. Maestría en Ciencias en el área de alta dirección por la Universidad de Colima. Doctorado en Gobernabilidad y Gestión Pública por la Universidad de Baja California, con una antigüedad de 21 años en la institución adscrita a la Escuela de Mercadotecnia de la Universidad de Colima. Autora de capítulos de libros, artículos nacionales e internacionales y miembro del Cuerpo Académico Consolidado UCOL-Ca 59.



Martha Luisa Puente Esparza

Profesora investigadora de tiempo completo Nivel VI. Contador Público. Maestría en Fiscal en la Facultad de Contabilidad de la Universidad de Guanajuato. Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí en el Programa Interinstitucional (Querétaro, Colima, San Luis Potosí, Aguascalientes,

Regresar a portadilla

Zacatecas, Durango). Fue coordinadora de la maestría en Administración de Impuestos en el Posgrado de la FCA. Docente desde 1993 en la FCA-UASLP a nivel licenciatura y en posgrado. Ahora participa en los seminarios de investigación. Líder del Cuerpo Académico Estudios Organizacionales. Las líneas de investigación: impuestos, contabilidad, administración, laboral, seguridad social.



Martha Moreno Zambrano

Doctora en Educación Ph. D. por la Universidad de Baja California. Maestra en Administración y Gestión Regional por la Universidad de Guadalajara (UdeG). Licenciada en Contaduría Pública por la UdeG. Actualmente coordinadora de docencia del Centro Universitario de la Costa Sur de la UdeG y profesora de asignatura “B” adscrita a los departamentos de Estudios Jurídicos y Contaduría Pública imparte las cátedras: Derecho de la Seguridad Social, Introducción a la Ingeniería Económica y Seminario de APTO Negocios II en el Centro Universitario de la Costa Sur de la UdeG. Secretaria de la Academia de Derecho Social. Miembro la Red de Investigación en Competitividad, Innovación y Desarrollo Sustentable y miembro fundador de la Asociación de Mujeres Académicas de la Universidad de Guadalajara; martha.moreno@cucsur.udg.mx



Juan Carlos Flores Carrillo

Licenciado en Comunicación Social y maestro en Administración por la Universidad de Colima. Obtuvo un doctorado en Gestión Pública y Políticas Sociales por la Universidad de Baja California.

Profesor de periodismo, publicidad, mercadotecnia y relaciones públicas en la Universidad Vizcaya de las Américas. Imparte diversas materias sobre periodismo y relaciones públicas en la Universidad de Colima desde el 2015. Es premio México de Periodismo 2014 por la Federación de Asociaciones de Periodistas Mexicanos (Feparmex) en la categoría de mejor noticia. Ha publicado artículos científicos en publicidad y periodismo y es autor de varios libros en administración y relaciones públicas. Es periodista desde el 2003 de varios de los principales medios escritos y digitales de Colima, entre ellos del periódico nacional *La Jornada*, de cual es corresponsal desde 2010.

CONTENIDO

| | |
|--------------------|------|
| SIGLAS | XV |
| INTRODUCCIÓN | XVII |

PARTE I

| | |
|--|---|
| LOS PARADIGMAS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN MÉXICO .. | 1 |
|--|---|

CAPÍTULO 1

| | |
|--|---|
| LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ESTATALES PARA EL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO | 3 |
| Virginia Guadalupe López Torres Luis Ramón Moreno Moreno Juan Antonio Meza Fregoso | |

CAPÍTULO 2

| | |
|---|----|
| JERARQUIZACIÓN DE LAS NECESIDADES INSATISFECHAS EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS. | 21 |
| Rubén Macías Acosta Manuel Díaz Flores Roberto González Acolt | |

CAPÍTULO 3

| | |
|--|----|
| LA MATERNIDAD SUBROGADA. UNA CRÍTICA A LA INICIATIVA DE LEY DE MATERNIDAD SUBROGADA DEL DISTRITO FEDERAL | 39 |
| Gabriela Albertina Serrano Heredia | |

CAPÍTULO 4

| | |
|--|----|
| LA PENSIÓN Y JUBILACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS, IMPACTAN PARA LA REFORMA DE LA UMSNH | 53 |
| Jaqueline Toscano Galeana Norma Laura Godínez Reyes | |

PARTE II**LA HEURÍSTICA EMPRESARIAL Y PUBLICITARIA 65****CAPÍTULO 5**

| | |
|---|----|
| ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL EFECTO TERRITORIO EN LOS RATIOS EMPRESARIALES DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN ENCLAVES DE INTERIOR DE ESPAÑA Y MÉXICO | 67 |
| María de los Ángeles Zárate Loyola Francisco Javier Jimeno de la Maza Mercedes Redondo Cristóbal | |

CAPÍTULO 6

| | |
|--|----|
| LA ASIMETRÍA DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y EL FINANCIAMIENTO, ESTUDIO EXPLORATORIO EN LA MIPYME | 85 |
| Luis Octavio Ríos Silva Sergio Iván Ramírez Cacho María Sánchez Losoya | |

CAPÍTULO 7

| | |
|---|----|
| MODELO DE PRONÓSTICOS COMO INNOVACIÓN EN EL CONTROL DE LA PRODUCCIÓN EN UNA EMPRESA MANUFACTURERA | 99 |
| Armando Medina Jiménez Héctor Abdiel Pecina Leyva | |

CAPÍTULO 8

| | |
|--|-----|
| PERCEPCIÓN DE LA AUDIENCIA ANTE EL CAMBIO DE IMAGEN CORPORATIVA Y PROGRAMACIÓN DE LA XERL, RADIO PIONERA DE COLIMA, MÉXICO | 115 |
| Teresa Alejandra Ceballos Ibáñez Marina Vázquez Guerrero Italia Alejandra Lozano Valenzuela | |

CAPÍTULO 9

| | |
|---|-----|
| BRANDCHILD: LOS JÓVENES Y SU RELACIÓN CON LOS TELÉFONOS INTELIGENTES EN COLIMA. | 131 |
| Marco Antonio Barajas Figueroa Karla Alejandra González López Mariana Guadalupe Pelayo Zepeda | |

CAPÍTULO 10

| | |
|---|-----|
| LA GESTIÓN CONTABLE, UNA HERRAMIENTA PARA EL JUSTO CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA Y EL CONTROL FINANCIERO EN LAS PYMES DE AGUASCALIENTES | 147 |
| Virginia Guzmán Díaz de León Miguel Ángel Oropeza Tagle María del Carmen Bautista Sánchez | |

PARTE III

| | |
|-----------------------------|-----|
| LIDERAZGO Y SALUD | 163 |
|-----------------------------|-----|

CAPÍTULO 11

| | |
|--|-----|
| EL LIDERAZGO ÉTICO EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN VILLA JUÁREZ, SONORA. | 165 |
| Rosa María Rincón Ornelas Francisco Espinoza Morales Lidia Amalia Zallas Esquer | |

CAPÍTULO 12

| | |
|---|-----|
| GALLETA DE SOYA (<i>GLYCINE MAX</i>) Y COCO (<i>COCOS NUCIFERA</i>) COMO FUENTE DE PROTEÍNA Y FIBRA. . . | 177 |
| Mario Alonso Fuentes Pérez Juan Alberto Rodríguez Morales Jorge Reyes Reyes | |

Regresar al contenido

SIGLAS

| | |
|---------|--|
| ASERCA | Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios |
| ANUIES | Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior |
| Coneval | Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social |
| CPNSNH | Colegio Primitivo y Nacional de San Nicolás de Hidalgo |
| DCA | Diseño Completamente al Azar |
| DOF | Diario Oficial de la Federación |
| FCCA | Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas |
| FIV | Fecundación in vitro |
| GEI | Índice Global de Emprendimiento, por sus siglas en inglés |
| GEM | Global Entrepreneurship Monitor |
| IED | Inversión extranjera directa |
| IES | Instituciones de educación superior |
| IMSS | Instituto Mexicano del Seguro Social |
| IMCP | Instituto Mexicano de Contadores Públicos |
| Inadem | Instituto Nacional del Emprendedor |
| ISR | Impuesto sobre la renta |
| INEGI | Instituto Nacional de Estadística y Geografía |
| LGDS | Ley de General de Desarrollo Social |
| LISSSTE | Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado |
| NIF | Normas de Información Financiera |
| OIT | Organización Internacional del Trabajo |
| PIB | Producto Interno Bruto |
| PND | Plan Nacional de Desarrollo |
| PTU | Participación de los trabajadores en las utilidades |
| Pymes | Pequeñas y medianas empresas |
| SEDEC | Secretaría de Desarrollo Económico |
| SEP | Secretaría de Educación Pública |
| SIAP | Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera |

| | |
|-------|--|
| TLCAN | Tratado de Libre Comercio de América del Norte |
| UMSNH | Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo |
| UNAM | Universidad Nacional Autónoma de México |
| SCJN | Suprema Corte de Justicia de la Nación |

INTRODUCCIÓN

Este libro forma parte de una serie de documentos que componen el legajo de investigaciones orientadas y aplicadas en las ciencias sociales, especialmente al área económico-administrativa, jurídico-político y liderazgo, así como en ciencias naturales, las cuales han sido elaboradas por investigadores adscritos en prestigiosas universidades nacionales y extranjeras.

Cada uno de estos capítulos han sido revisados en doble ciego por un consejo arbitral, conformado por investigadores expertos en el área de estudio.

Por lo que el presente ejemplar está dividido en tres partes, la primer orientada a los paradigmas de la administración pública en México, con documentos orientados a las políticas públicas, a la maternidad subrogada, así como pensión y jubilación.

En la segunda parte, la heurística empresarial y publicitaria los escritos versa sobre la actividad turística, la información financiera de las Mipymes, así como el cambio de imagen corporativa y programación de XERL y los Brand child.

La tercera parte liderazgo y salud, los documentos tratan del liderazgo ético en las instituciones educativas, galleta de soya como fuente de proteína y fibra.

Estamos seguros de que, con la publicación de este material, los académicos, jóvenes investigadores, estudiantes de licenciatura y posgrado podrán encontrar información relevante que oriente a nuestra comunidad a construir un mejor país.

Dra. Alma Ruth Rebolledo Mendoza

PARTE I

LOS PARADIGMAS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN MÉXICO

CAPÍTULO 1

- Las políticas públicas estatales para el emprendimiento en México

CAPÍTULO 2

- Jerarquización de las necesidades insatisfechas en el diseño de políticas públicas

CAPÍTULO 3

- La maternidad subrogada. Una crítica a la iniciativa de ley de maternidad subrogada del Distrito Federal

CAPÍTULO 4

- La pensión y jubilación de las universidades públicas, impactan para la reforma de la UMSNH

CAPÍTULO 1

LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ESTATALES PARA EL EMPENDIMIENTO EN MÉXICO

Virginia Guadalupe López Torres¹
Luis Ramón Moreno Moreno²
Juan Antonio Meza Fregoso³

Resumen

En el presente trabajo se realiza un inventario de las políticas públicas diseñadas y aplicadas por los gobiernos de las 32 entidades federativas de México sobre la temática de emprendimiento durante el periodo de 2012-2015. Específicamente, se busca determinar la presencia o ausencia de políticas en forma de leyes y reglamentos, financiamiento y fondos, programas, dependencias exclusivas y especializadas e infraestructura de creación, apoyo y fomento a la creación de nuevas empresas. Dicha presencia se califica con valores numéricos en una escala que va de un valor máximo de siete y un mínimo de cero. En ese sentido, destaca el estado de Puebla con una calificación nula y las entidades de Baja California, Morelos y Yucatán con un puntaje de cinco sobre siete. En general, y teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se infiere que la temática de emprendimiento no es un tema urgente en la agenda pública de los gobiernos estatales al no diseñar e instrumentar políticas públicas para tal fin.

Palabras clave: emprendimiento, políticas públicas, entidad federativa, INADEM.

¹ Profesora investigadora de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, adscrito a la Universidad Autónoma de Baja California. vglopeztorres@gmail.com

² Profesor investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas y de la Facultad de Contaduría y Administración, adscrito a la Universidad Autónoma de Baja California. nomarsiul@gmail.com

³ Profesor investigador de la Facultad de Ciencias Administrativas y de la Facultad de Contaduría y Administración, adscrito a la Universidad Autónoma de Baja California. ing_juanmeza@live.com

Abstract

In the present work an inventory of the public policies designed and applied by the governments of the 32 federative entities of Mexico on the subject of entrepreneurship during the period of 2012-2015 is realized. Specifically, it seeks to determine the presence or absence of policies in the form of laws and regulations, financing and funds, programs, exclusive and specialized agencies and infrastructure to create, support and encourage the creation of new businesses. This presence is rated with numerical values on a scale ranging from a maximum of seven and a minimum of zero. In that sense, the state of Puebla stands out with a null rating and the entities of Baja California, Morelos and Yucatan with a score of five out of seven. In general, and taking into account the results obtained, it is inferred that the issue of entrepreneurship is not an urgent issue in the public agenda of state governments by not designing and implementing public policies for this purpose.

Keywords: *entrepreneurship, public policies, federative entity, INADEM.*

Introducción

Los desafíos actuales y el modelo económico de la globalización demandan una elevada capacidad emprendedora, hecho que desencadena el origen de un nuevo paradigma que, al mismo tiempo, es complementario y yuxtapuesto, manifestado a través de la competitividad que a su vez fomenta la economía del emprendimiento, misma que ensalza virtudes como la creatividad, proactividad y motivación, todas ellas básicas para el progreso (Santos, de la O y Guzmán, 2013).

En la economía del emprendimiento, el papel de los emprendedores es clave dado que contribuyen al surgimiento de empresas innovadoras, que crean bienes y servicios propiciando la generación de un mayor valor añadido para impulsar el proceso de crecimiento económico (Santos, de la O y Guzmán, 2013). Para Sánchez y Pérez (2015), el emprendimiento es un término poliédrico que lleva implícito un dinamismo, una generación de ideas y una búsqueda de efectos beneficiosos sobre el conjunto de la economía y de la sociedad. Actualmente, el emprendimiento es un soporte integral y sinérgico, que involucra a una serie de actores, destacando el papel del gobierno (local, regional y nacional), por su responsabilidad al diseñar e instrumentar políticas públicas socioeconómicas y de emprendimiento como factor natural en sus agendas, a fin de brindar las condiciones necesarias para que éste sea un tema protagónico (Salinas y Osorio, 2012).

A pesar de lo anterior, en México el tema del emprendimiento documentado en acciones de políticas públicas es incipiente, e incluso no aparece en

el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018. A lo anterior habría que agregar que, según los resultados para el periodo 2008-2015 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en relación con la variable de *políticas y apoyo gubernamental* se tiene una puntuación promedio de 3.2 sobre un total de 5.

Este escenario, sin duda requiere de cambios que permitan dinamizar la economía; en tal sentido, Murillo y Santillán (2015), apoyados en Formichella (2002), señalan que el emprendimiento como tendencia colabora de forma beneficiosa en el desarrollo de productos y comunidades, mediante la creación de empresas, generación de autoempleo y fortalecimiento de las empresas existentes. De acuerdo a Toca (2010), el emprendimiento resulta ser una de las fórmulas adoptadas para enfrentar las épocas de crisis, de cambio y de incertidumbre a las que se someten las distintas sociedades.

Por otra parte, Ács, Szerb y Autio (2016) crearon el Índice Global de Emprendimiento (GEI, por sus siglas en inglés), mismo que proporciona una visión detallada de la salud de las naciones respecto a su ecosistema empresarial; estos autores desarrollaron un índice compuesto que en sí es una herramienta que permite a tomadores de decisiones comprender las fortalezas y debilidades que presentan sus países, con el fin de que puedan poner en práctica políticas que fomenten el emprendimiento productivo. Cabe mencionar que el índice está diseñado para ayudar a los gobiernos a aprovechar el poder del espíritu empresarial para el desarrollo económico sostenible.

El GEI se construye a partir de 14 pilares, agrupados en tres subíndices denominados 3As (véase tabla 1): *Entrepreneurial Attitudes Pillars* (ATT), *Entrepreneurial Abilities Pillars* (ABT) y *Entrepreneurial Aspirations Pillars* (ASP). El GEI reconoce que, para operar, los empresarios requieren de ciertas condiciones, entre las cuales se destaca el apoyo de las instituciones gubernamentales mediante la creación de regulaciones flexibles, así como también hacer cumplir el estado de derecho (Ács, Szerb y Autio, 2016).

TABLA 1. PILARES DEL GEI POR SUBÍNDICES

| Pilares de actitudes empresariales (ATT) | Pilares de habilidades empresariales (ABT) | Pilares de aspiraciones empresariales (ASP) |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Percepción de oportunidades. • <i>Startup</i> habilidades. • Aceptación de riesgos. • Redes. • Apoyo cultural. | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Startup</i> oportunidad. • Absorción de tecnología. • Capital humano. • Competencia. | <ul style="list-style-type: none"> • Innovación de producto. • Innovación de proceso. • Crecimiento alto. • Internacionalización. • Capital de riesgo. |

Fuente: Elaboración propia con información de Ács, Szerb y Autio (2016).

Los resultados del GEI 2016 (véase tabla 2), documentan que México se ubica en la posición 87⁴ (de un total de 132 naciones), cuyos resultados muestran que el ecosistema empresarial del país cuenta con fortalezas respecto a la percepción de oportunidades, redes, oportunidad de inicio e innovación de producto, pero el ecosistema presenta deficiencias en cuanto a la absorción de tecnología, internacionalización, capital humano, rápido crecimiento y apoyo cultural (Ács, Szerb y Autio, 2016).

TABLA 2. MÉXICO EN EL GEI 2016

| GEI posición | ATT | ABT | ASP | GEI |
|--------------|------|------|------|------|
| 87 | 40.8 | 20.8 | 21.3 | 27.6 |

Fuente: Ács, Szerb y Autio (2016, p. 56).

A nivel país, México cuenta con políticas federales claras para el emprendimiento, y le corresponde al Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem) instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores, particularmente administrando el Fondo Nacional del Emprendedor, mismo que cuenta con diversas categorías y un amplio abanico de convocatorias que permitirían a los emprendedores del país solicitar apoyos para crear, fortalecer y hacer más competitivas a sus empresas; sin embargo, como lo señalan el GEI y el GEM, estas políticas públicas son insuficientes para impulsar el desarrollo de emprendimientos.

Asimismo, consideran que estos instrumentos basan sus estudios en datos nacionales y, por ende, valdría la pena determinar si los gobiernos estatales cuentan con políticas que coadyuven con las estrategias federales en la materia que permitan propiciar mayores y mejores emprendimientos.

En este sentido, la pregunta guía del estudio es acerca de si ¿los 32 estados del país aplican políticas públicas para impulsar acciones de emprendimiento?, es decir, el objetivo es determinar si las entidades federativas tienen en funcionamiento políticas para tal fin, y de ser así, caracterizarlas y calificarlas como medio para valorar la importancia que tiene en la praxis y/o agenda pública el tema del emprendimiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, el trabajo está integrado por cinco apartados, donde el primero de ellos lo conforma la presente introducción, seguida en un segundo momento por el marco teórico que presenta distintas concepciones referidos a esta temática y se aborda el ecosistema emprendedor;

⁴ Trece países de la región de América Latina y el Caribe están mejor posicionados que México. Chile es el país mejor valorado, se ubica a nivel global en la posición 16.

posteriormente, se define el método indicando cómo se obtuvo la información y cómo se calificó. Luego se ilustran los resultados resaltando la agrupación de las entidades federativas de acuerdo a sus calificaciones y, por último, se emiten conclusiones destacando los principales hallazgos.

Revisión de la literatura

Martínez y Larrambeberé (2015) hacen referencia a la Estrategia Europea del Empleo de 1997 como un primer intento de coordinación de políticas de empleo a nivel comunitario, donde las instituciones promovieron el espíritu de empresa y el emprendimiento como medidas de creación de empleo y crecimiento económico.

Es importante señalar que el emprendimiento, entendido como la creación de empresas, puede explicarse a partir de diversos enfoques, partiendo de aquellos que le atribuyen las características individuales y las motivaciones de los empresarios, hasta las que lo asocian con el ambiente macroeconómico y la situación del mercado laboral (Ramírez, Bernal y Fuentes, 2013).

Pérez (2014, p. 129) señala que “no existe una clara diferenciación entre los conceptos de emprendimiento y de autoempleo”, y aunque hay un cruce fenomenológico responden a conceptos distintos. Asimismo, indica que el emprendimiento surge de un deseo de crear una estructura que genere valor a todos los involucrados (*stakeholders*) desde los propietarios, clientes, proveedores, empleados y comunidad. Puntualizando que el emprendimiento es “la intención y puesta en marcha de una aventura empresarial cuyos objetivos primordiales son la aportación de valor añadido y el crecimiento” (Pérez, 2014, p. 132).

Tarapuez, Osorio y Botero (2013) citan a Kantis *et al.* (2002) para argumentar que el emprendimiento debe abordarse a través de una política integral conformada por un conjunto de estrategias que atienda a cada uno de los factores que influyen sobre las diferentes etapas del proceso emprendedor, con una estrecha coordinación entre programas, entidades nacionales y locales que participan en la ejecución.

Toca (2010, p. 44) cita a Urbano y Veciana (2001) para ilustrar que los grupos de condicionantes institucionales para la creación de empresa son las “medidas gubernamentales generales (normas y legislación) y específicas (incentivos fiscales y trámites administrativos); programas de asistencia (asesoría, formación, etc.) a nuevos empresarios en proceso de creación de empresa; y apoyo económico (créditos, capital semilla) para el lanzamiento de la nueva empresa”.

Soto-Rodríguez (2014) cita a Pinto (2005), Stevenson y Lundström (2002) y Glovatskaia, Lazurenko y Neshitói (2003) para señalar que la creación de una economía empresarial requiere de construir políticas públicas:

regulatorias, legislativas y fiscales, con el fin de reducir la excesiva burocracia gubernamental y fomentar una cultura empresarial en la sociedad y eliminar las barreras administrativas, como licencias, permisos, certificaciones, y el sistema de impuestos; los cuales, entre otros factores, limitan el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes).

En adición, Sarfati (2013) ilustra que las políticas públicas para el emprendimiento se pueden clasificar como políticas de regulación y políticas de estímulo, en específico señala que las políticas regulatorias que afectan el espíritu empresarial son:

- Reglas de entrada y de salida de negocios.
- Reglas laborales y sociales.
- Normas de propiedad.
- Reglas fiscales.
- Normas de propiedad intelectual.
- Derecho de liquidación.
- Reglas que afectan a la liquidez y la disponibilidad de capital (incluyendo las tasas de interés y el acceso al financiamiento).

Asimismo, el autor establece que las políticas de estímulo están relacionadas con acciones que promuevan directamente la actividad empresarial. Estas actividades se pueden clasificar como:

- Promoción de la cultura y la educación empresarial.
- Desarrollo de incubadoras y capital de riesgo.
- Programas que promueven la innovación (investigación y desarrollo).
- Programa de fomento de la internacionalización (Sarfati, 2013).

Siguiendo a Ramírez, Bernal y Fuentes (2013), se ilustra que el avance económico de las entidades federativas condiciona su estructura empresarial y su capacidad de emprendimiento; lo que implica que a un mayor nivel de desarrollo le corresponde una estructura empresarial con pequeñas empresas de escalas relativamente más grandes, compatible con mejores capacidades empresariales, y una disminución de emprendimientos de autoempleo. Ello significa que el entorno favorece la creación de empresas en determinadas regiones y ciudades, por ejemplo, a través de políticas de apoyo a la iniciativa emprendedora, Barcelona es considerada foco emprendedor por el entorno, infraestructuras, instituciones y cultura emprendedora que dan impulso a las nuevas iniciativas empresariales (Valls, Castillo y Bernardo, 2009, citados por Buil y Rocafort, 2016).

Algunos aspectos están más claramente asociados con el emprendimiento, donde el papel del gobierno es importante y que pueden abonar

al fortalecimiento del sector empresarial son el mejoramiento de las regulaciones y procedimientos para abrir negocios; el fortalecimiento en el procesamiento y gestión de trámites empresariales; la eficiencia en recaudación que impliquen reducciones de costos de transacción en cuestiones fiscales para las empresas (Ramírez, Bernal y Fuentes, 2013). Pero debe reconocerse que en las economías emergentes y los países menos desarrollados, la situación económica débil y la falta de oportunidades de empleo estimulan la iniciativa empresarial por necesidad, hecho que redundante a la creación de nuevas empresas o por cuenta propia. Esta forma de espíritu empresarial a menudo se produce a pesar de las barreras de infraestructura importantes, hecho que constituye una manifestación de supervivencia económica (Voelker, 2012).

Como se ha señalado, la revisión de literatura ilustra que las políticas públicas pueden impulsar o inhibir los emprendimientos, por tal motivo, el estudio se enfoca en analizar las políticas públicas estatales emitidas en la forma de leyes (incluido su reglamento, el cual hace operativa la ley) financiamiento y fondos, programas, dependencias exclusivas y especializadas de soporte e infraestructura (Gallegos, Grandet y Ramírez, 2014; Ács, Szerb y Autio, 2016). A continuación se definen las variables de estudio:

- *La legislación*: se refiere al marco regulatorio e institucional en el que se desarrollan las actividades empresariales; resulta de esencial importancia para impulsar la mejora de la productividad y el aprovechamiento de los recursos, por lo que es clave que desde las administraciones públicas se potencie y facilite la iniciativa emprendedora, especialmente en la coyuntura económica actual (Sánchez y Pérez, 2015).
- *El financiamiento* es una de las principales causas de controversia, ciertamente las instituciones financieras están sometidas a regulaciones de riesgo que limitan la posibilidad de ofrecer créditos a iniciativas que no hayan demostrado su capacidad de pago. Empero los gobiernos pueden diversificar la oferta de fuentes de recursos disponibles para emprendedores por medio de regulaciones que promuevan e incentivan la oferta de microcréditos de entidades financieras públicas y privadas, con requisitos más flexibles y montos reducidos (Penfold y Vidal, 2011).
- *Los programas* son recursos que ayudan a los emprendedores a desarrollar sus negocios por medio de asesoría, acceso a financiamiento, planeación, entre otros. Su influencia es importante, pues muchos emprendedores desconocen información relevante en temas como mercados, estructura de industria, contactos entre otros (Penfold y Vidal, 2011).
- *Dependencias exclusivas y especializadas*, las cuales acompañan al emprendedor a fin de agilizar entre otros los trámites administrativos requeridos para crear empresas. Iniciativas como el establecimiento de ventanillas únicas han sido impulsadas desde instancias estatales hasta gobiernos

regionales y locales con el fin de facilitar al emprendedor el cumplimiento de todos los requisitos formales para la creación de su empresa (Penfold y Vidal, 2011).

- *Infraestructura*: los gobiernos tienen la posibilidad de crear espacios especializados para emprendedores, donde pueden tener puntos de encuentro por ejemplo con proveedores de este tipo de servicios o incluso incorporarlos como servicios a la ciudadanía en las oficinas gubernamentales relacionadas con el fomento empresarial (Penfold y Vidal, 2011).

Método

El abordaje metodológico de este trabajo incluye un diseño documental descriptivo. El primero es de carácter bibliográfico mediante el análisis de literatura específica sobre la temática de emprendimiento. Para acceder a la información se revisaron los sitios web de los 32 estados que conforman México, así como también de las dependencias estatales responsables del desarrollo económico, de los congresos estatales y de los respectivos periódicos oficiales. La revisión se enfocó en conocer la existencia de políticas públicas estatales con el objetivo de desarrollar el emprendimiento.

Como no es factible valorar la efectividad de las políticas públicas sólo se valora su presencia con 1 y su ausencia con un 0, siguiendo a Riascos (2005), quien establece que la construcción de variables *dummy* es llevada a cabo mediante el uso del sistema binario: la presencia de un atributo o cualidad implica que cada observación tomará valores equivalentes a 1 y, en caso de ausencia, cada evento adoptará valores iguales a 0. Las variables *dummy* son variables cualitativas, dicotómicas.

Las fuentes de información consultadas permitieron la medición con escala dicotómica de presencia o ausencia. Particularmente, se valora la existencia o ausencia de:

- A. Legislación y su reglamento (2 puntos).
- B. Financiamiento y fondos (2 puntos).
- C. Programas (1 punto).
- D. Dependencias exclusivas y especializadas.
- E. Infraestructura.

Se otorga un punto por la presencia de cada indicador de forma tal que la suma de todos ellos determina un puntaje máximo de 7.

Obtenidos los resultados se buscó validar la escala a través de la validez de criterio. Para ello se buscó identificar si la calificación obtenida para políticas públicas para el emprendimiento se relaciona con variables económicas de empleo como salario y tasa de asegurados (según registros del Instituto

Mexicano del Seguro Social [IMSS]), desocupación, unidades económicas, Producto Interno Bruto (PIB) per cápita, e informalidad (de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]). Por medio del coeficiente de correlación de Pearson y usando SPSS se identificó la posible relación.

Resultados

Los hallazgos encontrados son diversos, y van desde los estados que no tienen políticas públicas propias y actúan sólo como intermediarios entre los programas y dependencias federales y los ciudadanos, hasta aquellos que cuentan con cuatro de las políticas estudiadas (véase tabla 3). Se destaca el caso de Puebla, cuyos esfuerzos se limitan a una iniciativa de Ley de Promoción e Impulso a la Juventud Emprendedora del Estado, misma que se presentó el 11 de julio de 2013.

TABLA 3. CALIFICACIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS ESTATALES EN LAS ENTIDADES DE MÉXICO

| Estado | Identificador | Calificaciones | | | | | Calificación total |
|---------------------|---------------|----------------|---|---|---|---|--------------------|
| | | A | B | C | D | E | |
| Aguascalientes | AS | | 1 | 1 | | | 2 |
| Baja California | BC | 2 | 2 | 1 | | | 5 |
| Baja California Sur | BS | | | 1 | | | 1 |
| Campeche | CC | | 2 | 1 | | | 3 |
| Chiapas | CS | | 2 | 1 | | | 3 |
| Chihuahua | CH | 1 | | | | | 1 |
| Coahuila | CL | 1 | | | | | 1 |
| Colima | CM | 2 | | | | | 2 |
| Distrito Federal | DF | 1 | | 1 | | | 2 |
| Durango | DG | 1 | | | | | 1 |
| Estado de México | GT | | 2 | 1 | 1 | | 4 |
| Guanajuato | GR | 1 | 2 | 1 | | | 4 |
| Guerrero | HG | | 1 | 1 | | | 2 |
| Hidalgo | JC | 1 | 2 | 1 | | | 4 |
| Jalisco | MC | 1 | 1 | 1 | 1 | | 4 |
| Michoacán | MN | 1 | | | | | 1 |



→ Continúa (Tabla...)

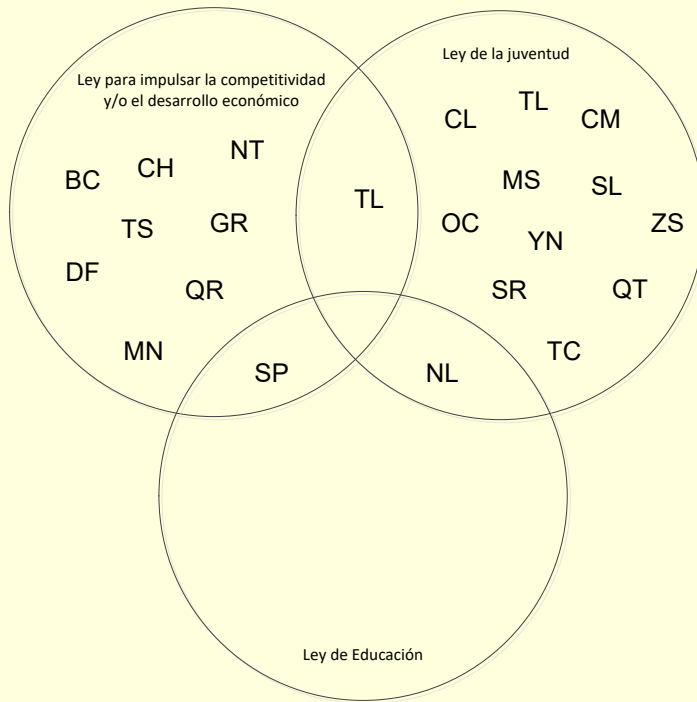
| Estado | Identificador | Calificaciones | | | | | Calificación total |
|-----------------|---------------|----------------|---|---|---|---|--------------------|
| | | A | B | C | D | E | |
| Morelos | MS | 2 | 1 | 2 | | | 5 |
| Nayarit | NT | 1 | 2 | | | | 3 |
| Nuevo León | NL | 1 | 2 | 1 | | | 4 |
| Oaxaca | OC | 1 | | 1 | | | 2 |
| Puebla | PL | | | | | | 0 |
| Querétaro | QT | 1 | 1 | 1 | | 1 | 4 |
| Quintana Roo | QR | 1 | | 1 | | | 2 |
| San Luis Potosí | SP | 1 | 2 | | | | 3 |
| Sinaloa | SL | 1 | 2 | 1 | | | 4 |
| Sonora | SR | 1 | 2 | 1 | | | 4 |
| Tabasco | TC | 1 | 2 | | | | 3 |
| Tamaulipas | TS | 1 | 2 | 1 | | | 4 |
| Tlaxcala | TL | 1 | | 1 | 1 | | 3 |
| Veracruz | VZ | | 2 | | | | 2 |
| Yucatán | YN | 1 | 2 | 1 | 1 | | 5 |
| Zacatecas | ZS | 1 | | | | | 1 |

Fuente: Elaboración propia con base en resultados.

Es importante destacar que la mayoría de los estados cuenta con al menos alguna de las políticas públicas descritas en el método. Respecto a las leyes para impulsar el emprendimiento, 24 estados tienen al menos una ley, destacan los casos de San Luis Potosí y Nuevo León que en dos diferentes leyes abordan el tema y establecen artículos para el desarrollo de una cultura emprendedora y el impulso a la creación de empresas (véase figura 1).

El emprendimiento es un tema primario en las leyes de fomento a la competitividad y desarrollo económico, las leyes de juventud y las leyes de educación; sin embargo, sólo los estados de Baja California, Colima y Morelos han reglamentado dichas leyes. Lo que significa que en 21 estados la ley no es aplicable por su naturaleza abstracta, dado que el reglamento tiene la función de desentrañar los preceptos de la ley y adaptarlos a la realidad, es decir, son leyes vetadas.⁵

⁵ El Congreso estatal ha cumplido con su función de legislar, siendo el Ejecutivo quien ha fallado al no emitir el reglamento.

FIGURA 1. ESTADOS Y LEYES EN EL TEMA DE EMPRENDIMIENTO

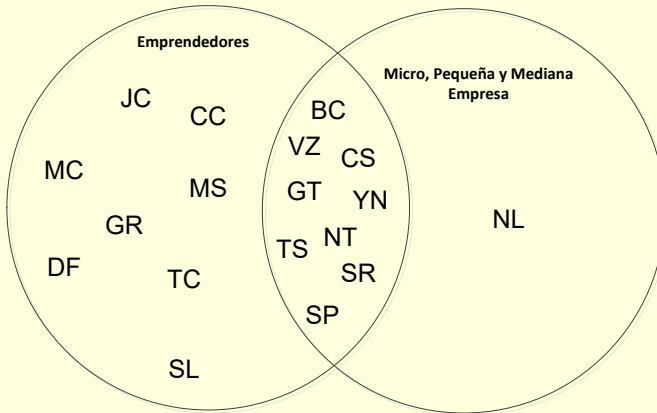
Fuente: Elaboración propia con base en resultados.

En el tema de fondos y financiamiento figuran 20 entidades, de las cuales cinco sólo facilitan el financiamiento otorgado por dependencias del gobierno federal, bancos u organismos privados, mientras que 15 de ellos cuentan con fondos propios, es decir destinan recursos económicos estatales para otorgar financiamiento. Destacan, en ese sentido, el Fondo Emprende de Baja California, Fondo Campeche, Primer Impulso de Morelos, Fomie de Sinaloa, Fondo Sonora, Fondo Tamaulipas, Fondo Futuro de Veracruz y Fidey de Yucatán. Con estas bolsas de recursos financieros, los gobiernos estatales buscan otorgar apoyos a los proyectos de emprendedores que requieren financiamiento y que no puedan obtenerlo a través del sistema bancario comercial; además, por no ser atractivos para los Fondos de Capital de Riesgo y Capital Privado establecidos en el país, por los altos riesgos y elevados costos de transacción que implican.

Durante la revisión de información se detectó que 18 estados brindan financiamiento tanto a emprendedores como a empresas micro, pequeña y

mediana, nueve de los cuales otorgan este servicio a ambos subsistemas (véase figura 2). En el tema de programas, es importante indicar que sólo 21 estados cuentan con ellos, los programas coinciden en buscar impulsar el espíritu dinámico de los ciudadanos, facilitar la obtención de conocimiento, herramientas y habilidades que les permita formular su plan de negocio y, en consecuencia, crear una nueva empresa.

FIGURA 2. FINANCIAMIENTO A EMPRENDEDORES Y MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia con base en resultados.

El Estado de México, Jalisco y Yucatán sobresalen por contar con un Instituto del Emprendedor, mientras que Tlaxcala cuenta con una oficina, dependencias especializadas en el tema cuya función se focaliza en apoyar a jóvenes emprendedores, coadyuvar en la creación de empresas mediante servicios integrales de formación y acompañamiento empresarial para el desarrollo de la puesta en marcha de su plan de negocios, evaluando aspectos de distinta índole, como: viabilidad técnica, operativa y financiera a través de asesorías.

En el tema de infraestructura se destaca a Querétaro, con su Micro Parque del Emprendedor, en el cual se asentarán temporalmente, sin costo alguno, pequeños industriales que buscan desarrollar nuevos prototipos. Por último, considerando la presencia de información respecto a cada política pública se emitió una calificación por estado, la tabla 4 ilustra los resultados finales. Se conforman cinco grupos de estados, desde aquellos con nulo interés en el tema y aquellos quienes buscan que esta sea una opción de empleabilidad y desarrollo.

TABLA 4. CALIFICACIONES FINALES POR ESTADO Y SU INFERENCIA

| Estados | Calificación | Tema de emprendimiento |
|--|--------------|--|
| Puebla | 0 | No está en su agenda |
| Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Michoacán, Zacatecas | 1 | No es una prioridad |
| Aguascalientes, Colima, Ciudad de México, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Veracruz | 2 | Tienen un interés incipiente |
| Campeche, Chiapas, Nayarit, San Luis Potosí, Tabasco, Tlaxcala | 3 | Buscan impulsarlo |
| Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Nuevo León, Querétaro, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas | 4 | Es de su interés promoverlo y facilitarlo |
| Baja California, Morelos, Yucatán | 5 | Están desarrollando una cultura emprendedora |

Fuente: Elaboración propia.

Para validar la variable propuesta que valora las políticas públicas del emprendimiento, se buscó identificar posibles relaciones con variables económicas como la tasa de desocupación (TD), número de unidades económicas (UE), PIB, número de personas aseguradas en el IMSS (Asegurados), tasa de informalidad laboral (TIL) y ocupación en el sector informal (OSI), todos con datos de 2015 (véase tabla 5). Para ello se determinó el coeficiente de correlación de Pearson.

Los resultados de esta relación (véase tabla 6), documentan una relación inversa (negativa) entre las variables políticas de emprendimiento (PP_Emprendimiento) y la Tasa de Informalidad Laboral (TIL), $r = -0.67$; esto implica que a medida que haya a nivel estatal una mayor cantidad de políticas que fomenten las acciones de emprendimiento, cabría esperar una disminución en la informalidad. Éste es un resultado relevante, porque de alguna manera documenta que la informalidad es el resultado de la falta de claridad en las estrategias de fomento a la creación de empresas dentro del marco legal.

TABLA 5. INDICADORES ECONÓMICOS (2015)

| | PIB | Asegurados | UE | TD | TIL | OSI |
|---------------------|------|------------|--------|------|------|------|
| Aguascalientes | 3.9 | 285,722 | 61705 | 4.06 | 43.5 | 22.7 |
| Baja California | 7 | 792,562 | 118372 | 3.74 | 40 | 20.8 |
| Baja California Sur | 5.5 | 152,547 | 35202 | 4.21 | 40.7 | 18.1 |
| Campeche | -6.6 | 126,951 | 47653 | 3.02 | 61.5 | 26 |
| Chiapas | 2.3 | 720,473 | 238333 | 4.24 | 78.3 | 23.7 |
| Chihuahua | 2.3 | 122,161 | 132074 | 4.26 | 37.4 | 17 |
| Coahuila | -3.3 | 219,677 | 108422 | 3.25 | 35.3 | 19.7 |
| Colima | 4.8 | 831,565 | 38243 | 3.4 | 53.8 | 19.3 |
| Ciudad de México | 2.5 | 3,224,366 | 452939 | 5.24 | 50.5 | 28.8 |
| Durango | 1.6 | 231,513 | 76242 | 3.92 | 57.6 | 24.1 |
| Estado de México | 6.4 | 880,222 | 664785 | 4.48 | 58.8 | 35.2 |
| Guanajuato | -0.3 | 155,418 | 294998 | 2.09 | 57.5 | 26.9 |
| Guerrero | 3.9 | 212,900 | 202092 | 3.24 | 81.2 | 32.1 |
| Hidalgo | 4.7 | 1,587,197 | 158516 | 4.27 | 72.9 | 37 |
| Jalisco | 1.9 | 1,460,820 | 404379 | 5.51 | 48.9 | 22.9 |
| Michoacán | 0.2 | 391,297 | 266693 | 3.12 | 71.5 | 32.9 |
| Morelos | 2.4 | 202,993 | 109852 | 3.16 | 66.9 | 37 |
| Nayarit | 4.4 | 132,760 | 65538 | 4.49 | 61.1 | 24.7 |
| Nuevo León | 4.3 | 1,474,787 | 166203 | 3.99 | 37.2 | 21.6 |
| Oaxaca | 1.5 | 200,294 | 251847 | 2.7 | 80.6 | 33.8 |
| Puebla | 2.2 | 555,790 | 339601 | 3.03 | 73.7 | 29.7 |
| Querétaro | 7.7 | 499,550 | 96537 | 4.6 | 45.3 | 19.8 |
| Quintana Roo | 4.7 | 367,446 | 61875 | 3.67 | 46.6 | 20.5 |
| San Luis Potosí | 5.4 | 389,304 | 132383 | 2.72 | 59.2 | 23 |
| Sinaloa | 5 | 500,138 | 124398 | 4.11 | 51.6 | 22 |
| Sonora | 1.1 | 570,814 | 117289 | 4.64 | 43.3 | 21.3 |
| Tabasco | 0.1 | 179,001 | 97793 | 7.46 | 64.1 | 32.5 |
| Tamaulipas | 2.2 | 611,962 | 135049 | 4.3 | 47.9 | 22.1 |
| Tlaxcala | 3.9 | 88,526 | 79609 | 5.06 | 71.7 | 40.3 |
| Veracruz | 0.2 | 726,452 | 364635 | 4.1 | 68.5 | 25.4 |
| Yucatán | 4 | 339,257 | 126440 | 2.58 | 62 | 32.3 |
| Zacatecas | 3.4 | 166,882 | 84319 | 3.94 | 65.8 | 22.6 |

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI (2015, 2016, 2017) y STPS (2017).

Además, se encontró relación positiva entre PP_Emprendimiento y las variables PIB ($r = 0.26$), Asegurados ($r = 0.16$) y OSI ($r = 0.19$). Si bien se trata de correlaciones débiles, ello permite inferir que impulsar la creación de empresas a través de políticas públicas que favorezcan el emprendimiento incide en un mayor PIB, un mayor número de trabajadores registrados en el IMSS, lo cual es favorable; sin embargo, llama la atención la relación positiva con OSI, hecho que debería estudiarse a profundidad en el futuro.

TABLA 6. CORRELACIONES

| | PIB | Asegurados | UE | TD | TIL | OSI | PP_E |
|---|-------|------------|------|-------|-------|------|------|
| PIB | 1.00 | | | | | | |
| Asegurados | 0.16 | 1.00 | | | | | |
| UE | 0.00 | 0.51 | 1.00 | | | | |
| TD | 0.12 | 0.30 | 0.07 | 1.00 | | | |
| TIL | -0.13 | -0.15 | 0.23 | -0.17 | 1.00 | | |
| OSI | -0.07 | 0.04 | 0.34 | 0.01 | 0.73 | 1.00 | |
| PP_E | 0.26 | 0.16 | 0.04 | 0.09 | -0.67 | 0.19 | 1.00 |
| Correlación significativa al nivel 0.05 (bilateral) | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia con cálculos en SPSS.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en el presente análisis van en el mismo sentido que los emitidos tanto por el GEM y el GEI, dado que en 14 estados se tienen ínfimas políticas para impulsar el emprendimiento, y donde la mayoría se limita a ser un interlocutor entre los ciudadanos y el gobierno federal, lo cual resulta insuficiente; por ejemplo, sucede en el caso del Fondo Nacional Emprendedor, el cual debe atender necesidades de todo el país, lo que reduce la probabilidad de acceder al recurso.

Son siete los estados que pueden considerarse en transición, quienes se han iniciado como impulsores del emprendimiento y 12 estados en teoría son promotores de la cultura emprendedora e impulsores del emprendimiento en general, donde cuatro de ellos corresponden a estados fronterizos, seis estados ubicados en el centro del país y sólo uno en el sur del mismo.

En general, los resultados ilustran un escenario inhibitor del emprendimiento, por lo que es pertinente destacar, a fin de llamar la atención de los congresos locales, que las políticas de gobierno deben propiciar un mejor

entorno de negocios y que dichas políticas deben emanar de los tres niveles de gobierno. De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede concluir que en general para los gobiernos estatales el tema del emprendimiento no es una prioridad, aunque valdría la pena mencionar que la mayoría emitió recientemente leyes sobre el tema, pero no su reglamento respectivo, por lo que son leyes vetadas, aunque deben destacarse las buenas intenciones de los estados de Nuevo León y San Luis Potosí quienes han ajustado su normativa educativa a fin de contemplar módulos de promoción de los valores y aptitudes del emprendedor.

A lo anterior habría que agregar la ausencia de reglamentación de las leyes como un factor que disminuye el desarrollo emprendedor, además de la baja capacidad de una entidad federativa para implementar las políticas y de forma particular, el estado de derecho. Estas conclusiones van de la mano con los señalamientos del Monitor Global de la Actividad Emprendedora (GEM) 2014, donde se afirma que “el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento no es una prioridad en la política del gobierno federal” (p. 15). En ese sentido, la generación e instrumentación de políticas empresariales por parte de los gobiernos estatales, refleja la firme creencia de los tomadores de decisiones de los beneficios económicos que se pueden acumular a partir de la apertura de nuevos emprendimientos; sin embargo, la cuestión sigue siendo acerca de si existen programas coherentes para aumentar el crecimiento económico mediante el apoyo a actividades empresariales (SchøtT y Wickstrøm, 2008).

En resumen, el reto para el gobierno actual y los futuros es el de incluir en la agenda de prioridades la temática del emprendimiento, reconociendo que es una solución a los problemas recurrentes de la economía, una opción de empleo para la población, siempre y cuando se genere el entorno propicio y se eviten las políticas públicas pertinentes que fomenten la creación de empresas y acompañen a los emprendedores en forma efectiva en sus inicios.

El estudio está limitado a la información disponible en los sitios web consultados, los cuales sino se actualizan de forma periódica se transforman en fuentes de información no confiables.

Bibliografía

- Ács, Zoltán J., Szerb, László y Autio, Erko (2016), *Global Entrepreneurship Index 2016*, The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, Estados Unidos, consultado el 14 de marzo de 2016, disponible en: <http://thegedi.org/2016-global-entrepreneurship-index/>
- Auletta, N. y Rivera, C. (2011), “Un ecosistema para emprender”, *Debates IESA*, 16(4), 12-17.
- Gallegos, R.; Grandet, C. y Ramírez, P. (2014), Los Emprendedores de TIC en México: Recomendaciones de política pública para su nacimiento, crecimiento

- y consolidación, IMCO, consultado el 14 de marzo de 2016: disponible en: http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2014/05/20140507_Los_Emprendedores_de_TIC_en_Mexico.pdf
- Global Entrepreneurship Monitor (2014), *Reporte Nacional 2014*, México, disponible en: <http://www.gemconsortium.org/country-profile/87>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015), Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2015, consultada en diciembre de 2015, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/>
- (INEGI, 2016), Producto Interno Bruto por entidad federativa 2015, consultada en diciembre de 2016, disponible en: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_12_02.pdf
- (INEGI, 2017), Desocupación, consultada en marzo de 2017, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadrosestadisticos/GeneraCuadro.aspx?s=est&nc=624&c=25462>
- Martínez, L. y Larrambeber, V. B. (2015), La instrumentación en España de las políticas europeas de emprendimiento, ¿creación de empleo o profundización de la crisis del empleo asalariado? *Revista electrónica de ciencia política*, 6(1), 187-208.
- Murillo Delgado, E. P. y Santillán López, L. G. (2015), Valoración de los retos de la Gestión del Emprendimiento en la Educación, *Revista Publicando*, 4(2), 72-83.
- Ojeda, G. Edwin y Rodríguez, O. Aramis (2011), El ecosistema nacional de emprendimiento, *Debates IESA*, 16(4), 40-45.
- Penfold, M. y Vidal, R. (2011), Políticas públicas construir un entorno amigable para emprender, *Debates IESA*, 16(4), 36-39.
- Pérez Iñaki (2014), Emprendimiento como eufemismo del autoempleo, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 139, 128-136.
- Ramírez, U. M.; Bernal, M. y Fuentes, R. (2013), Emprendimiento y desarrollo manufactureros en las entidades federativas de México, *Problemas del desarrollo*, 44, 167-195, doi:10.1016/S0301-7036(13)71892-3.
- Riascos, J. C. (2005), Modelización estadística de variables cualitativas: una introducción aplicada. Tendencias, *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, Universidad de Nariño, 6(1-2), diciembre, 97-108.
- Salinas Ramos, F. y Osorio Bayter, L. (2012), Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, () 128-151, recuperado de: <http://94.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798008>
- Sánchez Pachón, L. Á. y Pérez Chinarro, E. (2015), Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento

- y medidas legales de apoyo al emprendimiento, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (84), 35-62.
- Santos, F. J., de la O Barroso, M., Guzmán, C. (2013), La economía global y los emprendimientos sociales, *Revista de Economía Mundial*, 35, 21-45.
- Sarfati, G. (2013), Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMES) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália, *RAP: Revista Brasileira de Administração Pública*, 47(1), 25-48.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS, 2017), Trabajadores asegurados en el IMSS por entidad federativa, consultado en marzo 2017, disponible en: www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/302_0069.xls
- Schøtt, T. y Wickstrøm Jensen, K. (2008), The coupling between entrepreneurship and public policy: tight in developed countries but loose in developing countries, *Estudios de Economía*, 35(2), 195-214.
- Soto-Rodríguez, E. (2014), Entrepreneurial Ecosystems as a Pathway towards Competitiveness: The Case of Puerto Rico, *Competition Forum*, 12(1), 31-40.
- Tarapuez Chamorro, E.; Osorio Ceballos, H. y Botero Villa, J. J. (2013), Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010, *Estudios Gerenciales* (128), 274.
- Toca Torres, C. (2010), Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades, *Estudios gerenciales*, 26 (117), octubre-diciembre, 41-60.

CAPÍTULO 2

JERARQUIZACIÓN DE LAS NECESIDADES INSATISFECHAS EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Rubén Macías Acosta¹
Manuel Díaz Flores²
Roberto González Acolt³

Resumen

Las políticas públicas son instrumentos de gobierno generadores de bienestar para los ciudadanos y son asunto de interés para todos los actores sociales, como son los gobiernos, las empresas y los ciudadanos. Por tal motivo, se deben generar propuestas para solventar las necesidades sociales asignando adecuadamente los recursos correspondientes para atender prioridades sociales.

El objetivo del estudio es mostrar una herramienta de apoyo para ordenar las prioridades ciudadanas en materia de desarrollo social. El conocimiento de la misma aportará una propuesta que apoye a considerar de los elementos necesarios para promover programas de acción que mejoren el bienestar ciudadano.

La metodología consiste en aplicar la tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas y mostrar su aplicación en la política social en México, considerando información generada por investigaciones o estadísticas para ordenar las prioridades nacionales mediante un análisis valorativo.

¹ Doctor en Gobierno y Administración Pública, Escuela Libre de Ciencias Políticas y Administración Pública de Oriente. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México. ruben.macias@edu.uaa.mx

² Profesor de tiempo completo. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México. Doctor en ciencias sociales con orientación en Finanzas Públicas, UNAM, SNI I. mdiaz@correo.uaa.mx

³ Profesor de tiempo completo. Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México. Doctor en ciencias con orientación en economía. Colegio de Posgraduados, SNI I. rgonza@correo.uaa.mx

Los resultados obtenidos en el documento consideran la seguridad social como la variable prioritaria para el desarrollo de la población.

Se concluye comentando que la objetividad en la jerarquización de las necesidades insatisfechas promueve el bienestar en la población, ya que evita favoritismos. La consideración de los elementos planteados en el modelo es un tema de interés y análisis para los diseñadores de políticas públicas.

Palabras clave: desarrollo social, políticas públicas, necesidades, bienestar.

Abstract

Public policies are instruments of government that generate welfare for citizens and are a matter of interest to all social actors, such as governments, businesses and citizens. For this reason, proposals must be generated to meet social needs by properly allocating the corresponding resources to meet social priorities.

The objective of the study is to show a support tool for ordering citizen priorities in social development. The knowledge of it will contribute a proposal that supports to consider the elements necessary to promote action programs that improve the citizen's welfare.

The methodology consists of applying the hierarchy table of unsatisfied needs and showing its application in social policy in Mexico, considering information generated by research or statistics to order the national priorities through a valuation analysis.

The results obtained in the document consider social security as the priority variable for the development of the population.

It concludes by commenting that objectivity in the hierarchy of unsatisfied needs promotes well-being in the population, since it avoids favoritism. The consideration of the elements raised in the model is a topic of interest and analysis for public policy designers.

Keywords: social development, public policies, needs, welfare.

Introducción

La atención de las necesidades de la población es un tema de primer orden en la agenda desde lo local en el gobierno nacional y estatal. La principal actividad que debe realizar el gobierno es promover las condiciones adecuadas de sus habitantes para que desarrollen actividades productivas. Por tal motivo, el bienestar de las personas es un factor clave que permite que gocen de capacidades y habilidades que les sean favorables para desarrollar actividades productivas.

Las acciones de gobierno deben estar encaminadas a servir a la sociedad y a apoyar a los ciudadanos las necesidades que los dejan en desventaja, siendo el principal objetivo de las políticas públicas la atención de las necesidades sociales mediante el fomento de planes y programas que se definan dentro de los planes de desarrollo en congruencia con las normatividades nacionales y locales para garantizar la atención de los requerimientos de las personas.

La tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas adquiere relevancia en el escenario político debido a su precisión para considerar los elementos clave de la sociedad que permitan desarrollar una adecuada jerarquización de necesidades. En el presente documento se desarrolla el estudio de la priorización de las necesidades sociales en México iniciando planteando la problemática, posteriormente se revisan los objetivos, hipótesis, preguntas de investigación, justificación, marco teórico, la metodología, el análisis y discusión de resultados, las conclusiones que mencionan la importancia de la jerarquización de las necesidades sociales para la población.

Planteamiento del problema

El diseño de políticas públicas permite la generación de beneficios sociales, considerando que el gobierno electo por los ciudadanos representa al pueblo en los altos mandos, debiendo actuar y dirigir acciones que promuevan bienestar para todas las personas. Los gobiernos deben considerar las necesidades sociales para cumplir con las metas que pretenden lograr, de tal manera las políticas públicas adquieren relevancia en el sentido político y social, ya que son un instrumento generador de bienestar al canalizar recursos públicos hacia programas o personas. De acuerdo con Majone (1997), la política debe proponer acciones que generen beneficios concretos para los ciudadanos mediante propuestas de políticas públicas, ya que éstas dan dirección a las funciones del sector público ordenando sus actividades y priorizando las conveniencias que se enfocan al beneficio de las personas. Por tal motivo, el discurso político debe actuar en defensa de los ciudadanos, ya que mediante éste es posible:

- Acotar las discusiones políticas.
- Diferenciar problemas y soluciones de manera específica.
- Precisar las diferencias.
- Vincular los temas a soluciones más amplias o secuenciales.
- Plantearse esfuerzos compartidos.
- Participar de manera específica.

De tal manera se debe considerar que las políticas públicas integran propuestas formales en las que el gobierno actúa para el beneficio social, por

lo cual una política pública elaborada de manera efectiva tendrá un resultado positivo en la sociedad y viceversa, una política pública desacertada generará un estancamiento o un efecto negativo en los ciudadanos (Majone, 1997).

Es preciso considerar las características de una política pública de excelencia, según CIPE (1996):

1. Fundamentación amplia y no sólo específica (¿cuál es la idea?, ¿a dónde vamos?).
2. Estimación de costos y de alternativas de financiamiento.
3. Factores para una evaluación de costo-beneficio social.
4. Beneficio social marginal comparado con el de otras políticas (¿qué es prioritario?).
5. Consistencia interna y agregada (¿a qué se agrega?, o, ¿qué inicia?).
6. De apoyos y críticas probables (políticas, corporativas, académicas).
7. Oportunidad política.
8. Lugar en la secuencia de medidas pertinentes (¿qué es primero?, ¿qué condiciona qué?).
9. Claridad de objetivos.
10. Funcionalidad de los instrumentos.
11. Indicadores (costo unitario, economía, eficacia, eficiencia).

Se debe estar pendiente del actuar de los políticos para que cumplan con sus compromisos y establezcan políticas públicas que resulten convenientes para las personas, independientemente del partido que se maneje en el mandato (Lahera, 2003).

En la agenda siempre se priorizan los intereses de algunos grupos considerando algunas políticas públicas que benefician a ciertos sectores en especial generando un diseño con fallas que ocasionalmente carece de una evaluación precisa de los resultados y el uso de los recursos públicos, según Lahera (2004:12), “El diseño puede ser defectuoso porque no considere aspectos institucionales o porque no incluya modalidades de evaluación de las políticas. Sus orientaciones pueden ser meras declaraciones, sin apoyo financiero o de personal.”

Es necesaria la consideración de la realidad nacional para evaluar la priorización de los asuntos de las políticas públicas enfocadas al desarrollo social, contemplando el contexto nacional en el que el porcentaje de personas en situación de pobreza se incrementó, conociéndose después del recuento dos años, de acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval, 2015): “entre 2012 y 2014 el porcentaje de población en pobreza subió de 45.5 a 46.2 por ciento”. El diario *El Universal* (2015) mencionó que “aumenta número de pobres en México,

la pobreza extrema se redujo de 11.5 a 11.4 millones de personas entre 2012 y 2014”. En *Forbes* (2013) fue publicado “aumenta número de pobres en México, de 2010 a 2012, las personas en situación de pobreza pasaron de 52.8 a 53.3 millones, según datos de la Coneval”. En el *Excelsior* (2015) se comentó: “disminuyen ingresos y aumenta pobreza en México, creció más la pobreza urbana, al pasar del 40.6% al 41.7%.” En *El Economista* (2015) fue publicado que “la caída de los ingresos en los hogares provocó que el número de personas en situación de pobreza aumentara en 2 millones durante los primeros años de la administración del presidente Enrique Peña Nieto”.

El presente estudio se plantea por el planteamiento de la relación entre la productividad y la seguridad social a nivel sectorial y empresarial, debido a que se considera que la seguridad social incrementa la productividad laboral cuando sus hijos se encuentran estudiando (OIT, 2001).

Las políticas sociales integran a las políticas de seguridad social considerando las políticas relacionadas con la inversión en servicios sociales básicos, legislación laboral para proteger a los trabajadores, en las políticas de seguridad social se consideran la protección de los trabajadores a riesgos relacionados con la capacidad para el empleo, siendo: el desempleo, la enfermedad, la incapacidad y la vejez (OIT, 2001).

Los resultados positivos en seguridad social y empleo están sujetos al desarrollo económico y aportan al desarrollo socioeconómico de la sociedad. La seguridad social es considerada como parte integrante del proceso de desarrollo enlazándose la protección social al empleo y al desarrollo, así, la seguridad social se contempla como una parte del proceso de desarrollo (OIT, 2001).

De tal forma, es preciso considerar que las políticas públicas en materia de desarrollo social en México han sido improductivas, ya que los resultados que se han presentado son cada vez más agudos afectando a la población que se encuentra más desprotegida, considerando que las políticas públicas se encuentran desarticuladas de la realidad nacional y les hace falta ordenar de manera adecuada prioridades sociales que se presentan. En el presente trabajo se muestra la tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas como una herramienta para la articulación de los requerimientos ciudadanos contextualizándose con la realidad nacional.

Objetivos

El conocimiento de los requerimientos sociales es un elemento clave para los gobiernos, permitiendo atender las prioridades de los ciudadanos. En el presente estudio se muestra un análisis a nivel nacional con información que presenta las necesidades nacionales.

Objetivo general

Ordenar adecuadamente las necesidades insatisfechas de los ciudadanos de acuerdo con las características socioeconómicas vinculadas con la tabla de la jerarquización de las necesidades insatisfechas.

Objetivos específicos

Enlazar los indicadores económicos de coyuntura en materia de desarrollo social a la tabla de jerarquización de las necesidades insatisfechas.

Considerar los aspectos normativos nacionales en materia de desarrollo social relacionados con la tabla de jerarquización de las necesidades insatisfechas para proponer políticas públicas de desarrollo social.

Hipótesis

La jerarquización de necesidades insatisfechas promueve la cobertura de las demandas básicas sociales atendiendo estas prioridades mediante la implementación de políticas públicas para subsanar dichas necesidades.

Preguntas de investigación

Pregunta general

¿Es necesario el conocimiento de las características socioeconómicas nacionales vinculado a la tabla de jerarquización de las necesidades insatisfechas para ordenar adecuadamente las demandas ciudadanas?

Preguntas específicas

- ¿Se debe considerar en la tabla de jerarquización de las necesidades insatisfechas su enlace con los indicadores económicos de coyuntura en materia de desarrollo social?
- ¿Deben ser considerados aspectos normativos nacionales en materia de desarrollo social para completar la tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas y propuestas de políticas públicas de desarrollo social?

Justificación

La jerarquización de necesidades insatisfechas permite conocer las áreas de oportunidad que deben atenderse por el gobierno federal y los gobiernos locales, ampliando las capacidades de los ciudadanos, trabajando de manera

precisa en la cobertura de los requerimientos de las personas. El presente análisis utiliza la “tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas”, que es útil para los representantes de gobierno, a los investigadores y estudiantes interesados en el tema, al momento de elaborar los planes de desarrollo, ya que les dará una orientación para considerar los elementos en los que la población necesita mayor atención.

Marco teórico

Generalidades de las Políticas Públicas

“El análisis de políticas es más un arte que una ciencia” (Bardach, 1998:13). Las políticas públicas es un concepto que “entraña dos nociones que la explican y la justifican desde el punto de vista teórico que sostenemos, a saber: 1) un Estado como responsable principal (Jarquín y Echebarría, 2006:1-16; Graglia, 2012:17) y 2) una sociedad como primera destinataria (Turkson, 2011:15-36; Graglia, 2012:17)”.

Considerando el planteamiento de Aguilar (1992:36): “al hablar de políticas públicas queremos decir decisiones de gobierno que incorporan la opinión, la participación, la corresponsabilidad y el dinero de los privados, en su calidad de ciudadanos electores y contribuyentes”.

De acuerdo con Martín *et al.* (2013:12), “el término ‘políticas públicas’ requiere definir y discutir inicialmente los significados de política y de lo público”. Weiss (1992) en Parsons (2005:196) considera que “hay cuatro factores que explican el desarrollo de las organizaciones de análisis de políticas públicas en Estados Unidos: fragmentación y desagregación política, la complejidad de los problemas sociales y la influencia de los servidores públicos”.

Finalmente, Cázares (2014:7) discurre que “las políticas públicas entran en cuestión, pues son más que un instrumento técnico: hacen indispensable la consideración de un proceso colectivo de deliberación, discusión y legitimación de los problemas a resolver y las soluciones a intentar”.

Normatividad en el desarrollo social

Ley General de Desarrollo Social

Entre las responsabilidades del gobierno se encuentra la atención de las situaciones sociales que generan condiciones inadecuadas de las personas, como la pobreza y la desigualdad económica, por tal motivo, el bienestar de los ciudadanos es menester de los gobiernos.

Según el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados (2006), el desarrollo social paulatinamente traslada a la población

a mejorar sus condiciones de vida referentes a la salud, la educación, la nutrición, la vivienda, la vulnerabilidad, la seguridad social, el empleo y los salarios, entre otras. En dicho proceso el Estado debe generar la integración de los actores sociales públicos y privados promoviendo y coordinando las condiciones adecuadas para lograrlo.

El desarrollo social se encuentra ligado con el desarrollo económico; sin embargo, no siempre se tiene una distribución equitativa de los ingresos, por lo cual los sectores con menores ingresos, regularmente, tienen una marginación en oportunidades y las personas se encuentran desprotegidas. El desarrollo económico debe promover una homogeneidad en los niveles de bienestar social. En México, respecto al desarrollo social, está la Ley General de Desarrollo Social (LGDS), que tiene como finalidad el establecimiento del marco normativo que promueve la coordinación y delimitación de competencias en materia (Triana, 2011).

La LGDS fue creada mediante el decreto que se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 20 de enero de 2004 (LGDS, 2004). En la LGDS se establecen sus competencias y sus procedimientos de ejecución, definiendo las directrices en materia de Política Nacional de Desarrollo Social, contemplando sus objetivos, la planeación y la programación, el financiamiento y el gasto; también, se definen su evaluación que es realizada por el Coneval (Triana, 2011).

La LGDS, en su labor de la medición de la pobreza, establece al Coneval como responsable considerándolo en su artículo 36, además define que el Coneval deberá hacer uso de la información emitida de los siguientes indicadores del INEGI que se encuentran divididas en dos rubros (IMCO, 2014):

1. El ingreso de los hogares.
2. Las carencias sociales en materia de:
 - Educación.
 - Acceso a los servicios de salud.
 - Acceso a la seguridad social.
 - Calidad y espacios de la vivienda.
 - Acceso a servicios básicos en la vivienda.
 - Acceso a la alimentación.
 - Cohesión social.

Política Nacional de Desarrollo Social

En relación a la Política Nacional de Desarrollo Social, son integradas las directrices que permiten promover el desarrollo económico considerando a

la sociedad, garantizando los derechos de las personas en la generalidad y particularidad. La LGDS define cinco directrices en el artículo 14 (Triana, 2011), siendo:

1. Superación de la pobreza mediante la educación, la salud, la alimentación, la generación de empleo e ingreso, autoempleo y capacitación.
2. Seguridad social y programas asistenciales.
3. Desarrollo regional.
4. Infraestructura social básica.
5. Fomento del sector social de la economía.

La LGDS tiene una sólida estructura relacionando los elementos que enlazan los recursos con su normatividad; sin embargo, es preciso considerar la suficiencia de la legislación para garantizar los objetivos que se determinaron en la política nacional de desarrollo social, debido a que en las leyes se presentan huecos que pueden mermar las propuestas planteadas y evitar la superación de la pobreza. Una de las limitaciones de la ley es la nula relación del crecimiento del gasto social al mismo nivel del crecimiento real o nominal del PIB (Triana, 2011).

Metodología

La metodología muestra la tabla de jerarquización de las necesidades insatisfechas como herramienta para lograr conocer las demandas ciudadanas que son de mayor importancia a la sociedad para incrementar su bienestar, en relación a la cobertura de los servicios básicos. Por lo tanto, al completar la tabla de necesidades insatisfechas se genera un horizonte de acción para los gobiernos.

En el presente documento se presenta el llenado de dicha tabla incorporando información económica de las condiciones sociales de la población permitiendo ordenar las necesidades sociales.

Jerarquización de las necesidades insatisfechas

En la identificación de necesidades y problemas es preciso que se realice una jerarquización de las necesidades insatisfechas. Es necesario analizar la gravedad que considera el tiempo y el espacio, así como la urgencia que considera la percepción del sector público, de los sectores privados y del sector ciudadano; éstos son considerados los criterios de jerarquización. En referencia a la gravedad se analiza mediante la utilización de las estadísticas nacionales de corte público o privado. La urgencia es necesario analizarla mediante investigaciones de acción participativa que considere

la opinión de dirigentes (empresariales y sociales, ciudadanos, gobernantes y administradores (Graglia, 2004).

Así, se establecen los criterios de análisis y se debe reflexionar con base a las siguientes preguntas detonadoras que plantea Graglia (2004, 61):

- “• ¿Es grave en relación con otros períodos? ¿Es grave en comparación con otros lugares?
- ¿Es percibida como urgente por los dirigentes empresariales y sociales? ¿Es percibida como urgente por los ciudadanos?
- ¿Es percibida como urgente por los gobernantes y administradores?”

Es preciso comentar que las respuestas para la jerarquización necesitan ser generadas de investigaciones y de fuentes de consulta que permitan obtener información confiable. La valoración de cada pregunta en el criterio de valoración y en el de urgencia es: se define en comparación con otro espacio, véase tabla 1 de Graglia (2004).

TABLA 1. VALOR DE LAS NECESIDADES INSATISFECHAS

| Elemento | Valor según las necesidades insatisfechas | | |
|---------------------------|---|-----------------------------------|-------------------|
| Gravedad en el tiempo | 3 = aumentaron | 2 = no aumentaron ni disminuyeron | 1 = disminuyeron |
| Gravedad en el espacio | 3 = mayores | 2 = no aumentaron ni disminuyeron | 1 = disminuyeron |
| Urgencia en la percepción | 3 = muy urgentes | 2 = urgentes | 1 = poco urgentes |

Fuente: Graglia (2004).

Asimismo, no se deben comparar entre necesidades insatisfechas, ya que cada una es independiente y tiene un puntaje por separado; generando en la suma de los puntajes el orden de jerarquización de las mismas. La tabla 2, titulada “Jerarquización de necesidades insatisfechas”, es una herramienta metodológica que permite analizar los requerimientos de la población en estudio, siendo un instrumento de interés para los diseñadores de políticas públicas, a continuación se muestra la tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas de acuerdo con Graglia (2004):

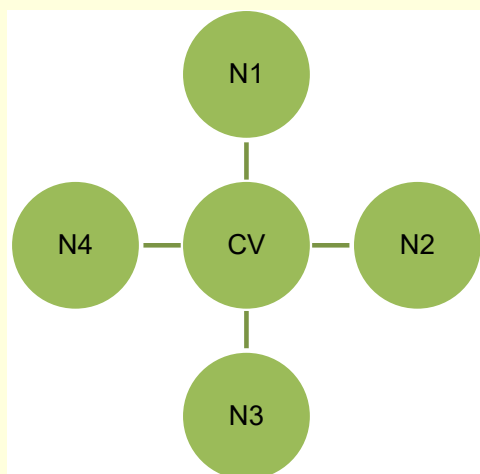
TABLA 2. JERARQUIZACIÓN DE NECESIDADES INSATISFECHAS

| Necesidad | CRITERIOS DE JERARQUIZACIÓN | | | | | | Total |
|-----------|-----------------------------|------------------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------|
| | Gravedad | | Urgencia | | | | |
| | En relación con otro tiempo | En relación con otro espacio | Del sector público | Del sector con fines de lucro | Del sector sin fines de lucro | Del sector ciudadano | |
| n1 | | | | | | | |
| n2 | | | | | | | |
| n3 | | | | | | | |
| n4 | | | | | | | |

Fuente: Graglia (2004).

Al utilizar la tabla 2, se genera el orden jerarquizado de las necesidades de la sociedad que pretenden mejorar el bienestar de los ciudadanos considerando a la sociedad como eje principal en la estructuración de políticas públicas, debido a que los objetivos de las políticas públicas son la satisfacción de necesidades sociales de acuerdo a su importancia o jerarquización. Por tal, se muestra en la figura 1 la correspondencia de la calidad de vida (CV) respecto a las necesidades sociales por satisfacer.

FIGURA 1. CALIDAD DE VIDA Y NECESIDADES A SATISFACER



Fuente: Graglia (2004).

Se considera que para satisfacer la calidad de vida que se desea se debe de cubrir las necesidades identificada y realizar una jerarquización de las mismas.

Análisis y discusión de resultados

Analizando las necesidades sociales a ser atendidas fueron considerados los indicadores presentados en la medición de la pobreza multidimensional, siendo el objeto de estudio los datos de:

- i. Ingreso corriente per cápita.
- ii. Rezago educativo promedio en el hogar.
- iii. Acceso a los servicios de salud.
- iv. Acceso a la seguridad social.
- v. Calidad y espacios de la vivienda.
- vi. Acceso a la alimentación.
- vii. Grado de cohesión social.

Así, se completó la tabla de jerarquización de las necesidades insatisfechas considerando que a nivel nacional se encuentran 52 millones de habitantes viviendo en pobreza en México (Coneval, 2012). Según los datos del Coneval de 2008, México cuenta con 106 millones 680 mil 526 habitantes; distribuyéndose con relación a los indicadores comentados, existen 47 millones de pobres multidimensionales, con 35.2 millones vulnerables por carencia social al carecer al menos de dos servicios básicos, además, 4.8 millones son vulnerables por ingreso porque su salario al mes es menor a \$1,922.00, y 19 millones de personas tienen un nivel adecuado de bienestar económico sin carencias sociales (ITESM, 2011).

De acuerdo con las carencias sociales, el acceso a la seguridad social es el rubro con el rezago mayor, debido a que 68.99 millones de personas carecen de ésta. Considerando el rezago educativo, se encuentran 23.16 millones de habitantes. En relación al acceso a la alimentación, tiene 23.06 millones de ciudadanos. En relación a la vivienda, se tienen 20.13 millones de personas y la calidad de los espacios de vivienda existen 18.62 millones de habitantes. Referente al bienestar por ingreso se encuentran 17.64 millones de personas que tienen un ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo y 51.97 millones con un ingreso menor a la línea de bienestar (ITESM, 2011). Por tales motivos, la jerarquización de las necesidades quedó de la siguiente manera (véase tabla 3):

TABLA 3. JERARQUIZACIÓN DE NECESIDADES INSATISFECHAS

| Necesidad | CRITERIOS DE JERARQUIZACIÓN | | | | | | Total |
|---|-----------------------------|------------------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------|
| | Gravedad | | Urgencia | | | | |
| | En relación con otro tiempo | En relación con otro espacio | Del sector público | Del sector con fines de lucro | Del sector sin fines de lucro | Del sector ciudadano | |
| iv. Acceso a la seguridad social | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| ii. Rezago educativo promedio en el hogar | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 16 |
| vi. Acceso a la alimentación | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 14 |
| v. Calidad y espacios de la vivienda | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 13 |
| i. Ingreso corriente per cápita | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 12 |
| iii. Acceso a los servicios de salud | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 11 |
| vii. Grado de cohesión social | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 10 |

Fuente: Graglia (2004).

La importancia de la necesidad de acceso a la seguridad social es trascendental en la sociedad, ya que las personas requieren resolver sus problemas de salud para encontrarse en buenas condiciones y ser capaces de desarrollar adecuadamente su trabajo, otro beneficio de encontrarse asegurado al ser derechohabiente es que las personas se encuentran percibiendo un ingreso, el cual muestra que se incorporan más personas al mundo del trabajo y con los recursos que obtienen de sus trabajos son capaces de solventar sus necesidades, además de tener prestaciones de seguro de desempleo y el beneficio de hacer extensiva la seguridad social a sus hijos cuando se encuentran estudiando.

Por tanto, el acceso a la necesidad social adquiere una gran relevancia porque muestra las situaciones mencionadas, considerando la importancia del indicador se muestra en la tabla 4 que la población protegida por los servicios de salud se ha incrementado desde el año 2000 al 2016 en una gran cantidad de personas, por lo cual el bienestar de los ciudadanos se incrementa al satisfacer sus situaciones de servicios de salud y al obtener un ingreso de su trabajo.

TABLA 4. POBLACIÓN PROTEGIDA POR LOS SERVICIOS DE SALUD, 2000 A 2014 (MILES DE PERSONAS)

| Año | Población derechohabiente | | Población asegurada | | | | Población con protección social en salud |
|-------|---------------------------|--------|---------------------|--------|-------|-----------|--|
| | IMSS | ISSSTE | Pemex | Sedena | Semar | Estatales | |
| 2000 | 45054 | 10066 | 647 | 489 | 187 | 1308 | NA |
| 2001 | 44719 | 10236 | 665 | 511 | 213 | 1432 | NA |
| 2002 | 45352 | 10310 | 676 | 536 | 208 | 1373 | 1094 |
| 2003 | 41519 | 10352 | ND | ND | ND | ND | 2224 |
| 2004 | 43006 | 10463 | 690 | 677 | 210 | 1469 | 5318 |
| 2005 | 44532 | 10608 | 708 | ND | 201 | 1437 | 11405 |
| 2006 | 46636 | 10798 | 712 | ND | 197 | 1535 | 15672 |
| 2007 | 48650 | 10981 | 712 | ND | 202 | 1424 | 21835 |
| 2008 | 48910 | 11301 | 728 | ND | 218 | ND | 27177 |
| 2009 | 49134 | 11590 | 739 | 866 | 228 | 953 | 31133 |
| 2010 | 52310 | 11993 | 743 | 1048 | 240 | 1942 | 43519 |
| 2011 | 54906 | 12207 | 748 | 806 | 264 | 1954 | 51823 |
| 2012 | 57476 | 12450 | 755 | 832 | 279 | 1682 | 52908 |
| 2013 | 59512 | 12631 | 764 | 832 | 287 | 1551 | 55638 |
| 2014 | 59487 | 12804 | ND | ND | ND | ND | 57300 |
| 2015 | 61865 | 12974 | ND | ND | ND | ND | 57106 |
| 2016d | 62161 | 12984 | ND | ND | ND | ND | 54924 |

Fuente: INEGI (2017).

El indicador “Acceso a la seguridad social” es el principal porque se encuentra intrínsecamente ligado con otras situaciones que, encadenadas, mejoran el bienestar de los ciudadanos como la extensión de la seguridad social para su familia y los seguros de desempleo, la protección para la vejez, entre otros.

Conclusiones

La tabla de jerarquización de las necesidades insatisfechas en México considera que la cobertura de los servicios básicos incrementa el bienestar de la población comprobándose con el indicador de “Acceso a la seguridad social” como el más importante, porque integra beneficios para toda la familia de manera extensiva, además de que se encuentra vinculado con la realización de actividades productivas que realizan los ciudadanos y refiere la cobertura de necesidades básicas en caso de cualquier situación de accidente. Siendo una parte importante para los ciudadanos encontrarse con una cobertura personal y familiar mejorando su productividad, ya que se tendrá una tranquilidad laboral y una estabilidad personal.

La tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas es una herramienta que permite elaborar el orden de las prioridades de las sociedades, por lo cual es un instrumento valioso al elaborar planes de gobierno, debido a que permite que los analistas conozcan el panorama social, de tal manera se aproximen a la realidad en cada localidad por estado.

La jerarquización de necesidades insatisfechas incrementa el bienestar social mediante el establecimiento y desarrollo de políticas públicas acordes con las prioridades sociales. El enlace de los indicadores económicos de coyuntura con la jerarquización de las necesidades insatisfechas permite que se consideren los elementos necesarios en la estructuración de políticas públicas, de tal forma que se integran los aspectos normativos que son considerados en la LGDS, asimismo es una herramienta que permite ordenar adecuadamente a los ciudadanos en la consideración de sus características socioeconómicas.

Es necesario consultar estudios estadísticos de fuentes confiables que permitan identificar el nivel de bienestar de los ciudadanos para enlazarlo con la tabla de jerarquización de necesidades insatisfechas y poder lograr un ordenamiento adecuado de los requerimientos prioritarios de la sociedad; de tal manera, se podrán plantear políticas públicas pertinentes que den respuesta a las necesidades reales de los ciudadanos, fortaleciendo las capacidades de las personas para que puedan transitar adecuadamente en la sociedad.

Bibliografía

Aguilar, V. L. F. (1992), *El estudio de las políticas públicas*, México: Miguel Ángel Porrúa.

- Bardach, E. (1998: 13), *Los ocho pasos para el análisis de las políticas públicas*, México: CIDE.
- Cázares (2014), *La evaluación de políticas públicas en América Latina: Métodos y propuestas docentes*, México: CIDE-Centro CLEAR para América Latina-Red Inter-Americana de Educación en Administración Pública.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2006), *Políticas públicas y gestión gubernamental de la administración vigente: En desarrollo social*, recuperado de: www.diputados.gob.mx/cesop/
- CIPE (1996), *Directory of Public Policy Institutes in Emerging Markets*, Estados Unidos: CIPE.
- Coneval (2012), Glosario: Términos de la metodología para la medición multidimensional de la pobreza en México, recuperado de: <http://www.coneval.gob.mx/rw/resource/coneval/prensa/6102.pdf>
- (2015), Medición pobreza 2014, recuperado de: http://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Documents/Comunicado005_Medicion_pobreza_2014.pdf
- El Economista* (2015), Aumenta 2 millones número pobres, recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2015/07/23/aumenta-2-millones-numero-pobres>
- El Universal* (2015), Crece pobreza en México hay dos millones más Coneval, recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2015/07/24/crece-pobreza-en-mexico-hay-dos-millones-mas-coneval>
- Excelsior* (2015), Disminuyen ingresos y aumenta pobreza en México, recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/07/23/1036284>
- Forbes* (2013), Aumenta número de pobres en México, recuperado de: <http://www.forbes.com.mx/aumenta-numero-de-pobres-en-mexico/>
- Graglia, E. (2004), *Diseño y Gestión de Políticas Públicas*, Argentina: EDUCC.
- (2012), *En la búsqueda del bien común: manual de políticas públicas*, Argentina: Konrad Adenauer Stiftung.
- IMCO (2014), Medición de la pobreza en México 2014 vía Coneval, recuperado de: http://imco.org.mx/banner_es/medicion-de-la-pobreza-en-mexico-2014-via-coneval/
- INEGI (2017), Derechohabiencia y uso de servicios de salud: Población protegida por los servicios de salud, 2000 a 2014, recuperado de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=msoc01&s=est&c=22594>
- ITESM (2011), Los programas sociales no solucionan la pobreza, recuperado de: [http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/por+tema/educacion/not\(11may11\)coneval](http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/por+tema/educacion/not(11may11)coneval)
- Jarquín, E. y Echeverría, K. (2006), *El papel del Estado y la política en el desarrollo de América Latina (1950-2005)*, Estados Unidos: BID y Planeta.

- Lahera, E. (2003), *Introducción a las políticas públicas*, México: Fondo de Cultura Económica.
- (2004), *Política y políticas públicas*, Chile: CEPAL.
- Ley General de Desarrollo Social (2004), Ley General de Desarrollo Social, México: Cámara de Diputados.
- Majone, G. (1997), *Evidencia, argumentación y persuasión en la formulación de políticas*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Martín, J. F.; Dufour, G.; Alessandro, M. y Amaya, P. (2013), *Introducción al análisis de políticas públicas*, Argentina: Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- OIT (2001), *Seguridad social: Temas, retos y perspectivas*, Suiza: Oficina Internacional del Trabajo.
- Parsons, W. (1995), *Public Policy*, Estados Unidos: EE.
- Triana, J. L. (2011), *Resumen Ejecutivo de la Ley General de Desarrollo Social*, recuperado de: <http://works.bepress.com/jorgelustriana/3>
- Turkson, K. A. P. (2011), *Promover el desarrollo humano integral para erradicar la pobreza*, Argentina: CEA.

CAPÍTULO 3

LA MATERNIDAD SUBROGADA. UNA CRÍTICA A LA INICIATIVA DE LEY DE MATERNIDAD SUBROGADA DEL DISTRITO FEDERAL

Gabriela Albertina Serrano Heredia¹

Resumen

Los nuevos descubrimientos médicos, como las técnicas de reproducción humana asistida y la maternidad subrogada, plantean la posibilidad de poner en práctica técnicas que no sólo no son aconsejables, sino peligrosas y violentan la dignidad humana.

Se puede llegar a pensar que la maternidad subrogada es de reciente creación y aplicación; sin embargo, ésta se venía practicando desde siglos anteriores, debido a que era estimada como un tabú, ya que la infertilidad (principalmente atribuida a la mujer) se consideraba una situación vergonzosa y de deshonra para la pareja, lo que motivaba a que se buscaran alternativas para la concepción.

Actualmente, los científicos (biólogos de la reproducción) manipulan el material genético, tanto femenino como masculino, para lograr una fecundación en el laboratorio, o bien, en el vientre de la mujer subrogada y, de esta manera, abren paso a la maternidad por alquiler, técnica reproductiva que el Distrito Federal ha legalizado con deficiencias jurídicas, lo que no quiere decir que dicha práctica y desarrollo sea legítimamente viable, ya que su aplicación es riesgosa, como la misma ley lo señala y resulta contraria a la salvaguarda de la vida así como atenta contra la dignidad de la persona humana.

Palabras clave: maternidad subrogada, legislación, esclavitud.

¹ Licenciada en derecho y en educación. Maestra en derecho y en educación. Doctora en Ciencias. Profesora investigadora de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Miembro integrante de su Centro de Investigaciones Jurídicas y Sociales. Titular del Área de Derecho Social. Profesora con perfil deseable Prodep de la Secretaría de Educación Pública (México). gabyalbertina@hotmail.com

Abstract

New medical discoveries, such as assisted human reproduction techniques and surrogate motherhood, pose the possibility of implementing techniques that are not only not advisable, but are dangerous and violate human dignity.

It may be thought that the Surrogate Motherhood is of recent creation and application, however, it has been practiced since previous centuries, because it was considered taboo, since infertility (mainly attributed to women) was considered a shameful situation and disgrace for the couple, which motivated the search for alternatives for conception.

At the moment, the scientists (reproductive biologists) manipulate the genetic material, both feminine and masculine, to obtain a fertilization in the laboratory, or, in the belly of the surrogate woman and in this way, they open the way to maternity for rent, but that does not mean that such practice and development is legitimately feasible, since its application is risky, is contrary to the safeguard of life and undermines the dignity of the human person.

Keywords: *surrogacy, legislation, enslavement.*

Antecedentes de la maternidad subrogada

Diversos autores remontan los sucesos de concepción por maternidad sustituta a los orígenes bíblicos, y otros más, a épocas ancestrales.

Descrito en el Antiguo Testamento, Sarah, esposa de Abraham y quien no podía tener hijos, convenció a su esposo para que engendrara un hijo con Agar, su empleada. El bebé nacido de Abraham y Agar, llamado Ismael, fue criado como hijo de Sara y Abraham (BEHN, 1999:560).

Otro ejemplo sucedió en el siglo XI, en la Edad Media, donde la mujer era vista únicamente para concebir; pero cuando la esposa del señor feudal no podía procrear, recurría a alguna de sus sirvientas para que tuviera relaciones sexuales con su esposo y así generar descendencia, que posteriormente la esposa lo criaría como hijo propio.

Es hasta el siglo XX que se tiene registro de la primera práctica documentada de maternidad subrogada, en la década de los 80, en Estados Unidos, específicamente en el estado de California, mejor conocido como el caso *Baby M*.

En dicho caso se reporta que el 6 de febrero de 1985 se celebró en Estados Unidos un contrato de maternidad subrogada entre la señora Whitehead, su esposo y el señor Stern, padre natural o biológico. La señora Whitehead fue inseminada artificialmente con el semen del señor Stern, procreando un

niño que nació el 27 de marzo de 1986. El contrato implicaba no mantener una relación materno-filial con el bebé y la obligación de abortar si de los test de amniocentesis mostraban un feto con anomalías. La contraprestación ofrecida era de U\$D 10,000 (MIR, 2010: 180).

Establecida la controversia legal entablada por el señor Stern para obtener la patria potestad del menor, producto de la inseminación artificial, un tribunal resolvió, el 31 de mayo de 1987, que el contrato era válido, beneficiando así al padre biológico; sin embargo, ante la apelación presentada por la señora Whitehead, el Tribunal Supremo del Estado de New Jersey resolvió, el 3 de febrero de 1988, la revocación unánima de la decisión del Tribunal Inferior. En consecuencia, se declaró que la madre biológica era la madre legal de la criatura. A su vez, la adopción de ésta por los señores Stern se declaró inválida e ineficaz.

Cabe señalar que, en alguna medida, la *ratio decidendi* 234 de la sentencia descansaba en el hecho de que Whitehead era la “madre natural”, por cuanto había aportado el óvulo. De esta forma se concedía una importancia singular a la maternidad genética a costa de minimizar el embarazo. Por otra parte, es probable que en el “interés del menor” pesasen otras razones, por la importancia que se le concede a los medios económicos o a la posición social (GRACIA, 1987: 395).

Este suceso fue documentado por tratarse de inseminación artificial aplicada para la reproducción humana asistida, donde por problemas contractuales, específicamente de filiación, el matrimonio de los Stern llevó a la Corte a la madre subrogada Mary Whitehead.

Otro caso histórico de maternidad subrogada que destaca es el “Johnson vs. Calvert”, en el cual la Suprema Corte de California resolvió que, cuando a raíz de un acuerdo de maternidad sustituta, un cigoto formado por los gametos de un esposo y una esposa es implantado en el útero de otra mujer, aquellos cónyuges son los padres naturales del niño, y que tal situación no afecta la Constitución de California, ni la Federal de los Estados Unidos de Norteamérica. Con ese fundamento, se confirmó la resolución que consideró padres genéticos, biológicos y naturales del niño a los cónyuges y no a la mujer que lo había llevado en su vientre, que el contrato de maternidad subrogada era válido y exigible (D.F., V Legislatura, 2010).

*Diferencias entre las distintas definiciones
y denominaciones de maternidad subrogada*

Debido a la gran complejidad que representa el concepto de maternidad subrogada, es que hay diversas maneras de nombrarla, partiendo de su etimología, del punto de vista médico, legal y/o desde la perspectiva moral.

El concepto tiene variantes, según la modalidad en que se practique, según la persona o personas que aportan material genético, o si no lo aportan, la influencia cultural de cada país en el que se encuentre; sin embargo, la amplia variedad de denominaciones conlleva siempre al mismo fin: la entrega del bebé que una mujer viable ha gestado para otra u otras personas, quienes serán conocidos y reconocidos como sus padres.

Las diversas denominaciones a la maternidad subrogada tienen particularidades dadas por su naturaleza, que establecen su diferenciación una de otra; por ejemplo: “si una mujer puede generar óvulos, pero por deficiencia uterina o física le es imposible gestar, y busca ayuda en otra mujer que ‘preste su útero’, esta última se convierte en *madre portadora*” (ARTETA, 2011: 92).

Otro caso será cuando “la mujer no puede generar óvulos ni puede gestar y busca a una mujer para que cumpla ambas funciones, esta última se considera *madre sustituta*, porque ha de aportar óvulos y útero, mientras que el progenitor los espermatozoides” (ARTETA, 2011:93).

El *Diccionario de la lengua española* define gestar como: “llevar y sustentar en su seno el embrión o feto hasta el momento del parto” (Real Academia Española, 2016), donde se deduce que *madre de gestación* es únicamente aquella mujer que lleva a término el embarazo, sin aclarar si ésta ha de aportar material genético o no.

La denominación *alquiler de vientre o útero* parece ser la más utilizada en los medios de comunicación y anuncios publicitarios; sin embargo, dicha denominación no logra compilar la complejidad de que se trata, puesto que se refiere únicamente a la cavidad donde se desarrolla el embrión, siendo éste parte del cuerpo, motivo por el cual no se puede arrendar únicamente un solo órgano, sino que involucra todo el organismo.

Médicamente se denomina *madre obstétrica*, que es quien llevará a cabo la gestación sin aportar material genético, es decir, no aportará su óvulo, pudiendo gestar a través de las técnicas de reproducción, ya sea por medio de la fecundación in vitro (FIV), donde le será implantado uno o varios embriones, de los cuales ninguno de ellos lleva su material genético, cuyo fin gestante es llevar a término el embarazo para que al momento del nacimiento, esta entregue al o los bebés a la o las personas que hayan solicitado su servicio.

Desde el punto legal, existe ejemplo claro en México, donde el Código Civil reformado del Estado de Tabasco, legislación que en su exposición de motivos conceptualiza a la *madre gestante sustituta* como:

...mujer con capacidad de goce y ejercicio se compromete gestar el producto fecundado e implantado en su útero y gestarlo hasta las 40 semanas de embarazo o antes, por existir prescripción médica; lo anterior en beneficio de dos personas unidas mediante matrimonio o que viven en concubinato y que aportan su carga o material genético a través de un óvulo y

un espermatozoide fecundados e implantado en el útero de la mujer que se faculta como mujer gestante sustituta y que concluye con el nacimiento (Madrigal, 2013: 11).

De igual forma manifiesta la relación que ésta tiene con los padres contratantes: “mujer gestante sustituta que lleva en su útero el embrión de los padres subrogados, cuya relación concluye con el nacimiento” (Madrigal, 2013: 8).

Por otra parte, en su texto, el Código Civil para el Estado de Tabasco, en su artículo 92 (CCT, 2014:20) señala:

Artículo 92.

Se entiende por madre gestante sustituta, la mujer que lleva el embarazo a término y proporciona el componente para la gestación, más no el componente genético. Por el contrario, la **madre subrogada** provee ambos: el material genético y el gestante para la reproducción. Se considera madre contratante a la mujer que convenga en utilizar los servicios de la madre gestante sustituta o de la madre subrogada, según sea el caso.

(El uso de negrillas dentro del texto es nuestro.)

Es así como el Código Civil para el Estado de Tabasco, en el artículo 92, cuarto párrafo, establece la referencia expresa a la maternidad sustituta y subrogada, señalándola como una excepción a la presunción tradicional relativa a que el hijo de la mujer casada, hijo de su marido es, pero es omiso a precisar en qué condiciones podrá celebrarse, es decir, gratuitamente o no, entre familiares o entre personas ajenas, etcétera.

En este concepto legal se hacen varias especificaciones: en primer lugar, el hecho de que sean los cónyuges o los concubinos quienes aporten el material genético, esto en razón de que no haya ningún lazo consanguíneo entre la madre gestante sustituta y el producto; en segundo lugar, estableciendo claramente que la relación contractual termina cuando el bebé nace, factores que determinan el concepto de *madre gestante sustituta*.

Se dice que: “...cuando el embrión es implantado en una persona encargada únicamente de llevar a término la gestación, aquí el óvulo será removido de la mujer infértil y será fertilizado con el espermatozoide de su pareja para ser transferido al útero de otra mujer o madre sustituta. En este caso la mujer sustituta –quien lleva el embarazo a término en suplantación de la madre biológica– es quien lleva el embarazo derivado por el óvulo y el espermatozoide de

otra pareja y en consecuencia, no se genera ningún vínculo genético con el producto” (Quincosa, 2010:23).

Son por todos estos motivos que se le denomina *madre gestante sustituta*, porque suple o sustituye la gestación del embrión que la madre biológica no pudo llevar a cabo por cuestiones médicas (o en algunos casos por cuestiones de vanidad, estética, laborales e incluso morales), donde lo único que se sustituye es el cuerpo en el que se va a desarrollar el embrión, manteniendo el material genético de los cónyuges o concubinos.

Por lo que se ve, el término *maternidad subrogada* se entiende primeramente por subrogar: “sustituir o poner a alguien o algo en lugar de otra persona o cosa” (Real Academia Española, 2016); aplicado a la maternidad, es la mujer que reemplazará la gestación, que no puede llevar a cabo la contratante, pero esta definición es omisa al no indicar cuál mujer es la que aportará el óvulo, de dónde proviene el esperma; pero es una denominación de las más acertadas y genéricas que hay.

Así, las diferentes denominaciones que recibe la maternidad subrogada (Rodríguez, 2014: 150) son:

- Alquiler de vientre.
- Alquiler de útero.
- Arriendo de útero.
- Arrendamiento de vientre.
- Donación temporaria de útero.
- Gestación por cuenta ajena o por cuenta de otro.
- Gestación de sustitución.
- Gestación subrogada.
- Madre portadora.
- Maternidad sustituta.
- Maternidad de sustitución.
- Maternidad suplente.
- Maternidad de alquiler.
- Maternidad de encargo.
- Madres de alquiler.
- Madres portadoras.
- Vientre de alquiler.
- *Surrogated motherhood*, denominación en inglés.
- *Barriga de alugel, gestaço de substituiçao o doaço temporária do útero*, denominación en portugués.

A nivel internacional, dada la complejidad de los sucesos y las aristas que implican la maternidad subrogada, por ejemplo, en Francia actualmente

el Comité Consultivo Nacional de Ética debate las denominadas *gestation pour autrui* (gestación para otros), *meres porteuses* (madres de alquiler) o *maternité de substitution* (maternidad subrogada) (MIR, 2010: 175).

*Crítica a la Ley de Maternidad
Subrogada del Distrito Federal*

A los ojos de la justicia, ser adulto significa jurídicamente ser percibido como libre de aceptar riesgos, con capacidad independiente y autoridad necesaria para decidir qué es lo “mejor” para sí mismo, sin conformidad con los deseos paternos.

El ser adulto, y además ser padre, implica ser considerado por la justicia como alguien que tiene la capacidad, la autoridad y la responsabilidad para determinar y para hacer lo que es “bueno” para sus niños, y lo que es “mejor” para la familia entera (Beloff, 2000: 118).

Así, el 26 de noviembre de 1990, ante la V Asamblea Legislativa del Distrito Federal, se presentó la Iniciativa de Decreto por el que se expide la Ley de Maternidad Subrogada para el Distrito Federal, misma que fue turnada para su estudio y posterior dictamen a las Comisiones Unidas de Salud y Asistencia Social y de Equidad y Género.

Los autores, diputados responsables de las Comisiones Unidas de Salud y Asistencia Social y de Equidad y Género, señalan en sus antecedentes que en México existe un millón y medio de parejas que padece infertilidad o esterilidad, de ahí la importancia de regular este problema de salud pública. Precisan que la reproducción humana asistida, ha sido materia de regulación en otros países como Inglaterra, Francia, Italia, Costa Rica y España y argumenta que la Iniciativa busca que se brinde certeza jurídica al derecho consagrado en nuestra Constitución para acceder a los derechos reproductivos, entendidos éstos como parte de los derechos humanos; abordando la maternidad subrogada como una práctica médica mediante la cual una mujer gesta o lleva en su vientre el producto de la concepción de otra y que dicha técnica posibilita el embarazo sin necesidad de que para ello exista cópula, ya que puede desarrollarse a través de la inseminación y la recepción por parte de la madre sustituta del embrión, lo que se denomina FIV con transferencia de embriones, suponiendo que a través de la implantación de mórulas humanas que se formen, existe una mujer que presta su matriz para que se lleve a cabo la gestación y el nacimiento.

La Iniciativa se encuentra estructurada en cuatro títulos y siete capítulos, de la siguiente manera:

TABLA 1. ESTRUCTURA DE LA LEY DE MATERNIDAD SUBROGADA PARA EL DISTRITO FEDERAL

| Título Primero | Título Segundo “De la maternidad subrogada” | Título Tercero “Del procedimiento para la práctica de la maternidad subrogada” | Título Cuarto “De la nulidad y las sanciones de la maternidad subrogada” |
|---|---|---|--|
| Capítulo Único Disposiciones Generales | Capítulo Único De las obligaciones de los médicos tratantes para la práctica médica de la maternidad subrogada | Capítulo Primero De las formalidades del instrumento de la maternidad subrogada | Capítulo Primero De la nulidad de la maternidad subrogada |
| | | Capítulo Segundo Del certificado del nacimiento del menor nacido mediante la maternidad subrogada | Capítulo Segundo De las sanciones en relación con la maternidad subrogada |
| | | Capítulo Tercero Del registro y control de nacimiento de los menores nacidos mediante la maternidad subrogada | |
| Se refiere al objeto de la Ley y su ámbito de aplicación, las autoridades encargadas de velar por su cumplimiento y establece las normas aplicables que regirán una posible controversia o supletoriedad, en caso de presentarse. | Refiere las disposiciones que deberán atender los médicos tratantes, señalando principios como el secreto profesional, así como el asesoramiento médico a todas las partes que intervienen en la práctica médica, explicándoles los riesgos y alcances. | Enuncia los requisitos y formalidades que deberá contener el documento denominado Instrumento para la Maternidad Subrogada, | Prohíbe a los médicos tratantes que realicen la implantación de mórulas humanas sin el consentimiento y plena aceptación de las partes que intervienen y otra serie de disposiciones para proteger sus derechos. |
| Artículos Transitorios | | | |
| 26 de noviembre de 2009 | | | |

Fuente: Adaptada del Dictamen de las Comisiones Unidas de Salud y Asistencia Social y de Equidad y Género de la Iniciativa de Decreto que expide la Ley de Maternidad Subrogada del Distrito Federal, 2016.

Llama la atención lo referido en la Iniciativa de Ley de Maternidad Subrogada para el Distrito Federal al establecer, en su Apartado III, Considerandos, numeral Noveno, emitido por las Comisiones Unidas de Salud y Asistencia Social y de Equidad y Género, lo siguiente:

Noveno. En ese contexto de los derechos reproductivos, podemos hablar del derecho a la reproducción como una expresión de la dignidad humana y del libre desarrollo de su personalidad, mismo que tiene como única limitante, al igual que los demás, el respeto y libertad de los derechos de terceras personas (D.F., V Legislatura, 2010: 5).²

Aunado a esto, establece:

CAPÍTULO PRIMERO DE LOS REQUISITOS DE LAS PARTES QUE INTERVIENEN EN LA MATERNIDAD SUBROGADA

...tales como **la residencia** en el Distrito Federal, lo que ataja la posibilidad de que exista alguna especie de turismo con fines de procreación...

Artículo 16. El contenido de este artículo ...

Siguiendo el orden de las propuestas de modificaciones, se estima que para conservar el espíritu de sin fines de lucro de la propuesta en estudio, se establezca que la mujer gestante deberá tener parentesco por consanguinidad o afinidad con las partes que intervienen en la Maternidad Subrogada, toda vez que estos casos son los más frecuentes por lazos afectivos.

En caso de que no existiera una candidata con estas características, podrá participar cualquier mujer, previo cumplimiento de los requisitos establecidos.

Artículo 54.

Propone la generación de una base de datos de las prácticas de Maternidad Subrogada para los efectos de la Ley (D.F., V Legislatura, 2010: 23).³

(El uso de negrillas dentro del texto es nuestro.)

² Comisiones Unidas de Salud y Asistencia Social y de Equidad de Género. Asamblea Legislativa del Distrito Federal, V Legislatura, p. 5, disponible en: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/58F9FF0BE164102E05257D47006372B9/\\$FILE/archivo-fdf9ce4828184d7d3ab9690807dfblad.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/58F9FF0BE164102E05257D47006372B9/$FILE/archivo-fdf9ce4828184d7d3ab9690807dfblad.pdf)

³ Comisiones Unidas de Salud y Asistencia Social y de Equidad de Género. Asamblea Legislativa del Distrito Federal, V Legislatura, p. 23.

Reconoce también que puede haber casos de afectación a la salud de la madre subrogada, derivados de la inadecuada atención de la práctica de maternidad subrogada, proponiendo corregirlos con demandar en la vía civil el pago de gastos médicos, pero previa certificación médica expedida por la Secretaría de Salud.

**LEY DE MATERNIDAD SUBROGADA
PARA EL DISTRITO FEDERAL
TÍTULO PRIMERO
CAPÍTULO ÚNICO**

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1o. La presente Ley es de orden público e interés social, y tiene por objeto establecer y regular los requisitos y formalidades para efectuar la Maternidad Subrogada.

La Maternidad Subrogada **es la práctica médica consistente en la transferencia de embriones humanos en una mujer, producto de la unión de un óvulo y un espermatozoide fecundados por una pareja unida mediante matrimonio o que vive en concubinato y que aportan su carga o material genético.**

Deberá realizarse protegiendo en todo momento la dignidad de la persona y el interés superior del menor.

Las mujeres en estado civil diferente al señalado en el párrafo anterior podrán acceder a esta práctica médica, siempre y cuando cumplan con los requisitos señalados para la madre subrogada en la presente Ley; para tal efecto, le serán aplicables de manera análoga en lo que corresponda dichas disposiciones.

(El uso de negrillas dentro del texto es nuestro.)

La Ley no visualiza el riesgo implícito en legitimar para los habitantes del Distrito Federal la práctica de la maternidad subrogada, en argumento de respetar, proteger y tutelar derechos humanos, abre la puerta para autorizar el desarrollo de la maternidad subrogada; donde después todo ciudadano mexicano podrán solicitarla, parejas del mismo sexo, mujeres solteras con afán de cuidar su estética, vanidad y engendrar cómodamente, etcétera, es decir, no prevé jurídicamente qué pasaría si una pareja homosexual desean tener un hijo por esta técnica, ni las implicaciones médicas, psicológicas, económicas y jurídicas que se encuentran implícitas en su desarrollo y pueden resultar del mismo.

Artículo 2o. La aplicación de las disposiciones establecidas en la presente Ley, son relativas a la Maternidad Subrogada como práctica médica auxiliar para la procreación entre un hombre y una mujer.

La Maternidad Subrogada **se realizará sin fines de lucro para la madre subrogada y el padre**, y la mujer gestante, además procurará el bienestar y el sano desarrollo del producto de la fecundación durante el periodo gestacional.

(El uso de negrillas y negrillas cursivas dentro del texto es nuestro.)

El Distrito Federal (ahora Ciudad de México) autoriza que se tramite vía convenio ante un juez de lo Familiar, en vía de Diligencias de Jurisdicción Voluntaria, pero jurídicamente es omisa al designar: ¿quién deberá asumir el gasto de este trámite? Y se contradice la propia ley al establecer que es totalmente gratuito.

Estudios demuestran que el Distrito Federal es omiso en *apoyar la nutrición de la madre en estado de gestación o lactancia* (Cámara de Diputados, LX Legislatura, 2008: 91, entonces, ¿quien asumirá este gasto en el transcurso de la maternidad subrogada? Realmente, ¿podrá realizarse gratuitamente el desarrollo de la maternidad subrogada, como lo justifica y establece en su Ley de Maternidad Subrogada para el Distrito Federal?

El Distrito Federal tampoco considera *asistencia médica*, a través de clínicas y hospitales del sector salud o de establecimientos particulares *a la madre en gestación o lactancia*, esto quiere decir que tal asistencia tiene un precio económico; así, la ley en crítica es omisa, para la maternidad subrogada en señalar: ¿quién deberá asumirlo?, si se despenaliza y legaliza con fines no lucrativos.

El Distrito Federal prevé que todos los sectores de la sociedad conozcan las *ventajas de la lactancia materna*, pero al legalizar la maternidad subrogada, establece que el contrato donde las partes intervinientes terminan su contrato es con “la terminación del embarazo” y, lógicamente, se espera que éste termine con el nacimiento, entonces también es omisa al no señalar: ¿quién asumirá la lactancia materna? Y quien la asuma, que se presume será la madre contratante, no podrá asumir una lactancia materna; donde surge la interrogante: ¿eso beneficia al recién nacido? Consecuentemente, la Ley de Maternidad Subrogada para el Distrito Federal no cuida ni tutela el bienestar del menor recién nacido, producto de la subrogación.

La ley en crítica hace una analogía de la maternidad y la maternidad subrogada, al consentirla, permitirla y justificarla porque acontece en países del extranjero y, al autorizarla, sólo la limita a lo económico, hablando y estableciendo la gratuidad, siendo omisa al señalar cómo se va a probar, comprobar o justificar tal gratuidad, que deberá existir para el desarrollo de la maternidad subrogada.

Así, resulta que una mujer abusada en su dignidad personal “por el aspecto económico y su necesidad económica” es sujeta a dominación casi total

y degradación por otra persona(s) contratante(s) y es tratada, más como un objeto de propiedad que como una persona. A menos que el Estado actuara jurídicamente para protegerla, la condición de ésta, presenta una terrible semejanza con la de los esclavos, pues se presume *de facto* que los contratantes ejercen un control sobre la madre subrogada, en el interés de esta misma, en una servidumbre involuntaria concreta e identificable que es prestar o permitir (alquilar) su vientre, lo que involucra restricciones jurídicas a la libertad y propiedad durante el tiempo de gestación, por los padres portadores y/o contratantes del material genético.

Recordemos que la creación y promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos ordenó (tanto por la letra como por su espíritu) que la condición *de facto* de la esclavitud dejaría de existir en México. Proscribe la esclavitud de todas las formas y en todos los lugares, pues sus imperativos son universales.

Pero, ¿qué es concretamente la esclavitud? Una buena definición de trabajo de “esclavitud” es: “una relación de poder de dominación, degradación y reducción a la servidumbre en la cual los seres humanos son tratados como objetos, no como personas” (Beloff, 2000: 156).

Queda implícito en esta definición el rechazo de la idea según la cual la “esclavitud” depende necesariamente de la adultez, de la diferente filiación biológica, de la raza, del trabajo forzado; en otras palabras, una persona puede ser “esclavo”, sea o no menor de edad, haya o no una relación de sangre entre el “amo” y el “esclavo”, tenga o no raíces mexicanas, sea que la esclavización tome o no la forma de trabajo forzado y se encuentre o no oficialmente sancionada por el derecho mexicano.

Por lo tanto, no debe utilizarse el vientre de una mujer para satisfacer las necesidades, satisfactores y placeres de otro ser humano, limitado por su propia naturaleza, aunque esto sea uno de los objetivos biológicos principales en su ciclo de vida.

Conclusiones

Cualquier legislación mexicana no puede ni debe dejar de regular, y menos tolerar, que los seres humanos sean tratados como objetos (mercancía) de experimentación.

No debe existir la esclavitud en cualquiera de sus formas, en lugar alguno, ni el trabajo forzado para el enriquecimiento económico del amo, ni todas las formas de esclavitud, con independencia del motivo último de tal dominación, como podía ser la degradación y deshumanización por codicia, que se presenta en el mercadeo de la maternidad subrogada.

La ley está obligada a regular todas las posibilidades técnicas que se presentan en el campo de la reproducción y procreación humana, pero lo

regulado, por legítimo que pueda ser, pueden no aceptarlo muchos ciudadanos y también ser perjudicial y riesgoso para la salud y vida del ser humano, condiciones que deben clarificarse en la legislación que las aborde.

En el campo de la reproducción humana asistida, puede consentirse socialmente por el anhelo de progreso o confiando en que la ciencia solucionará los problemas de la especie humana, pero al legislar, es condición *sine qua non* reflexionarse en tanto los riesgos que ella implica para el mismo ser humano y la necesidad e importancia de consideraciones axiológicas para su desarrollo.

Bibliografía

- Arteta Acosta, Cindy (2011), Maternidad subrogada, revista *Ciencias Biomédicas*, ISSN: 2215-7840, año 2, vol. 2, junio-noviembre, Colombia.
- Behm, I. I. (1999), Legal, moral & international perspectives on surrogate motherhood: The call for a uniform regulatory scheme in the United States, vol. 3, num. 2, United States of America: *DePaul Journal of Health Care Law*.
- Beloff, Mary (2000), *Derecho, infancia y familia*, Biblioteca Yale de Estudios Jurídicos, Barcelona: Gedisa
- Cámara de Diputados, *Derechos de la Maternidad*, LX Legislatura, Mayo 2008, Disponible en: <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/spi/SPI-ISS-12-08.pdf>
- Código Civil para el Estado de Tabasco, disponible en: <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2006/CDProcesal/pdf/TA2.pdf>
- Asamblea Legislativa del Distrito Federal, V. Legislatura, Comisiones Unidas de Salud y Asistencia Social y de Equidad de Género (2010), Dictamen de las Comisiones unidas de Salud y Asistencia Social y Equidad de Género de la Iniciativa de Decreto que expide la Ley de Maternidad Subrogada del Distrito Federal, p. 5, disponible en: [http://www.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/58F9FF0BE164102E05257D47006372B9/\\$FILE/archivo-fdf9ce4828184d7d3ab-9690807dfb1ad.pdf](http://www.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/58F9FF0BE164102E05257D47006372B9/$FILE/archivo-fdf9ce4828184d7d3ab-9690807dfb1ad.pdf)
- Gracia Guillén, Diego (1987), *Fundamentos de bioética*, Madrid: Eudema.
- Madrigal Méndez, Liliana Ivette (2013), *Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman, derogan y adicionan diversas disposiciones del Código Civil para el Estado de Tabasco*, Exposición de Motivos, s.e., México.
- Mir Candal, Leila (2010), La maternidad intervenida: Reflexiones en torno a la maternidad subrogada, revista *Redbioética/UNESCO*, Uruguay, serie ISSN 20779445, año 1, t. 1, vol. 1, núm. 1, disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193027m.pdf#193204>

- Quincosa Márquez, Rocío Mayrelle (2010), *Análisis sobre la importancia de regular la maternidad subrogada en México*, Tesis para obtener el grado de maestro en derecho, área civil, Universidad La Salle, México.
- Real Academia Española (2016), *Diccionario de la lengua española*, disponible en: <http://dle.rae.es/?id=JA0d5LE> y <http://dle.rae.es/?id=YZ2is6w>
- Rodríguez Martínez, Elí (2014), Los contratos internacionales sobre maternidad subrogada. Un vistazo rápido al derecho comparado, *Revista del Centro de Investigaciones Jurídicas de la Facultad Libre de Derecho de Monterrey*, México, serie 04-2008-063020553200-102, año 3, núm. 13, julio-diciembre de 2014, disponible en: <http://fldm.edu.mx/wp-content/uploads/2015/10/fldm-revista-13.pdf>

CAPÍTULO 4

LA PENSIÓN Y JUBILACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS, IMPACTAN PARA LA REFORMA DE LA UMSNH

Jaqueline Toscano Galeana¹
Norma Laura Godínez Reyes²

Resumen

El presente trabajo contiene información documental y técnica, real y confiable, enfocada en la elaboración de una propuesta para reformar el sistema de pensiones y jubilaciones en las universidades públicas mexicanas, caso la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH). Se trata de una propuesta básica con la finalidad de generar un impacto positivo al interior de la UMSNH, que contribuirá a prevenir y, en su caso, disminuir la carga financiera por el concepto de pensiones de los trabajadores académicos considerando las variables: edad, años de servicio, bono de permanencia y aportación. En ese sentido el objetivo es proponer una reforma al sistema de pensiones y jubilaciones, construido a partir de los diferentes sistemas existentes en las universidades públicas que permita el impacto positivo en las finanzas de la UMSNH.

En la investigación se utilizó el método deductivo, se aplicaron encuestas para tener información de los trabajadores académicos de diferentes categorías a dos facultades y una escuela preparatoria, para que opinaran si están de acuerdo en reformar el sistema de pensiones y jubilaciones de la UMSNH. Asimismo, se realizaron proyecciones utilizando la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas como estudio de caso por ser una de las facultades más grandes de la UMSNH, a manera de investigación de campo. La propuesta formulada toma como base el análisis de las reformas de pensiones y jubilaciones de tres países y

¹ Profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH. jaquelinetoscano@gmail.com

² Profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la UMSNH. godinez5@yahoo.com

cuatro universidades públicas de México, según revisión bibliográfica en la última década.

Palabras clave: pensión, jubilación, universidades públicas.

Abstract

The present work contains real and reliable documentary and technical information, focused on the elaboration of a proposal to reform the pension and retirement system in Mexican public universities, in the case of the Michoacana University of San Nicolas de Hidalgo (UMSNH). This is a basic proposal with the aim of generating a positive impact within the UMSNH, which will help prevent and, if necessary, reduce the financial burden of the concept of pensions of academic workers considering the variables: age, years of service, Bond of permanence and contribution. In that sense, the objective is to propose a reform of the Pension and Retirement system, built from the different systems existing in public universities, which will allow the positive impact on the finances of the UMSNH.

In the investigation the deductive method was used, surveys were applied to have information of the academic workers of different categories to two faculties and a preparatory school, so that they would express, if they agree to reform the system of pensions and retirements of the UMSNH. Also projections were made, using the Faculty of Accounting and Administrative Sciences as a case study, being one of the largest faculties of the UMSNH, as a field research. The proposal is based on the analysis of the pension and retirement reforms of three countries and four public universities in Mexico, according to a bibliographical review in the last decade.

Keywords: *pension, retirement, public universities.*

Introducción

En esta investigación se abordan las reformas de pensiones y jubilaciones que se dieron en las universidades públicas del país, mismas que han sido necesarias y en la actualidad muchas instituciones de educación superior (IES) han tenido que revisar y reformar sus sistemas de pensiones y jubilaciones, dado que los esquemas anteriores simple y sencillamente no pueden continuar debido a las tendencias demográficas y económicas de nuestro país.

En ese sentido, las universidades públicas cuentan con una plantilla de trabajadores académicos de más edad y cercanos al retiro, con mayores expectativas de vida y con ingresos muy por encima del salario mínimo. El sistema de beneficios definidos, que había estado vigente en estas instituciones, ya no

es viable en tales circunstancias. La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) aseguró que la reforma a los sistemas de pensiones y jubilaciones de universidades públicas estatales son necesarias, consideradas focos rojos por el riesgo de quiebra financiera que afrontan, ante dicha situación, en 2001 se integró una comisión conformada por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la ANUIES para analizar la problemática pensionaria de las universidades públicas, donde la mayoría fueron reformadas en años posteriores.

Se detectó que las bases, requisitos y prestaciones por concepto de pensiones y jubilaciones son heterogéneos (SEP, 2006). Ante tal situación, la comisión gestionó ante la Cámara de Diputados la creación de un fondo extraordinario para apoyar las reformas estructurales de los sistemas pensionarios de dichas instituciones con reglas definidas; el cual va por buen camino, luego de iniciar procesos de cambio a leyes orgánicas y estatutos que permitan incrementar la edad mínima para acceder al retiro a 60 o 65 años, así como el número de años laborados, de 25 a 35. Bajo esta situación una de las universidades que aún no han tenido reforma al sistema de pensiones y jubilaciones es la UMSNH y tampoco cuenta con un fondo para solventar la carga financiera que se avecina. Además, para reforzar la propuesta se presentan los resultados de encuestas de opinión realizadas a trabajadores académicos de la UMSNH, en especial de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas (FCCA), Facultad de Odontología (FO) y en el Colegio Primitivo y Nacional de San Nicolás de Hidalgo (CPNSNH). Acompañados de proyecciones al 2027 de las variables consideradas.

Como resultado, se puede ver el caso de la FCCA como resultado de la investigación de campo, el ahorro que tendría reformando el sistema de pensiones y jubilaciones la UMSNH, haciendo uso de las variables consideradas para la investigación, es una manera que el empleador y el trabajador académico contribuyan con el pasivo de contingencia que se va creando con las edades de los trabajadores académicos, con esa variable hay garantía de que haya un fondo para las pensiones y jubilaciones que se presenten y solventarlas, sin correr el riesgo de descapitalización; además, la autoridad de la UMSNH deberá gestionar para hacerse llegar recursos federales o estatales, para el fondo de pensiones y jubilaciones.

A manera de conclusión, la UMSNH, que actualmente es una de las últimas que no han reformado su sistema de pensiones y jubilaciones, de permanecer como está ahora, el periodo de transición a futuro presentará problemas serios de viabilidad del fondo pensionario. No obstante, esta afirmación es muy sensible a las condiciones del medio, de modo que si éstas cambian, la respuesta podría ser diferente. Entre las variables de mayor impacto son las aportaciones, bono de permanencia, años de servicio y edad de jubilación, así como la variable constante la esperanza de vida que debe considerar el

trabajador académico, con ello ayudará a solucionar el aspecto financiero y se fortalecerá el fondo de pensiones y jubilaciones.

Finalmente, la propuesta de reforma al sistema de pensiones y jubilaciones debe ser de carácter integral, que servirá para las universidades públicas, en especial para el caso de la UMSNH, y que con ello puedan fortalecer al propio sistema y a las finanzas de pensiones y jubilaciones.

Descripción del problema

La finalidad original de la pensión era de que el trabajador, cuando llegara al término de su vida laboral y que por su condición física o de salud, ya no podía o no debería continuar en el trabajo, solamente en este caso el Estado, la nación, las instituciones de pensiones, deberían sustituir con la pensión de retiro, una parte digna y suficiente de su salario, para que en lo posible no cambiara sus condiciones y niveles de vida.

Este es el principio de la Norma 102, de la OIT. Lo que generalmente no se ha podido cumplir por las limitaciones financieras de los fondos de pensiones. Pero este principio original se enajenó, porque el efecto de la mayor supervivencia llevó en forma creciente a una mayor proporción de la población en edades avanzadas y, como las edades de jubilación se mantuvieron rígidas, entonces se dio el rebasamiento de estas edades y actualmente lo que ocurre es que ya no se pensiona solamente la vida pasiva, también se están pensionando cerca de la mitad de la vida activa, sin tomarse en cuenta que para eso no estaban destinadas las pensiones. Es importante considerar que la esperanza de vida en México ha aumentado considerablemente, en 1930 las personas vivían un promedio de 34 años, en 1970 vivían 40 años, en el 2000 vivían 74 años y en 2013 a la fecha viven 76 años (INEGI, 2015).

En ese tenor, las cuotas y aportaciones son menores a las necesarias y no se cuenta con una reserva para este rubro, en la mayoría de los casos, además y aunado a lo anterior no existe un sistema formal de cotizaciones.

Considerando lo anteriormente expuesto se describe el problema analizando los casos de las universidades públicas, un porcentaje muy alto del problema que generan las pensiones y jubilaciones de las universidades se debe a que se otorgan pensiones por antigüedad, sin importar la edad, lo cual redundará en jubilaciones a edad temprana. Lo anterior encarece sustancialmente las primas requeridas debido a que se cuenta con un plazo de amortización muy corto y con un periodo de pago de beneficios demasiado largo.

El diseño actual de los sistemas de pensiones y jubilaciones en las universidades públicas es un grave problema de viabilidad institucional: se requerirá un gran porcentaje de su presupuesto global para hacer frente a sus compromisos sustantivos y al pago de prestaciones.

La UMSNH es una de las universidades del país que aún no ha reformado su sistema de pensiones y jubilaciones. En la actualidad las autoridades de la UMSNH dan a conocer que la nómina de los profesores jubilados es muy alta, por lo que es un problema al cual se debe buscar una solución, ya que el pasivo cada día es mucho mayor.

Objetivos

Objetivo general

Formular una propuesta de reforma del sistema de pensiones y jubilaciones construido a partir de los diferentes modelos existentes en el país, que permita el impacto positivo en las finanzas de la UMSNH.

Objetivo específico

Analizar las variables de aportaciones, bonos de permanencia, años de servicio y la edad de jubilación; y su impacto positivo en las finanzas de la UMSNH.

Hipótesis

La *propuesta de reforma del sistema de pensiones y jubilaciones*, construida a partir de las variables: aportaciones, bonos de permanencia, años de servicio y edad de jubilación, impactarán positivamente en las finanzas de la UMSNH.

Justificación

La presente investigación pretende dar una solución a un problema actual que tiene la UMSNH, ya que no cuenta con capacidad económica para solventar las pensiones y jubilaciones dentro de un tiempo corto, por lo que haciendo uso de las variables: aportaciones, bonos de permanencia, años de servicio y la edad de jubilación; el ahorro que se tendría es mayor evitando la jubilación temprana, así como el aumento de la edad y años de servicio. En ese tenor, podemos decir que la cantidad de trabajadores académicos jubilados en la actualidad es, aproximadamente, mil y los trabajadores académicos activos son 3,739 (archivos de la dirección de personal de la UMSNH).

Por lo antes expuesto, y con una Propuesta de Reforma del Sistema de Pensiones y Jubilaciones para la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, se lograría sanar y proteger las finanzas de la universidad michoacana como las del trabajador académico, con las aportaciones y contribuciones del trabajador académico y la propia universidad michoacana.

Además, con el bono de permanencia se pretende minorar el problema del envejecimiento de la planta del trabajador académico, es decir, jubilaciones tempranas y pagos de periodos largos.

Marco teórico

Los regímenes de pensiones y jubilaciones son considerados piedra angular de la seguridad social. Lo que se considera en la investigación para la universidad michoacana, partiendo de que es una empresa dedicada a la educación, por lo que nos permitirá elaborar un sistema de pensiones y jubilaciones adecuadas para que sea operativo.

Los sistemas de pensiones son programas de transferencias instituidos por el Estado, cuyo objetivo es proporcionar seguridad de ingresos a los adultos mayores en un contexto donde los acuerdos informales tradicionales se consideran insuficientes. Los fundamentos que sustentan la creación de los sistemas de pensiones son claros. En las sociedades tradicionales, la manutención de las personas mayores estaba a cargo de la familia o de redes sociales informales que compartían alimentos y bienes producidos por sus miembros, o bien, los ancianos no recibían ningún tipo de sustento, vivían en la pobreza y estaban expuestos a altos índices de mortalidad. Esta necesidad se intensificó con el proceso de transición demográfica, debido a que el porcentaje de adultos mayores en la estructura familiar aumentó lentamente con respecto al de los adultos jóvenes, haciendo menos sostenibles los antiguos acuerdos informales.

Navarro, Torres y Garzón (2010) señalan que un sistema público de pensiones es un mecanismo que el Estado mantiene con el fin de garantizar unos recursos que en teoría (y no siempre en la práctica) permitan mantener un nivel digno de vida a aquellas personas que han dejado de percibir tales recursos por causas ajenas a su voluntad, como la jubilación, la invalidez o la muerte.

La Ley del Seguro Social (2014) considera los tipos de pensión:

- Incapacidad permanente parcial o total.
- Invalidez.
- Retiro.
- Vejez.
- Cesantía en edad avanzada y las derivadas de la muerte del asegurado que son:
 - Viudez.
 - Orfandad.
 - Ascendientes.

Se otorgan con fundamento en el número de semanas cotizadas y en el salario declarado al Instituto.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) es la protección que la sociedad proporciona a sus miembros mediante una serie de medidas públicas contra las privaciones económicas y sociales que, de no ser así, ocasionarían la desaparición o una fuerte reducción de los ingresos. La jubilación es el retiro del mundo laboral por haber cumplido la edad exigida por la ley o por estar incapacitado (*Diccionario de la lengua española*, 2006).

Wilfredo Padilla (2007) aclara que la persona física sujeta a un contrato y relación de trabajo que, habiendo reunido los requisitos de edad, años de servicios o ha sido incapacitado permanentemente por riesgo de trabajo o por riesgo general, considerados estos elementos de manera independiente o combinada, previa la disolución de dicha relación de trabajo, genera a su favor el derecho de recibir el pago de una cantidad periódica vitalicia en los términos establecidos por la ley o el contrato colectivo de trabajo aplicables al caso.

Es importante considerar que la pensión de cesantía en edad avanzada o vejez, el derecho al goce de la pensión de cesantía en edad avanzada, se da cuando el asegurado queda privado de trabajo remunerado a partir de los 60 años de edad, como se ha mencionado en los párrafos anteriores. Tratándose de la pensión por vejez, cuando el asegurado haya cumplido 65 años de edad.

Seguridad social (ISSSTE)

Néstor de Buen Lozano (1995) señala que: “El concepto de seguridad social puede apreciarse desde un punto de vista genérico, que comprende la prevención y remedio de toda clase de riesgos sociales, o bien, como una etapa en la marcha ascendente de la previsión social en la que la contribución personal deja de ser condición para obtener los servicios, y resalta como punto de partida la necesidad.”

Ley de Pensiones y de Retiro

En el DOF, el antecedente inmediato de la Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (LISSSTE) es la Ley de Pensiones y de Retiro publicada el 19 de agosto de 1925 en el DOF. A través de esta ley se crea la Dirección General de Pensiones Civiles y de Retiro, que es el antecedente de la actual junta directiva del ISSSTE. Esta ley tuvo como objeto establecer un sistema bajo el cual el propio trabajador, con la ayuda del Estado, contribuiría a la formación de un fondo sobre el cual apoyaría el otorgamiento de pensiones y préstamos hipotecarios.

De esta ley destaca el derecho a pensión para funcionarios que cumplieran los 60 años de edad y por lo menos 15 años de servicio, y retiro obligatorio para quienes cumplieran los 65 años, pudiendo trabajar el funcionario hasta los 70 años de edad con la autorización correspondiente. Los tipos de pensión que contempló esta ley fueron: la pensión por vejez y la pensión por inhabilitación física o intelectual. La utilización de los sobrantes (excedentes del fondo) que resultaran después de haber hecho los pagos de las pensiones se destinarían para préstamos hipotecarios.

Ley de Pensiones Civiles

La Ley de Pensiones y de Retiro rigió hasta 1947, cuando el presidente Miguel Alemán Valdés expidió la Ley de Pensiones Civiles, publicada en el DOF el 31 de diciembre de 1947, esta ley reguló, dentro de sus prestaciones, la jubilación por vejez. El descuento forzoso para los trabajadores para el Fondo de Pensiones era del 5.50% de sus sueldos, sin tomar en consideración su edad, el porcentaje que debía aportar la Federación, el Departamento del Distrito Federal, los gobiernos de los territorios y los establecimientos públicos descentralizados era del 5.50% de los sueldos de los trabajadores. Tenían derecho a pensión los trabajadores que cumplieran 55 años de edad y contribuyeran normalmente durante 15 años, como mínimo, al Fondo de Pensiones, para lo cual se estableció una tabla de porcentajes de los montos de la pensión, de acuerdo con el número de años de servicios, teniendo como mínimo 40%, el cual aumentaba gradualmente por cada año de servicio.

Modelos de pensiones

Las reformas estructurales transforman fundamentalmente al sistema público, sustituyéndolo total o parcialmente por uno privado. Las reformas no estructurales o paramétricas intentan fortalecer financieramente un sistema público a largo plazo, ya sea aumentando la edad de retiro o las cotizaciones, haciendo más estricta la fórmula de cálculo, etcétera.

Mesa Lago (2004) presenta las 12 reformas estructurales de pensiones existentes en América Latina y ha conformado tres modelos diversos: sustitutivo, paralelo y mixto.

Para Ruiz Moreno (2005), el financiamiento de las grandes universidades públicas proviene del subsidio federal. Para las universidades estatales se combina subsidio federal y local; sin embargo, al igual que los sistemas pensionarios del país, las prestaciones suelen ser muy disímolas en conceptos y cuantías, así como en la forma en que intentan cubrir sus obligaciones, tanto de previsión social como de seguridad social.

En lo que concierne a los profesores de las universidades públicas, por normativa legal o por convenios establecidos, el IMSS, el ISSSTE o las direcciones de pensiones locales asumen la responsabilidad de otorgar las pensiones por jubilaciones laborales.

En ese sentido y para delimitar la investigación respecto a las jubilaciones, consideramos sólo tres universidades públicas para que nos sirvan de base en la elaboración de la propuesta de reforma para la UMSNH, como lo hemos comentado durante el desarrollo de nuestra investigación, ya que es una de las pocas universidades del país que no se ha reformado su sistema de pensiones y jubilaciones, por lo que es un problema que debe resolver con la propuesta de un sistema eficiente. Además, que el trabajador académico siga teniendo una calidad de vida como hasta ahora, y asegurar a la vez su trabajo.

Las tres universidades públicas analizadas son: Universidad de Guadalajara, Universidad Autónoma de San Luis Potosí y Universidad Autónoma de Nuevo León. De estas universidades se tomaron las variables: años de servicio, edad, bono de permanencia y aportación. De esa manera, los trabajadores percibirán un estímulo por diferir su derecho a la pensión llamado bono de permanencia, a partir de su antigüedad. Este bono no formará parte del sueldo regulador al momento de ejercer el derecho a la pensión y se aplicará únicamente durante el periodo de transición.

Por lo que es una gran necesidad de reformar los sistemas de pensiones y jubilaciones en la UMSNH. En la actualidad se han dado a conocer en los medios de comunicación y televisivos, que las universidades públicas se encuentran en crisis financieras y el concepto más grave es el de las pensiones y jubilaciones, por considerarse como un pasivo contingente.

De tal manera que nuestra propuesta es una buena solución para mejorar la eficiencia y eficacia del sistema de pensiones y jubilaciones en la UMSNH.

Análisis y discusión de resultados

El sistema de pensiones y jubilaciones para la UMSNH es en términos teóricos, pero con la certeza de que será eficaz y eficiente cuando se lleve a cabo la reforma de pensiones y jubilaciones, con ello se contesta la pregunta de investigación: ¿La propuesta de reforma del Sistema de Pensiones y Jubilaciones, construido a partir de las variables: aportación, bonos, años de servicio y edad de jubilación, impactará positivamente en las finanzas de la UMSNH?

Se entiende que la propuesta servirá para la UMSNH, ya que es una de las últimas que aún no reforma su sistema de pensiones y jubilaciones, dicha

propuesta se presenta considerando las cuatro variables utilizadas para esta investigación.

En ese tenor, los años de servicio es una variable a considerar, ya que en la actualidad permitía que se jubilaran a edades tempranas y jubilaciones largas, esto genera un déficit mayor para la UMSNH; con la propuesta se pretende lograr que se jubilen a una edad de 30 años de servicio, sería un trabajador de mayor de 55 años y en la actualidad la media de jubilación es de 52 años. Asimismo, la edad deberá ser de 65 años. La edad de jubilación, como una segunda variable, va en función de los años de servicio para poder obtener la pensión íntegra del 100%, esto no permitirá que se dé la jubilación a edad temprana, y disminuye el costo por el concepto de pago a jubilados de edades tempranas.

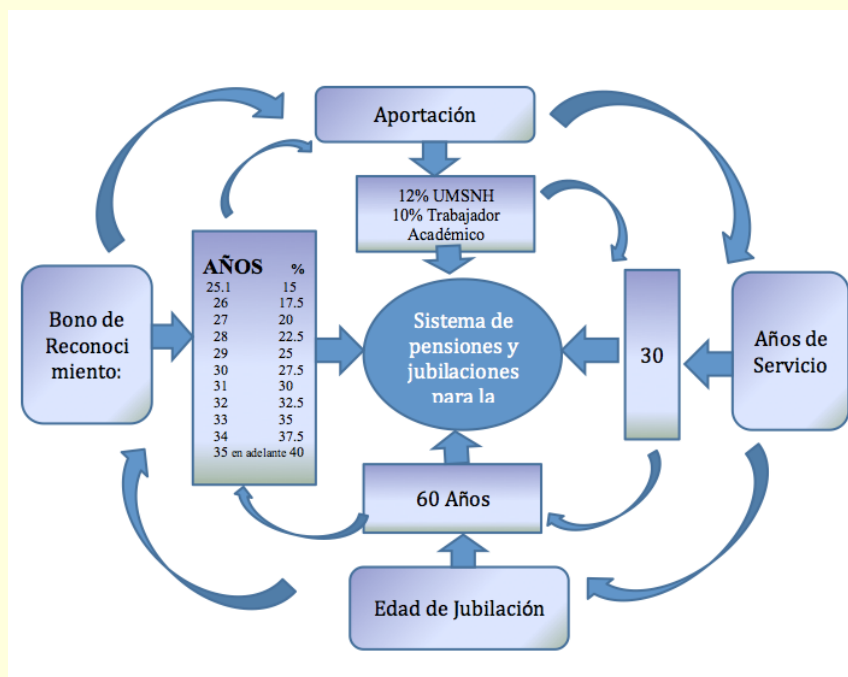
En ese sentido, tener un bono de permanencia como una tercer variable permitirá, después de los 25 años de servicio, de acuerdo al CCT-SPUM (2015), aumentar en un primer año 15% del salario base y 2.5% cada año siguiente hasta llegar a un máximo de 40% del salario y se mantiene fijo, hasta una edad razonable y tener una buena condición física y mental, así como ofrecer a los trabajadores académicos un bono de permanencia satisfactorio, se logrará retener a los trabajadores académicos y se reducirá el número de trabajadores jubilados.

La aportación considerada como la cuarta de las variables es la manera de que el empleador y el trabajador académico contribuyan con el pasivo de contingencia que se va creando con las edades de los trabajadores académicos; con esa variable, hay garantía de que haya un fondo para las pensiones y jubilaciones que se presenten y solventarlas sin correr el riesgo de descapitalización, por lo que se propone en 10% para el trabajador académico y en 12% para la UMSNH.

Si la reforma propuesta es aplicada, se reducirán los gastos financieros por el concepto de pensiones y jubilaciones, dado que la cantidad de trabajadores académicos son, al mes de junio de 2010, 3,739 y mil jubilados, aún se está a tiempo, ya que son por cada trabajador jubilado 3.7 trabajadores activos.

Analizando el total de los trabajadores académicos próximos a jubilarse por años de servicio son: De cero a cinco años, 1,742 trabajadores académicos; de cinco a 10 años, 546 trabajadores académicos; de 10 a 15 años, 401 trabajadores académicos; de 15 a 20 años, 380 trabajadores académicos; de 20 a 25 años, 288 trabajadores académicos, y de 25 en adelante, 382 trabajadores académicos. Es importante cuidar el costo financiero si no se hace una reforma urgente, de manera que sea perfectible conforme se requieran las condiciones que prevalecen en la UMSNH, así como el ahorro que se tendría al considerar la propuesta de reforma en el sistema de pensiones y jubilaciones.

FIGURA 1. PROPUESTA DEL SISTEMA DE PENSIONES Y JUBILACIONES PARA LA UMSNH



Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Se concluye que debe existir un fondo de pensiones y jubilaciones, donde las dos partes contribuyan con porcentajes del 10% para el trabajador académico y 12% para la UMSNH, mismos que forman parte de la propuesta y sugeridos en esta investigación.

La siguiente variable del bono de permanencia, su impacto es retener al trabajador universitario con un bono tentador para que decida quedarse en el ámbito laboral activo y esto fortalece el fondo de pensiones y disminuye la carga financiera de la UMSNH. Asimismo, deberá indagar y buscar estrategias que incentiven la permanencia en el empleo de los trabajadores activos.

Realmente los incentivos que se han comentado en la investigación es dar al trabajador académico actual y a las nuevas generaciones, después de los 25 y 30 años, respectivamente, un bono a los 26 años del 15% de su salario tabular y aumentando 2.5% cada año hasta llegar a 40%, como máximo. Para los trabajadores académicos activo actuales y nuevas generaciones, sería el

porcentaje a partir de 31 años, en ese mismo orden, creemos que es una medida muy alentadora para que el trabajador no se jubile y permanezca activo.

Recomendaciones

Para la UMSNH es importante evitar que el trabajador se retire en cuanto cumpla su derecho a jubilación con el 100%, esto permite observar el impacto en forma notable al fondo de pensiones y jubilaciones, de ahí la importancia de buscar estrategias que promuevan el retiro tardío de los trabajadores académicos universitarios. También gestionar la aportación del gobierno, para fortalecer el fondo de pensiones y jubilaciones.

Considerando las recomendaciones de los actuarios, es que debe haber comunicación entre la universidad michoacana, sindicato y trabajadores académicos para analizar las condiciones de viabilidad financiera y jurídica de los estudios actuariales para ajustarlos de acuerdo a la realidad existente para garantizar la seguridad social de los trabajadores y así poder tener una pensión digna y justa.

El trabajo realizado por analistas, actuarios y con todo lo anteriormente expuesto, no es la solución definitiva a la reforma del sistema de pensiones y jubilaciones, ya que este problema tiene que estar ajustándose de acuerdo con las condiciones, económicas, políticas y sociales del país y de la propia universidad michoacana.

Bibliografía

- Contrato Colectivo de Trabajo (2015), SPUM de la UMSNH.
- De Buen, Néstor (1995), *Seguridad social*, Porrúa, México.
- Diccionario de la lengua española* (2007), Espasa-Calpe.
- Instituto Nacional de estadística y Geografía (2015), recuperado el 10 de marzo del 2015, www.inegi.org.mx/
- Ley del Seguro Social (2014), Ediciones Delma, 1a. ed., México.
- Mesa Lago, Carmelo (2004), “Evaluación de un cuarto de siglo de reformas estructurales de pensiones en América Latina”, *Revista de la Cepal*, 84, diciembre, recuperado el 25 de febrero de 2012, <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/20417/G2258eMesaLago.pdf>
- Ruiz Moreno, Ángel Guillermo (2005), *Los sistemas pensionarios de las universidades públicas de México*, Porrúa, México.
- Wilfredo Padilla, Raúl (2007), *Diccionario Jurídico sobre Seguridad Social, ISSSTE, IMSS*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, recuperado el 15 de mayo de 2013, de: http://es.wikipedia.org/wiki/Jubilaci%C3%B3n#Jubilaci.C3.B3n_ordinaria

PARTE II

LA HEURÍSTICA EMPRESARIAL Y PUBLICITARIA

CAPÍTULO 5

- Análisis de la influencia del efecto territorial en los ratios empresariales de actividades turísticas en enclaves de interior de España y México

CAPÍTULO 6

- La asimetría de la información financiera y el financiamiento, estudio exploratorio en la Mipyme

CAPÍTULO 7

- Modelo de pronósticos como innovación en el control de la producción en una empresa manufacturera

CAPÍTULO 8

- Percepción de la audiencia ante el cambio de imagen corporativa y programación de la XERL, radio pionera de Colima, México

CAPÍTULO 9

- BrandChild: Los jóvenes y su relación con los teléfonos inteligentes en Colima

CAPÍTULO 10

- La gestión contable, una herramienta para el justo cumplimiento de la obligación tributaria y el control financiero en las Pymes de Aguascalientes

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL EFECTO TERRITORIO EN LOS RATIOS EMPRESARIALES DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN ENCLAVES DE INTERIOR DE ESPAÑA Y MÉXICO

María de los Ángeles Zárate Loyola¹
Francisco Javier Jimeno de la Maza²
Mercedes Redondo Cristóbal³

Resumen

El efecto territorio, como expresión de los condicionantes y oportunidades que derivan del contexto geográfico en el que operan las empresas, ha sido frecuentemente integrado en el análisis de las dinámicas competitivas de los sistemas productivos. Asimismo, la literatura empresarial muestra una creciente aceptación de enfoques derivados de la teoría de dependencia de recursos que se centran en la importancia de los vínculos que establecen las organizaciones con su entorno, para explicar en alguna medida las diferencias que se observan en determinadas características económico-financieras de las empresas.

El estudio de la influencia del entorno se revela particularmente útil para el análisis de empresas orientadas a la actividad turística que radican en enclaves que presentan una gran especialización como consecuencia de singularidades de su ámbito territorial, en virtud de las apreciables peculiaridades que esta situación ocasiona. En este marco, el presente trabajo analiza si la pertenencia a entornos culturales distintos y su manifestación a través del efecto territorio ocasiona un impacto diferencial en los ratios contables de empresas involucradas en las actividades turísticas de dos ámbitos geográficos catalogados como destinos de interior, y en las que las características asociadas a su producción turística comparten ciertas similitudes.

¹ Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), México.

² Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Valladolid, España.

³ Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Valladolid, España.

Se efectúan comparaciones con base en los ratios calculados a partir de la información financiera de dos muestras de empresas identificadas como prestadoras de servicios y que se hallan ubicadas en dos regiones turísticas de interior, el estado de San Luis Potosí en México y la Comunidad de Castilla y León en España.

Palabras clave: ratios, actividades turísticas, dependencia de recursos, entorno.

Abstract

The territorial effect, as an expression of the constraints and opportunities that derive from the geographical context in which companies operate, has frequently been integrated in the analysis of the competitive dynamics of the productive systems. Similarly, business literature shows a growing acceptance of approaches derived from resource dependence theory, which focus on the importance of the links established by organizations with their environment, to explain to some extent the differences observed in certain characteristics Economic-financial aspects of enterprises.

The study of the influence of the environment proves particularly useful for the analysis of companies oriented to the tourist activity that reside in enclaves that present a great specialization as a consequence of singularities of their territorial scope, due to the considerable peculiarities that this situation causes. In this context, the present work analyzes if the belonging to different cultural environments and their manifestation through the territorial effect causes a differential impact in the accounting ratios of companies involved in the tourist activities of two geographic areas classified as indoor destinations, and in The characteristics associated with its tourism production share certain similarities.

Comparisons are made based on the ratios calculated from the financial information of two samples of companies identified as service providers and located in two interior tourist regions, the State of San Luis Potosí in Mexico and the Community of Castilla And Leon in Spain.

Keywords: ratios, tourism, resource dependency, environment.

Introducción

Las diferencias que hay en las características económico-financieras que presentan las empresas han sido estudiadas considerando distintas unidades de análisis. La mayor parte de los trabajos, especialmente en lo que se refiere al análisis de la rentabilidad obtenida, contempla la incidencia de tres fuentes

principales de efectos (Camisón, 1996), que serían el efecto correspondiente al país o territorio, los efectos que derivan de la influencia de la industria y los debidos a la actuación de la propia empresa, plano que frecuentemente entronca con la perspectiva estratégica.

En función del enfoque adoptado, existen distintos puntos de vista a la hora de considerar la importancia relativa que alcanza cada uno de esos factores, así como variedad de propuestas que se dirigen a explicar las relaciones de dichos efectos con la competitividad de las firmas y con otras características de su estructura económica y financiera. Dentro de las perspectivas organizacionales de más amplia difusión, hay enfoques que resaltan la importancia que alcanza la función denominada de dependencia de recursos, y que vienen a señalar que las opciones estratégicas de la empresa no deben ser contempladas aisladamente de su entorno y de las limitaciones que impone.

En concreto, habrá determinados contextos en los que resultarán cruciales los vínculos que la empresa establezca en dicho ámbito y que conforman un capital relacional, ya que permitirán obtener recursos críticos capaces de traducirse en ventajas competitivas. Por lo tanto, a la hora de determinar la importancia que puedan llegar a tener el efecto entorno y el efecto empresa sobre las características económico-financieras, este tipo de proposiciones articulan una aproximación a medio camino entre el enfoque externo y el interno, ya que suponen que, aunque el entorno condicione en un cierto grado la estructura económico-financiera de la firma, hay también un margen que permite el desarrollo de actuaciones de adaptación y el aprovechamiento de recursos clave que conduzcan al éxito financiero de la empresa.

El ámbito productivo de las actividades turísticas, en cuyas empresas se centra el presente trabajo, tiene unas peculiaridades distintivas que son repetidamente señaladas por la literatura previa, y que comienzan por las evidentes dificultades que encuentra su propia consideración formal como sector de actividad diferenciado. La realidad pone de manifiesto que en un mismo destino a menudo coexiste un conjunto heterogéneo de entidades oferentes con una vocación decididamente turística que, a efectos de cómputo estadístico, aparecerán consignadas en otras ramas de actividad específica, como las correspondientes a las empresas que se ocupan exclusivamente de la provisión de servicios de restauración o de transporte. Adicionalmente, otra de las características que con frecuencia define al modelo turístico es su especialización vinculada a ámbitos geográficos concretos, basada en un conjunto de elementos que pueden tener una raíz comunitaria (recursos ambientales o naturales, elementos histórico-patrimoniales, acontecimientos culturales o espacios lúdicos y de celebración de eventos, etcétera). Esa especialización territorial, en un segmento turístico determinado, condiciona en gran medida la estructura de la oferta y, en consecuencia, a las organizaciones que componen dicha oferta, observándose en muchos casos que la

dinámica interna de la actividad turística propicia el establecimiento de un gran número de relaciones entre las organizaciones implicadas, que derivan de las múltiples transacciones recíprocas que llevan a cabo, conformando formas típicas de red (Leiper, 1990).

Esta forma de articulación en red es distintiva de actividades turísticas con una fuerte base territorial, donde el primer escalón de competencia se produce entre destinos turísticos, y donde en un mismo enclave no solamente se darán las convencionales relaciones de competencia por el cliente, sino también significativos nexos de colaboración entre unidades de producción con el objeto de prestar un servicio de carácter integral (repartiendo fases como transporte, alojamiento, restauración, etcétera). A su vez, esta disposición en red de los sistemas turísticos sugiere la conveniencia de plantearse marcos teóricos como los fundamentados en la dependencia de recursos, que ponen énfasis en la importancia competitiva que adquieren los vínculos que pueda establecer la firma con su entorno.

Planteamiento

El presente trabajo profundiza en la investigación del impacto diferencial que el efecto territorio supone sobre las características económico-financieras de un conjunto de empresas que comparten ámbito productivo, suposición asentada sobre la base de la teoría de la dependencia de recursos, al considerar que las condiciones de las actividades turísticas escogidas por este estudio se ajustan adecuadamente a este marco teórico. De acuerdo a este enfoque, se asume que la estructura, complejidad y densidad de la red de relaciones entre organizaciones que se produce en un destino turístico concreto constituye un elemento fundamental para allegar ciertos recursos a las organizaciones que son críticos para cumplir con sus objetivos de supervivencia, rentabilidad y crecimiento.

La adopción de una perspectiva centrada en el efecto territorio, al igual que sucede con la del efecto industria, sitúa en el exterior de la empresa la principal fuente de ventaja competitiva (en este caso, en sus relaciones con el entorno, bajo las premisas de la dependencia de recursos). Este punto de vista no es excluyente de la visión interna, pues la capacidad de la organización y su eficiencia en la obtención de recursos a partir de los vínculos exitosos que establezca debe traducirse internamente en una aprehensión de esa ventaja relativa que nace del entorno, lo cual además ha de encontrar reflejo en sus indicadores económico-financieros. Complementariamente, la existencia de distintas circunstancias en diferentes entornos territoriales explicaría las variaciones en competitividad y en la estructura de recursos que caracterizarán al tejido empresarial que opera en cada contexto concreto.

Objetivo general

Efectuar un análisis empírico de la influencia del efecto territorio en los países España y México, se ha llevado a cabo un estudio comparativo partiendo de una serie de ratios contables calculados sobre la base de la información financiera de dos muestras de empresas que han sido identificadas como prestadoras de servicios vinculados directamente a la actividad turística, y que se hallan ubicadas en dos regiones turísticas de interior, el Estado de San Luis Potosí en México y la Comunidad de Castilla y León en España.

El resto del trabajo se ha organizado de la siguiente forma. En el segundo apartado se describen los aspectos de referencia del marco teórico de la dependencia de recursos en que se basan nuestras suposiciones de impacto diferencial del efecto territorio.

A continuación, se describen sucintamente los rasgos principales que caracterizan a los enclaves turísticos escogidos y el perfil de las empresas que operan en esos destinos. Seguidamente se exponen algunos detalles relacionados con la muestra de datos utilizada y sobre su obtención, especificando los ratios elegidos para los análisis realizados. El quinto apartado presenta los principales resultados obtenidos, empezando por los de carácter descriptivo para pasar a comentar aquellos resultados más destacables de los obtenidos con el análisis. Finalmente, se reflejan las principales conclusiones.

Marco teórico

En el marco de las teorías organizacionales basadas en recursos que señalan la importancia que en una organización adquieren las capacidades distintivas, hay determinados desarrollos del campo estratégico que sitúan el foco en las relaciones con el entorno (Hall, 1992).

El entorno supone un factor crítico para ciertos contextos en los que la estrategia empresarial debe adaptarse a las especiales condiciones que impone, de cara a obtener una ventaja competitiva que posibilite el logro de objetivos de éxito empresarial, aspecto que encontrará reflejo en forma de impacto sobre la performance (Pearce y David, 1983).

Asimismo, las relaciones que la empresa establezca en el marco de ese entorno, junto a ciertas características que encuentran su raíz en la propia firma, como las dimensiones con las que opera, son contempladas como condicionantes de otros aspectos del acceso y la estructura de recursos (Powell, Koput y Smith-Doerr, 1996), como ocurre claramente en el caso de la composición de las fuentes de financiación.

Ese conjunto de relaciones con otros agentes del entorno empresarial da lugar a lo que se viene conociendo tradicionalmente como capital relacional que, como cualquier otra forma de capital físico, humano o financiero, es

susceptible de generar retornos. Así, las relaciones de red con el entorno, en las cuales las organizaciones empresariales constituyen los nodos, pueden llegar a convertirse en un recurso para la firma de naturaleza sistémica (Miller y Shamsie, 1996). Además, ese capital relacional se configurará como un elemento primordial cuando haya factores singulares de naturaleza comunitaria en ese entorno que sean susceptibles de allegar recursos críticos a las organizaciones implicadas.

La teoría de la dependencia de recursos emerge en el seno de la dirección estratégica, donde una de las cuestiones más destacables que se analizan son los cambios que se producen en el entorno empresarial y sus consecuencias en forma de dinamismo, estabilidad y turbulencia. La teoría de dependencia de recursos constituye una visión empresarial que parte de la concepción de un sistema abierto y acentúa la importancia que para el éxito competitivo de la empresa tiene la obtención de recursos críticos que se forma a través de interrelaciones y vínculos con terceros situados en el entorno de la empresa y que componen el llamado capital relacional.

Pfeffer y Salancik (1978) resaltan que las firmas dependen estrechamente de su capacidad de vinculación con su entorno exterior, ya que interactúan constantemente con otras organizaciones y con los particulares que acuden a los mercados de factores, productos y servicios. El entorno desempeña un papel esencial al retener o facilitar los recursos que la empresa necesita (Aldrich y Pfeffer, 1976). De esta forma, Finkelstein (1997) afirma que las opciones estratégicas que se presentan deben atender preferentemente al entorno y a las presiones y limitaciones que impone.

Asimismo, y en este marco teórico, Frazier (1983) define la dependencia como el grado en el que una empresa necesita de otras para alcanzar sus objetivos. En consecuencia, el objetivo de la empresa se dirige a ampliar esa red de flujos de intercambio de recursos y conseguir unas condiciones de cierta estabilidad en su entorno que permitan la obtención de una ventaja competitiva. Adicionalmente, Easton (1992) apunta a que la continuidad en la red de interacciones entre organizaciones contribuye a su vez a la generación de entornos estables, que resultarían más propicios para la consecución de las estrategias empresariales.

Si las relaciones que las empresas establezcan con su entorno se contemplan como una importante fuente de ventaja competitiva desde la óptica de las teorías de la organización basadas en la dependencia de recursos, la perspectiva del capital relacional parece muy adecuada para determinadas ramas de actividad del sector turístico, específicamente para aquellos segmentos en los que su modelo de negocio descansa en las interconexiones con recursos comunitarios y con otras organizaciones. El ejemplo más claro son los productos complementarios que oferta un destino turístico, con el apoyo de infraestructuras comunitarias y públicas, constituyendo un sistema

complejo de interrelaciones entre organizaciones que conforma un esquema particularmente apto para ser analizado desde el marco teórico de la dependencia de recursos. A este respecto, la literatura cita dos características que presentan las industrias turísticas y que tienen singular relevancia para evaluar la aptitud de ese esquema de dependencia de recursos:

1. Las interrelaciones entre agentes implicados estructuran un conjunto de vínculos en diferentes niveles (Poon, 1990), a veces de superposición, en casos como el del alojamiento hostelero que subcontrata actividades de transporte para que su clientela realice excursiones y, a veces, de relaciones complementarias, cuando diferentes compañías ofrecen alojamiento, restauración o transporte en la prestación de un mismo servicio turístico (Leiper, 1990).
2. Con frecuencia los destinos turísticos suelen tener una estructura fragmentada de la oferta que engloba un buen número de sectores que no están genuinamente encuadrados en actividades turísticas, sino que formalmente se asignan a otros ámbitos como transporte de viajeros, restauración, etcétera. Asimismo, la naturaleza institucional de la oferta puede ser muy variada, conviviendo entidades privadas con públicas o semipúblicas que participan activamente en canales de la oferta. Ambas características llegan a tener gran importancia en determinados territorios configurados como destinos turísticos. Este tipo de combinación estructural no solamente crea las tradicionales relaciones de competencia en busca del cliente, sino también cooperaciones o alianzas que en ocasiones se producirán puntual y espontáneamente para que el cliente disfrute de una experiencia turística integral (Grefe, 1994).

Si se acepta que la influencia del entorno será más importante para una empresa concreta como consecuencia de que el grado de dependencia de recursos de su rama de actividad sectorial resulte elevado, una cuestión que se plantea es el nivel de influencia que determinados elementos (que se integran en ese entorno de raíz institucional, cultural o social) van a tener sobre la estructura, funcionamiento y resultados de las firmas. Obviamente, las empresas son organizaciones que actúan en el contexto social e institucional de un país que cuenta con factores estructurales y coyunturales distintivos respecto a otros ámbitos territoriales.

Recíprocamente, y aunque ese entorno condicione en ciertos aspectos, las empresas tienen autonomía y margen para actuar adaptándose a su entorno particular y aprovechando de él los recursos clave para sus objetivos de supervivencia y de éxito competitivo. Pues bien, en virtud de la raíz vinculada a un espacio geográfico de la mayoría de esos efectos culturales, sociales o institucionales, podría asumirse una consideración conjunta de sus repercusiones

que se encuentre englobada en el efecto territorio, y que comúnmente sería identificada en el contexto nacional de un país, en la medida que diferentes países mantienen diferencias socioculturales e institucionales.

En la influencia del efecto territorio sobre las empresas han tenido una significativa repercusión las propuestas de Hofstede (1980), corroboradas por múltiples estudios posteriores, referidas al impacto que la cultura nacional llega a tener sobre las organizaciones. Dicha influencia parece apartarse de las fronteras geográficas para formar conglomerados de países entre los que la distancia en cuanto a cultura organizativa puede ser muy variada, dependiendo de distintas dimensiones de referencia. La idea puede ser interesante en tanto en que los dos contextos analizados en nuestro trabajo están muy alejados geográficamente, lo que conlleva obvias diferencias en el entorno general; sin embargo, comparten ciertas similitudes en cuanto al segmento y características de la industria, enfoque de la oferta o características de las empresas implicadas y del tipo de demanda al que se dirigen.

Realmente, en las diferencias culturales se incluye toda una serie de aspectos de los que hay conciencia de que son suficientemente divergentes como para que su repercusión sobre las organizaciones también sea distinta, pero que resulta difícil de evaluar aisladamente y en términos equivalentes. Entre otros elementos, se incluirían en este conjunto de aspectos algunos como la regulación normativa (no solamente la de carácter mercantil, sino la propia específica del sector turístico, la de ordenación del transporte, etcétera); la intervención del sector público, sea a través de la oferta directa al cliente, o sea indirecta a través de soporte de actuaciones de promoción institucional; los perfiles de la demanda y su poder adquisitivo; las características y diferenciación de enclaves competidores; las posibilidades empresariales de acceso a la financiación; las prácticas contables; la coyuntura económica, que es un significativo condicionante en general y más particularmente en el ámbito de la demanda turística, etcétera.

Además, el papel de la cultura se pone de manifiesto mucho más en empresas pequeñas y familiares, ya que la investigación demuestra que este tipo de organizaciones suele estar sujeta a un ambiente de emoción irracional que en ocasiones se aleja del comportamiento maximizador económico (Johannisson y Huse, 2000).

*La configuración del sector turístico.
Especial referencia a los ámbitos estudiados*

Tanto España como México, países en los que se ubican los enclaves turísticos que son objeto de estudio en el presente trabajo, se caracterizan desde hace décadas por la importante contribución que realiza el sector turístico a la producción nacional. No obstante, la articulación interna a escala nacional

de la oferta turística dibuja un escenario en el que se aprecian diferencias sustanciales entre unos y otros destinos dentro de cada uno de esos países.

En este sentido, la situación del nicho de mercado turístico que podría atribuirse a los dos territorios escogidos, el estado de San Luis Potosí y la Comunidad de Castilla y León, comparte unos paralelismos notorios para dos contextos geográficos tan alejados físicamente, en el sentido de que se trata de dos regiones de interior en las que se ha optado por el impulso público a un turismo cultural, histórico-patrimonial, paisajístico, ecológico, de naturaleza o de manifestaciones culturales y artísticas o populares, y ese modelo de turismo interior se ha ido consolidando a medida que se suman los agentes que componen la oferta de los destinos ubicados en el enclave. En ambos casos se produce la coincidencia de configurarse como destinos alternativos al turismo vacacional de litoral que tanta importancia alcanza en ambas naciones.

Hay que tener presente que en el turismo cultural vinculado al medio natural emerge la importante cuestión del conservacionismo y de los valores ambientales como un punto destacable de esas relaciones entorno-empresa turística. A su vez, es un turismo relativamente menos dependiente de factores climáticos, y, en cierta medida, de las costumbres de visitantes nacionales en cuanto a periodos de descanso o vacacionales, pues no se basa fundamentalmente en paquetes vacacionales que impliquen periodos prolongados de estancia. Además, si la red de relaciones entre agentes de un mismo enclave alcanza especial relevancia en cualquier actividad turística, este aspecto cuenta con mayor importancia en los destinos que tienen factores de atracción estrechamente vinculados al territorio (espacios protegidos, monumentos, celebración de acontecimientos, etcétera) y difícilmente imitables por destinos competidores.

En cuanto a los factores institucionales relativos a las empresas de la oferta de estos destinos turísticos, las estadísticas disponibles permiten constatar la elevada proporción que microempresas, pequeñas y medianas empresas suponen en el tejido económico de la 11 actividad turística de San Luis Potosí y de Castilla y León, así como la fuerte incidencia de las empresas con una alta concentración de propiedad familiar.⁴

Datos y metodología

Las muestras de datos se han obtenido de una selección de empresas radicadas en cada uno de los dos territorios escogidos (estado de San Luis Potosí, México, y Comunidad Autónoma de Castilla y León, España), siempre que previamente hayan podido ser relacionadas con la actividad turística

⁴ La importancia de las empresas familiares en el sector turístico mexicano ha sido puesto de relieve por la literatura previa (Esparza, García Pérez de Lema y Duréndez, 2009).

(aunque no se clasifiquen como tal a efectos administrativos, sino en otros epígrafes alternativos). En total son 50 empresas, 25 de cada región. De cada una de estas empresas se han obtenido las cuentas anuales del ejercicio 2015. Obviamente, la elaboración de la información recopilada se ha realizado conforme a la normativa de aplicación en cada uno de los dos países (España y México).

Las reformas que se han producido en ambos casos, y que ya se deberían reflejar en las cuentas anuales de los ejercicios escogidos, han aproximado los sistemas contables aplicables. También, lógicamente, la presentación de las cuentas anuales se ha realizado en las unidades monetarias que corresponden a cada país. Las dos submuestras se componen de empresas de medianas y pequeñas dimensiones, teniendo información respecto al predominio de estructuras de propiedad familiares, por lo que hay que tener presente las implicaciones en cuanto a fiabilidad y calidad de la información financiera que están asociadas a entidades de menor tamaño.

En cuanto a los ratios empleados, cuya formulación se indica en la tabla 1, además de aquellos representativos de la rentabilidad, se han considerado otros relativos al resto de características económico-financieras de la empresa, y que se dirigen a analizar la estructura económica y financiera, la garantía, la solvencia o la liquidez, ya que de acuerdo a algunas contribuciones de la literatura previa, de las proposiciones de la teoría de la dependencia de recursos también podrían suponerse ciertos efectos sobre las políticas financieras de las firmas, en la medida que el establecimiento de vínculos exitosos con el entorno abra más posibilidades a la obtención de recursos financieros, así como de conseguirlos a un coste comparativamente menor o de renegociar plazos con clientes y proveedores en mejores condiciones, sobre todo si se asumen esas relaciones de asociación que se presumen dentro del enclave turístico.

TABLA 1. RATIOS UTILIZADOS EN EL ANÁLISIS

| | |
|----|--|
| R1 | Activo no corriente/Activo total |
| R2 | Existencias/Activo corriente |
| R3 | Deudores/Activo corriente |
| R4 | Disponible/Activo corriente |
| R5 | Patrimonio neto/Total patrimonio neto y pasivo |
| R6 | Pasivo corriente/Total patrimonio neto y pasivo |
| R7 | Pasivo no corriente/Total patrimonio neto y pasivo |
| R8 | Activo corriente/Pasivo corriente |



→ Continúa (Tabla...)

| | |
|-----|---|
| R9 | (Deudores + disponible)/Pasivo corriente |
| R10 | Disponible/Pasivo corriente |
| R11 | Total activo/Exigible total |
| R12 | Exigible total/Patrimonio neto |
| R13 | Beneficio antes de impuestos/Importe neto de la cifra de negocios |
| R14 | Importe neto de la cifra de negocios/Activo no corriente |
| R15 | Importe neto de la cifra de negocios/Activo corriente |
| R16 | Beneficio antes de impuestos/Activo total |
| R17 | Beneficio antes de impuestos/Patrimonio neto |

Resultados

En la tabla 2 se presentan algunos estadísticos descriptivos para las empresas de la muestra situadas en España, mientras que la tabla 3 indica esa misma información para las empresas de la muestra ubicadas en México. En ambos casos se han incluido los resultados de los ratios determinados de forma conjunta para el sector de cada país, mediante su cálculo sobre el agregado de las magnitudes contables individuales que intervienen en la formulación de cada indicador.

De la simple observación de los estadísticos descriptivos se pueden extraer algunos rasgos claramente diferenciales, como la referida a las rentabilidades, pues tanto en rentabilidad económica como en rentabilidad financiera la media de las empresas de la muestra de México supera ampliamente los valores medios de las empresas de la muestra de España.

TABLA 2. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS PARA EMPRESAS DE LA MUESTRA DE ESPAÑA

| | Cálculo s/ magnitudes agregadas | Media | Desviación típica | Mínimo | Máximo | Asimetría tipificada | Curtosis tipificada |
|----|---------------------------------------|-------|----------------------|--------|--------|-------------------------|------------------------|
| R1 | 0.78 | 0.67 | 0.30 | 0.02 | 0.97 | -2.06 | -0.18 |
| R2 | 0.06 | 0.17 | 0.29 | 0.00 | 0.93 | 3.73 | 2.15 |
| R3 | 0.62 | 0.48 | 0.36 | 0.00 | 0.99 | -0.20 | -1.71 |
| R4 | 0.32 | 0.34 | 0.30 | 0.00 | 0.96 | 1.71 | -0.52 |
| R5 | 0.67 | 0.46 | 0.27 | 0.03 | 0.96 | 0.44 | -1.03 |

→

→ Continúa (Tabla...)

| | Cálculo s/ magnitudes agregadas | Media | Desviación típica | Mínimo | Máximo | Asimetría tipificada | Curtosis tipificada |
|-----|---------------------------------------|-------|----------------------|--------|--------|-------------------------|------------------------|
| R6 | 0.17 | 0.26 | 0.21 | 0.03 | 0.75 | 1.56 | -0.37 |
| R7 | 0.35 | 0.27 | 0.23 | 0.00 | 0.84 | 1.16 | -0.34 |
| R8 | 1.24 | 2.10 | 3.47 | 0.11 | 17.60 | 8.20 | 18.35 |
| R9 | 1.17 | 1.97 | 3.51 | 0.06 | 7.60 | 8.10 | 17.95 |
| R10 | 0.39 | 0.86 | 1.52 | 0.00 | 5.96 | 4.96 | 5.73 |
| R11 | 1.87 | 3.39 | 4.86 | 1.03 | 24.7 | 7.89 | 16.73 |
| R12 | 1.14 | 3.20 | 5.83 | 0.004 | 28.00 | 7.37 | 14.72 |
| R13 | 0.14 | 0.04 | 0.03 | 0.00 | 0.12 | 1.18 | -0.44 |
| R14 | 10.45 | 12.30 | 35.58 | 0.016 | 160.28 | 7.53 | 14.06 |
| R15 | 2.45 | 5.66 | 5.97 | 0.37 | 27.02 | 4.77 | 6.31 |
| R16 | 0.02 | 0.04 | 0.06 | 0.00 | 0.24 | 4.11 | 4.02 |
| R17 | 0.05 | 0.12 | 0.11 | 0.00 | 0.37 | 2.21 | 0.26 |

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 3. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS
PARA EMPRESAS DE LA MUESTRA DE MÉXICO**

| | Cálculo s/ magnitudes agregadas | Media | Desviación típica | Mínimo | Máximo | Asimetría tipificada | Curtosis tipificada |
|-----|---------------------------------------|-------|----------------------|--------|--------|-------------------------|------------------------|
| R1 | 0.73 | 0.51 | 0.32 | 0.15 | 0.99 | 0.96 | -1.66 |
| R2 | 0.50 | 0.45 | 0.17 | 0.00 | 0.68 | -3.06 | 2.95 |
| R3 | 0.45 | 0.48 | 0.16 | 0.00 | 0.83 | -1.32 | 3.09 |
| R4 | 0.04 | 0.07 | 0.08 | 0.01 | 0.35 | 5.05 | 6.42 |
| R5 | 0.84 | 0.76 | 0.13 | 0.44 | 0.98 | -0.63 | 0.34 |
| R6 | 0.10 | 0.20 | 0.13 | 0.01 | 0.49 | -0.12 | -0.71 |
| R7 | 0.05 | 0.03 | 0.11 | 0.00 | 0.55 | 9.18 | 21.6 |
| R8 | 2.60 | 2.78 | 1.42 | 0.07 | 6.03 | 1.24 | 1.32 |
| R9 | 1.29 | 1.40 | 0.54 | 0.07 | 2.51 | -1.23 | 2.28 |
| R10 | 0.11 | 0.14 | 0.15 | 0.02 | 0.63 | 4.41 | 4.32 |
| R11 | 6.31 | 8.22 | 9.88 | 1.77 | 44.42 | 5.16 | 7.08 |
| R12 | 0.19 | 0.36 | 0.28 | 0.02 | 1.29 | 3.51 | 4.36 |
| R13 | 0.23 | 0.26 | 0.09 | 0.16 | 0.49 | 2.05 | 0.32 |
| R14 | 1.58 | 4.78 | 4.39 | 0.59 | 13.38 | 1.84 | -0.63 |

→

→ Continúa (Tabla...)

| | Cálculo s/ magnitudes agregadas | Media | Desviación típica | Mínimo | Máximo | Asimetría tipificada | Curtosis tipificada |
|-----|---------------------------------------|-------|----------------------|--------|--------|-------------------------|------------------------|
| R15 | 4.36 | 9.07 | 15.73 | 0.97 | 70.77 | 6.27 | 10.29 |
| R16 | 0.27 | 0.33 | 0.11 | 0.16 | 0.63 | 2.47 | 1.90 |
| R17 | 0.32 | 0.45 | 0.19 | 0.16 | 0.93 | 1.83 | 0.67 |

Fuente: Elaboración propia.

La aplicación de técnicas paramétricas y no paramétricas para comprobar la existencia de diferencias entre las empresas de la muestra ubicadas en España y las de México ofrecen resultados significativos para algunos de los ratios estudiados.

En la tabla 4 se presentan los p-valores que se han obtenido de la aplicación de contrastes de Análisis de la Varianza (ANOVA), que se dirige a buscar dichas diferencias significativas entre las medias de los dos niveles del factor (correspondientes a empresas de México y a empresas de España), así como del contraste no paramétrico de Kruskal-Wallis, que está basado en las diferencias entre las medianas de las distribuciones. Complementariamente, se indican los resultados del p-valor del test de Levene, que, cuando alcance valores por debajo del nivel de significación considerado, alerta sobre la imposibilidad de asumir una igualdad de varianzas entre ambos niveles del factor y, por lo tanto, cuestiona los resultados del ANOVA, motivo por el cual en tales casos será preferible atender a los resultados del test de Kruskal-Wallis.

TABLA 4. RESULTADOS DE CONTRASTES ANOVA, TEST DE KRUSKAL-WALLIS Y PRUEBA DE LEVENE

| | p-valor ANOVA | p-valor Kruskal-Wallis | Test de Levene |
|----|---------------|------------------------|----------------|
| R1 | 0.07 | 0.14 | 0.53 |
| R2 | 0.00* | 0.00* | 0.28 |
| R3 | 0.97 | 0.69 | 0.00 |
| R4 | 0.00* | 0.00* | 0.00 |
| R5 | 0.00* | 0.00* | 0.00 |
| R6 | 0.22 | 0.38 | 0.03 |
| R7 | 0.00* | 0.00* | 0.03 |
| R8 | 0.02* | 0.00* | 0.39 |
| R9 | 0.42 | 0.06 | 0.19 |

→

→ Continúa (Tabla...)

| | p-valor ANOVA | p-valor Kruskal-Wallis | Test de Levene |
|-----|---------------|------------------------|----------------|
| R10 | 0.06 | 0.12 | 0.02 |
| R11 | 0.03** | 0.00* | 0.15 |
| R12 | 0.01* | 0.00* | 0.03 |
| R13 | 0.00* | 0.00* | 0.00 |
| R14 | 0.09 | 0.12 | 0.23 |
| R15 | 0.31 | 0.71 | 0.25 |
| R16 | 0.00* | 0.00* | 0.03 |
| R17 | 0.00* | 0.00* | 0.05 |

Nota: Los cálculos sobre los ratios R8, R10 y R14 se han realizado sobre la función transformada raíz cúbica, con el objeto de mejorar sus propiedades estadísticas, debido a su fuerte alejamiento de la hipótesis de normalidad sobre todo en lo que se refiere a la simetría de la distribución.

Fuente: Elaboración propia.

A la luz de tales resultados, se podría decir que no hay una diferencia sustancial en la estructura de inversiones que presentan los dos niveles de la muestra en lo que se refiere a la distribución entre las inversiones a corto y largo plazos; sin embargo, dentro del activo corriente, sí que hay diferencias significativas para uno y otro contexto entre los importes que se destinan a existencias y los que se mantienen como disponibles.

Asimismo, la estructura financiera ofrece diferencias significativas tanto en la participación relativa que alcanzan los recursos consignados en el patrimonio neto (en las observaciones correspondientes a México la proporción media sobre el total de recursos financieros es de un 76%, superando al 47% al que llegan los casos correspondientes a España), como en la intensidad del recurso al endeudamiento a largo plazo, prácticamente inexistente en el caso de las empresas de México, como bien demuestran algunos de los estadísticos descriptivos (la media del ratio que mide el endeudamiento a largo plazo es de 0.03, mientras que en el caso de España la media de este indicador es de 0.27).

En general, los niveles de endeudamiento son más elevados para las empresas españolas consideradas. Los ratios de garantía reflejan también las diferencias significativas en la estructura financiera entre ambos niveles de la muestra. Igualmente, el ratio de liquidez muestra diferencias significativas, siendo los niveles superiores en el caso de las empresas mexicanas. Por último, en los márgenes y rentabilidades se puede observar que los valores comparativamente mucho más elevados que obtienen las observaciones de la

muestra que corresponden a empresas mexicanas producen, asimismo, que los contrastes efectuados evidencien diferencias significativas. Baste señalar que la media de la rentabilidad económica se sitúa en 26% para empresas mexicanas, mientras que en el caso de las españolas alcanzan unos valores medios del 4%.

Si se acepta la aplicación al contexto de las dos submuestras de empresas de las proposiciones de la dependencia de recursos, con base en las especificidades que impone el entorno de cada enclave turístico, todas estas diferencias encontradas en los ratios calculados estarían señalando una repercusión distinta del efecto territorio, muy posiblemente derivada de los distintos condicionantes de cultura organizacional que envuelven a cada destino, y al cual se están acomodando las relaciones de las firmas con su entorno en sus procesos de obtención de recursos y de ventajas competitivas; por ejemplo, en el caso de México el escenario escogido no parece particularmente propicio a la financiación a través de endeudamiento a largo plazo, la oferta turística parece requerir de unos mayores importes de recursos destinados a existencias y los niveles de rentabilidad que coyunturalmente están consiguiendo las empresas serían comparativamente muy elevados.

Por último, se ha procedido a aplicar a la muestra técnicas de regresión logística, donde la variable dependiente dicotómica era la ubicación de cada observación en el entorno estudiado de México o en el de España, con un doble propósito. En primer término, se trata de comprobar que los ratios para los que se han encontrado diferencias significativas son capaces de discriminar adecuadamente entre la ubicación de las empresas de la muestra en uno u otro entorno.

Por otro lado, se ha buscado el mejor modelo posible, entendiendo como tal aquel en el que determinados ratios lleguen a explicar la mayor parte de la variabilidad original de la distribución de la muestra. Los resultados de la tabla 5 indican los ratios por los que finalmente se ha optado (ya que los p-valores asociados a su estimación ponen de manifiesto su significación), así como los coeficientes obtenidos. La interpretación de tales resultados estaría indicando que el ratio R2 (que relaciona existencias con activo corriente), el ratio R11, que está midiendo los niveles de garantía y el ratio R17, que mide la rentabilidad financiera, serían suficientes para predecir con un alto grado de fiabilidad si una empresa de la muestra pertenece al subgrupo de las enclavadas en México o bien corresponde a las de España.

Complementariamente, ello conduciría a afirmar que las mayores diferencias en cuanto a características económico-financieras de las empresas analizadas de uno y otro territorio se producen en las que miden estos ratios.

TABLA 5. RESULTADOS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA

| Variable | Estimación | p-valor |
|-----------|------------|---------|
| Constante | 19.99 | 0.00 |
| R2 | -13.60 | 0.00 |
| R11 | -1.24 | 0.00 |
| R17 | -45.29 | 0.00 |

Notas: variable dependiente: 1 = España; 0 = México
% desviación explicado = 84.18%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

La especialización de las actividades turísticas de ciertos enclaves, basada en su estrecha vinculación a elementos de un ámbito geográfico concreto que suelen tener carácter comunitario (recursos ambientales o naturales, elementos histórico patrimoniales, acontecimientos culturales o espacios lúdicos y de celebración de eventos, etcétera), conduce, en muchos casos, a una dinámica interna del destino turístico propicia al establecimiento de un gran número de relaciones entre las organizaciones implicadas, que derivan de las múltiples transacciones recíprocas que llevan a cabo, conformando formas típicas de red.

Esta disposición del entorno encuentra encaje en los enfoques derivados de la teoría de dependencia de recursos, que se centran en la importancia de los vínculos que establecen las organizaciones con su entorno, para explicar en alguna medida las diferencias que se observan en determinadas características económico-financieras de las empresas. Por otro lado, el efecto territorio, como expresión de los condicionantes y oportunidades que derivan del contexto geográfico en el que operan las empresas, suele integrarse con frecuencia en el análisis de este tipo de sistemas productivos.

En el presente trabajo se ha analizado si la pertenencia a entornos culturales distintos y su manifestación a través del efecto territorio ocasiona un impacto diferencial en los ratios contables de empresas involucradas en las actividades turísticas de dos ámbitos geográficos catalogados como destinos de interior, y en las que las características asociadas a su producción turística comparten ciertas similitudes.

A tal fin, se han efectuado comparaciones con base en los ratios calculados a partir de la información financiera de dos muestras de empresas que han sido identificadas como prestadoras de servicios de este tipo y que se hallan ubicadas en dos regiones turísticas de interior, el estado de San Luis Potosí en México y la Comunidad de Castilla y León en España.

Los resultados obtenidos señalan que hay diferencias en varias de las características económico-financieras consideradas, que bien pudieran atribuirse al efecto territorio y a sus repercusiones sobre las relaciones que se establecen entre las organizaciones de cada entorno, condicionando la forma en la que las empresas del enclave turístico acceden a los recursos y a la ventaja competitiva. Concretamente, las diferencias se aprecian entre la distribución de los recursos destinados a activo corriente, en la estructura de financiación, donde la política de las empresas españolas de la muestra indica unos niveles de endeudamiento mucho mayores, en lo referido a garantía, en el ratio de liquidez y en los márgenes y rentabilidades, que en el caso de las empresas de la muestra pertenecientes a México son comparativamente muy elevados.

Las mayores diferencias en cuanto a características económico-financieras de las empresas analizadas de uno y otro territorio se observan en los ratios representativos de la composición del activo a corto plazo, en el ratio de garantía y en la rentabilidad financiera.

Bibliografía

- Aldrich, H. E. y J. Pfeffer (1976), "Environments of Organizations", *Annual Review of Sociology*, 2: 79-105.
- Camisón, C. (1996), *Dinámica de la competitividad de la Pyme española en la década 84-94: Efecto país, industria, empresa*, Economía Industrial, 310:121-140.
- Easton, G. (1992), *Industrial networks: A review*, en Axelsson, B. y G. Easton (Eds.), *Industrial networks: A new view of reality*, Routledge, London: 3-27.
- Esparza Aguilar, J. L.; D. García Pérez de Lema y A. Duréndez Gómez Guillamón (2009), "Gestión estratégica y competitiva de las empresas familiares turísticas mexicanas: Un estudio empírico", *Revista EAN*, (66): 5-30.
- Finkelstein, S. (1997), "Interindustry merger and resource dependence: A replication and extension of Pfeffer (1972)", *Strategic Management Journal*, 18: 787-810.
- Frazier, G. L. (1983), "Interorganizational exchange behavior in marketing channels: A broadened perspective", *Journal of Marketing*, 47: 68-78.
- Greffé, X. (1994), "Is rural tourism a lever for economic and social development?", en Bramwell, B. y B. Lane (Eds.), *Rural tourism and sustainable rural development*, Clevedon, Channel View Publications, 22-40.
- Hall, R. (1992), "The strategic analysis of intangible resources", *Strategic Management Journal*, 13: 135-144.
- Hofstede, G. (1980), "The cultural relativity of organizational practices and theories", *Journal of International Business Studies*, (14) 2: 75-89.

- Johannisson, B. y M. Huse (2000), "Recruiting outside board members in the small family business: An ideological challenge", *Entrepreneurship and Regional Development*, (12): 353-378.
- Leiper, N. (1990), *Tourism systems*, Massey University, Business Studies Faculty.
- Miller, D. y J. Shamsie (1996), "The resource-based view of the firm in two environments: The Hollywood film studios from 1936 to 1965", *Academy of Management Journal*, 39 (3): 519-543.
- Pearce, J. A. y F. R. David (1983), "A social network approach to organization design performance", *Academy of Management Review*, 8: 436-444.
- Pfeffer, J. y G. Salancik (1978), *The external control of organizations: A resource-dependency perspective*, Harper & Row, New York.
- Poon, A. (1990), "Flexible specialization and small size: the case of Caribbean tourism", *World Development*, 18 (1): 109-123.
- Powell, W. W.; K. W. Koput y L. Smith-Doerr (1996), "Inter-organizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology", *Administrative Science Quarterly*, 41: 116-145.

CAPÍTULO 6

LA ASIMETRÍA DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y EL FINANCIAMIENTO, ESTUDIO EXPLORATORIO EN LA MIPYME

Luis Octavio Ríos Silva¹
Sergio Iván Ramírez Cacho²
María Sánchez Losoya³

Resumen

Se expone la problemática actual en la evaluación financiera para el otorgamiento de financiamientos bancarios a la micro y pequeña empresa, en las ciudades de Colima, Villa de Álvarez y Manzanillo, en el Estado de Colima, México, partiendo de la asimetría que presenta la información financiera real de estas organizaciones con la información financiera declarada para fines tributarios, y con la información financiera que se entrega a las instituciones bancarias para solicitar un crédito. Se presentan los resultados de entrevistas con ejecutivos bancarios de distintas instituciones, realizadas para conocer la problemática común que se presenta al evaluar solicitudes de créditos de micro y pequeñas empresas, así mismo, se exponen los resultados de entrevistas con empresarios, de las ciudades antes mencionadas, para conocer cuáles son las dificultades que enfrentan al preparar la información que les solicitan las instituciones bancarias. Se analizarán las principales características de asimetría en la información financiera que presentan las micro y pequeñas empresas, y el impacto que esto tiene en su evaluación crediticia.

¹ Maestro en finanzas por la Universidad de Colima, PTC, adscrito a la fcam de la Universidad de Colima. Miembro del UCOL-CA088, sus líneas de investigación y docencia abarcan las finanzas, costos empresariales y el emprendimiento. lrios0@ucol.mx

² Doctor en contabilidad y auditoría por la Universidad de Cantabria, España. Maestro en fiscal, PTC, adscrito a la FCAM de la UCOL. Miembro del S.N.I I. Líder del UCOLCA088, sus líneas de investigación y docencia se proyectan sobre los procesos de convergencia con IFRS, ISAS, XBRL y TICS. sergio_cacho@ucol.mx

³ Contadora pública por la Universidad de Colima, PTC adscrita al Instituto Tecnológico de Colima, sus líneas de docencia e investigación abarcan la contaduría y el emprendimiento. cpmsanchezl@hotmail.com

Palabras clave: asimetría, información financiera, financiamiento bancario.

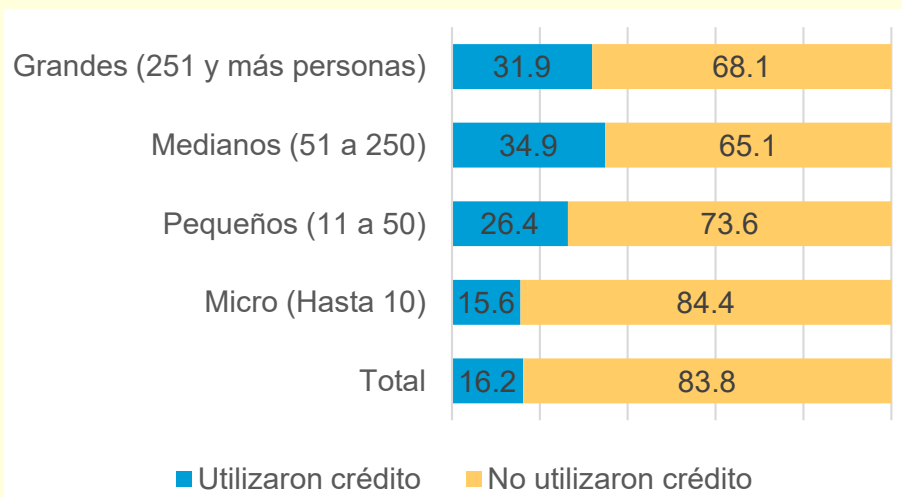
Introducción

Es una realidad que México posee un sistema financiero orientado al financiamiento de grandes y medianas empresas, lo cual explica la alta participación de financiamiento externo en la operación de empresas nacionales. Según Lecuona (2009), del total del financiamiento que reciben las empresas mexicanas, alrededor de 42% proviene del exterior. Este sistema difiere en la operación de otros países, los cuales, independientemente del tamaño de las empresas, el financiamiento procede principalmente de recursos internos.

En consecuencia, la entrada de los bancos multinacionales a la economía mexicana desplaza a las Pymes del crédito empresarial y tiende a concentrarlo en las grandes corporaciones.

Por lo tanto, el acceso al financiamiento bancario para la micro empresa en México es limitado, y para la pequeña empresa aún presenta algunas restricciones, en la mayoría de los casos para ambos tipos de organizaciones el financiamiento bancario se oferta con altas tasas de interés. Por su parte, los dueños de este tipo de empresas recurren principalmente al financiamiento interno, según el INEGI (2014), en su censo económico, 73.6% de las pequeñas empresas no utilizaron créditos, y tan sólo 15.6% de las micro empresas recurrieron a financiamientos externos, como se puede apreciar en la figura 1.

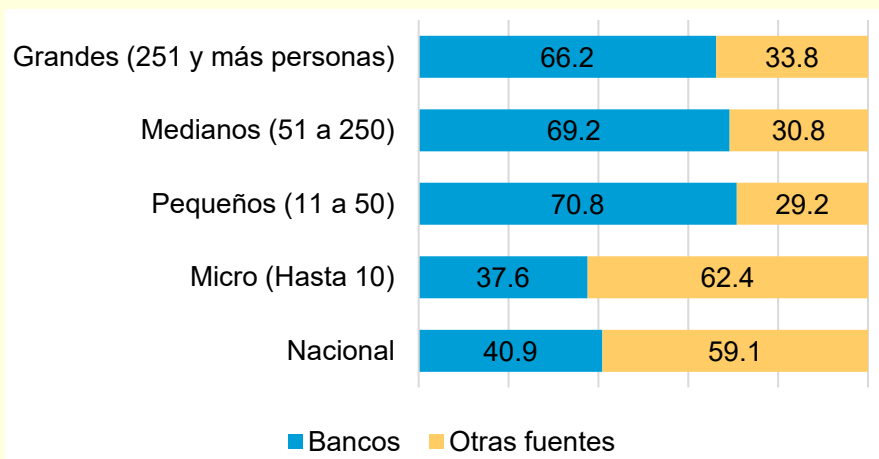
FIGURA 1. UTILIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO



Fuente: Censo económico 2014 del INEGI.

Sin embargo, algunas micro y pequeñas empresas sí logran acceder a financiamientos de fuentes externas, en la figura 2 se observa que en el año 2013, de acuerdo al INEGI (2014), en México el financiamiento externo de las micro empresas proviene mayormente de fuentes no bancarias, dicho financiamiento se obtiene principalmente de proveedores, familiares, prestamistas privados y cajas populares, representando en este tipo de empresas el 62.4% de sus fuentes; la pequeña empresa tiene un mayor acceso al financiamiento bancario, en el año 2013, este tipo de financiamiento representó el 70.8% de las fuentes de financiamiento externas utilizadas por entidades que tienen de 11 a 50 empleados.

FIGURA 2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO UTILIZADAS



Fuente: Censo económico 2014 del INEGI.

Por otro lado, en referencia a lo establecido en la teoría de la jerarquización, la cual, según Mongrut, Fuenzalida, Pezo y Teply (2010) exponen que “los microempresarios prefieren financiarse con recursos propios para evitar el problema de asimetría de información que trae consigo la deuda”, esto queda confirmado con el bajo porcentaje de micro empresas que recurren a las instituciones bancarias, a pesar de los esfuerzos gubernamentales por incrementar el financiamiento para los micro negocios. El papel que juega la asimetría de la información financiera en las micro empresas les afecta en mayor medida que a las pequeñas, puesto que las primeras enfrentan mayores dificultades en la formalización de los registros de su información contable.

Desde el punto de vista de las instituciones bancarias, las principales causas que limitan el otorgamiento de créditos a las pequeñas empresas son los costos de financiación y la dificultad de evaluar el historial de la Pyme.

Por tal motivo, la falta de acceso a los recursos financieros o la disposición inadecuada de ellos reducen el potencial de inversión y crecimiento de las empresas (Tybout 1983; Nabi 1989) citado por Ramírez-Urquidy, Mungaray y Guzmán Gastelum (2009). Las restricciones al crédito se convierten en obstáculo para los micros establecimientos, pues se ven limitados a incrementar su productividad a través de la inversión en activos fijos (maquinaria y equipo) o incrementar sus ventas atendiendo las necesidades del mercado en tiempo y forma.

De igual manera, entre los obstáculos a los que se enfrentan las Pyme para la aprobación y obtención de un crédito bancario se encuentran altas tasas de interés, exceso de trámites, también llamado burocracia bancaria y la escasez de garantías requeridas por las instituciones financieras. Asimismo Martínez (2007) citado por Lecuona (2009), expuso en la 70 Convención Bancaria las problemáticas a las que se enfrentan las Pymes para acceder al crédito de la siguiente forma:

- No cuenta con formación, información y capacidad de gestión financiera.
- Renuencia de las instituciones financieras para financiar proyectos de bajo monto.
- Abrumadoras exigencias de trámites.
- Mayores costos de financiamiento con relación a las grandes empresas.
- Los trámites insumen tanto tiempo que, cuando finalmente se recibe el crédito, es demasiado tarde para utilizarlo.

Aunado a lo antes expuesto, el proceso de evaluación crediticia de una micro o pequeña empresa es complejo y burocrático, es frecuente que las organizaciones no estén preparadas para integrar los expedientes que requieren las instituciones bancarias, tan sólo para ingresar su solicitud y, cuando ya han logrado esto, entonces comienzan una segunda etapa complicada, que es la evaluación de su expediente financiero, la complejidad tiene su origen en la *Asimetría de la información financiera* que presentan las micro y pequeñas empresas. Dicha situación genera desconfianza en las instituciones bancarias, ya que llegan a existir diferencias entre la información que se les presenta a los bancos, la información que declaran a las autoridades hacendarias e incluso, con la información real de ese tipo de entidades económicas.

Marco teórico

La asimetría de la información financiera genera desconfianza, según Martín y Mancilla (2010), es fundamental establecer políticas y procedimientos de control interno que brinden seguridad de que, durante el flujo operativo de la organización, las transacciones que realice y las transformaciones internas,

sean registradas oportunamente. Esta condición permitiría a los ejecutivos evaluadores de solicitudes de créditos bancario conocer y determinar de manera objetiva la capacidad de pago de una empresa, a partir de la obtención de indicadores reales, y también se podrían identificar, con criterios más sólidos, aquellas empresas a las cuales no se les debería de otorgar un financiamiento.

Es importante señalar que cuando un empresario busca financiamiento para su negocio, conoce mejor la información que su prestamista, así como su capacidad de pago y su voluntad de efectuar su obligación. De la misma forma que el prestamista no conoce a manera cierta el fin que le dará al préstamo. Por lo anteriormente expuesto, según Greenwood & Jovanovic (1990), Habibullah & Eng (2006), citado por Padilla-Pérez & Fenton (2013): “Al reducir asimetrías de información entre prestamistas y prestatarios, el sistema financiero canaliza los recursos a los sectores más productivos, lo que alienta la eficiencia económica y el bienestar social”. Por lo antes mencionado, es importante conocer la situación actual de existencia de asimetría en la información financiera de micros y pequeñas empresas, que pretenden obtener un financiamiento bancario, incluso resulta pertinente conocer qué tan común es que la información financiera que maneja este tipo de entidades presente asimetría, aun cuando no hayan recurrido al financiamiento bancario.

De acuerdo con (Padilla-Pérez y Fenton, 2013) la asimetría de la información financiera está entre los factores potencialmente vinculados a la oferta de crédito a las Mipymes, junto con los costos de transacción, protección de acreedores y factores culturales y regulatorios. Esto se explica por el riesgo en que incurren las instituciones bancarias cuando deciden otorgarle crédito a la micro o pequeña empresa, puesto que no tienen la certeza, al menos en su evaluación financiera, del retorno de su capital y ganancias.

Por otra parte, es difícil para la micro empresa asegurar que al acceder al crédito cuente con los recursos suficientes para el pago de los intereses, lo cual es un punto a favor de la desconfianza de los intermediarios financieros. Los prestamistas prefieren proteger sus recursos mediante reembolsos a corto plazo como medida de protección de su inversión (Gómez Martínez, García Pérez de Lema y Marín Hernández, 2009), por lo que los pequeños empresarios se ven afectados debido al corto plazo del crédito a un mayor costo (Bellina Yrigoyen, 2004).

Además, otra de las razones por la cual las instituciones bancarias optan por racionalizar el crédito a los micro y pequeños establecimientos tiene que ver con el uso que le da el prestatario al financiamiento, el desvío del recurso para satisfacer necesidades personales, es por ello que los bancos deben realizar diversas investigaciones de la viabilidad crediticia de las empresas que buscan financiamiento para asegurar que el recurso sea destinado a lo pactado en el contrato; asimismo, las regulaciones exigen el conocer sobre el historial crediticio, la viabilidad del proyecto y la situación económica actual

del negocio, por lo general los bancos prefieren otorgar créditos a empresas con grandes inversiones en activos fijos haciendo frente como garantías que aseguran el pago del préstamo.

El problema de la asimetría en la información financiera fue analizado a detalle por Bellina Yrigoyen (2004), quien explica que la información asimétrica representa un riesgo para los bancos cuando se presenta alguna de estas condiciones:

1. El que requiere el financiamiento oculta información necesaria para conocer el uso del recurso y sus flujos esperados.
2. El banco no puede evitar la defraudación ya que no tiene información objetiva ni control suficiente sobre el deudor.
3. Existe posibilidad de que el deudor no pague y su responsabilidad sea limitada.

Si se llegara a dar unos de los tres acontecimientos anteriormente mencionados, la empresa cuenta con asimetría de la información financiera.

Es importante resaltar que para el sector del micro y pequeño negocio no es fácil encontrar a quien esté dispuesto a otorgarles financiamiento. Para poder explicar la escasa accesibilidad a las fuentes de financiamiento externo, según Cabrera & Mariscal (2005), se debe empezar por distinguir tres posturas: la oferta, demanda y el entorno.

Las micro y pequeñas empresas tiene una alta demanda de financiamientos y un porcentaje proviene de instituciones bancarias; sin embargo, no todas las empresas que solicitan un préstamo bancario logran obtenerlo, esto es debido a que las entidades prestamistas limitan su oferta, obedeciendo al comportamiento de distintos factores, el riesgo crediticio es el que mayor relación tiene con la incertidumbre que genera la asimetría de la información financiera; por otro lado, el entorno en el que se encuentran las organizaciones también juega un papel importante en la relación de créditos solicitados *versus* créditos otorgados, la disposición de efectivo por parte de los bancos, el número de competidores en el mercado crediticio o las políticas económicas restrictivas o expansivas que el gobierno dicte en ese momento, harán un entorno propicio para la restricción o crecimiento del financiamiento bancario.

Metodología

El propósito de este trabajo es conocer si actualmente hay asimetría de la información financiera en las micro y pequeñas empresas que solicitan financiamiento bancario en los municipios de Colima, Villa de Álvarez y Manzanillo, tres de los más importantes del estado de Colima en cuanto a actividad

económica. Para alcanzar este objetivo, se diseñaron dos cuestionarios, mismos que fueron aplicados en mayo de 2016.

El primer cuestionario se aplicó a nueve ejecutivos bancarios en los municipios de Colima y Villa de Álvarez, y a tres ejecutivos en el municipio de Manzanillo; dicho cuestionario constó de 15 preguntas, de las cuales siete se enfocaron en identificar el tipo de documentación financiera y no financiera que las instituciones bancarias solicitan a los micro y pequeños empresarios, así como la justificación para requerirles dicha información. Dentro del mismo cuestionario se diseñaron tres preguntas que buscaron determinar si los ejecutivos bancarios han encontrado asimetría en la información financiera de las micro y pequeñas empresas que les solicitan financiamientos; por último, a través de cinco cuestionamientos se obtuvo información referente a indicadores y criterios de evaluación de crédito utilizados por los bancos, número de solicitudes de créditos recibidas y número de financiamientos otorgados en el último año a las micro y pequeñas empresas.

El número de cuestionarios aplicados permitió abarcar a 90% de las instituciones de banca múltiple que se ubican en el estado de Colima, de éstas, sólo Scotiabank no ofrece crédito a las Pymes, las demás instituciones ubicadas en el estado, como Banamex, BBVA, HSBC, Banorte, Santander, BanBajío, Inbursa, Afirme y Banco Azteca fueron entrevistadas, lo que permitió conocer el estado actual que tiene la asimetría de la información financiera en las micro y pequeñas empresas que solicitan un préstamo bancario en los municipios de Colima, Villa de Álvarez y Manzanillo.

Por otro lado, en la investigación se aplicó un segundo cuestionario a las micro y pequeñas empresas de los municipios antes mencionados, en total fueron 29 los empresarios entrevistados.

En relación con lo anterior, se utilizó un muestreo por conveniencia para determinar las características de las empresas a entrevistar en los tres municipios, cuidando que el tipo de empresas considerara el vocacionamiento económico de las ubicaciones geográficas objeto de este estudio, sin embargo, en algunos casos no se pudieron concretar las entrevistas por falta de disposición de los empresarios, no obstante, la muestra utilizada si resulta representativa en cuanto a cualidades y características cuantitativas más comunes de las micro y pequeñas empresas de los municipios de Colima, Villa de Álvarez y Manzanillo.

En el cuestionario se utilizaron 16 preguntas, las primeras dos permitieron identificar el tipo de información financiera que se genera en las empresas, y quién la realiza; con cuatro cuestionamientos se obtuvo información respecto del tipo de transacciones que realizan, lo que permitió determinar el nivel de formalidad de sus transacciones y registros. Con cuatro preguntas se pudo conocer específicamente si hay asimetría en la información financiera que generan los empresarios, así como uso que éstos le dan a dicha información;

finalmente, el cuestionario utilizó cinco preguntas para conocer la experiencia, del micro y pequeño empresario, en la solicitud de préstamos bancarios, en caso de haberlos solicitado en los últimos cinco años.

A continuación, en la tabla 1 se muestran las características de las micro y pequeñas empresas entrevistadas.

TABLA 1. LISTADO DE EMPRESAS ENTREVISTADAS

| Número | Nombre de la empresa | Ubicación | Actividad específica | Número de Trabajadores |
|--------|----------------------------|-------------|----------------------|------------------------|
| 1 | Carnicería Ruiz | Villa de A. | Carnicería | 11 |
| 2 | Cremería Don José | Colima | Cremería | 5 |
| 3 | Cremería Macías | Colima | Cremería | 4 |
| 4 | Ferretería El Caminante | Colima | Ferretería | 23 |
| 5 | El Golfito Colima | | Minisuper | 9 |
| 6 | Mueblería Ureña | Colima | Mueblería | 5 |
| 7 | Panadería Cacheto | Villa de A. | Panadería | 4 |
| 8 | Cenaduría Mercedes | Villa de A. | Restaurante | 20 |
| 9 | El Atracadero | Colima | Restaurante | 12 |
| 10 | La Habanera | Colima | Semillas y granos | 18 |
| 11 | Alsa | Villa de A. | Software | 13 |
| 12 | La Puerta Negra | Colima | Taquería | 34 |
| 13 | Tortillería Rocío | Colima | Tortillería | 10 |
| 14 | Aguilar Joya | Manzanillo | Agencia aduanal | 11 |
| 15 | Pedro Martínez y Asociados | Manzanillo | Agencia aduanal | 18 |
| 16 | Sin nombre (confidencial) | Manzanillo | Constructora | 10 |
| 17 | Ferretería del Valle | Manzanillo | Ferretería | 7 |
| 18 | Best Western | Manzanillo | Hotel | 32 |
| 19 | Coral Pacífico | Manzanillo | Hotel | 15 |
| 20 | Hotel Las Brisas | Manzanillo | Hotel | 11 |
| 21 | Hotel Star | Manzanillo | Hotel | 15 |



→ Continúa (Tabla...)

| Número | Nombre de la empresa | Ubicación | Actividad específica | Número de Trabajadores |
|--------|----------------------|------------|----------------------|------------------------|
| 22 | Mueblería Lulú | Manzanillo | Mueblería | 5 |
| 23 | Pescadería Vargas | Manzanillo | Pescadería | 6 |
| 24 | Café Costeño | Manzanillo | Restaurante | 5 |
| 25 | Juanitos | Manzanillo | Restaurante | 21 |
| 26 | La Isla | Manzanillo | Restaurante | 11 |
| 27 | Pizzería Portofino | Manzanillo | Restaurante | 8 |
| 28 | Su-Sushi | Manzanillo | Restaurante | 8 |
| 29 | Uniformes Vargas | Manzanillo | Venta de uniformes | 12 |

Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, la variedad de giros económicos de las empresas entrevistadas permitió conocer la situación actual de la asimetría de la información financiera desde distintos contextos de la micro y pequeña empresa de los municipios de Colima, Villa de Álvarez y Manzanillo. Si bien es cierto, el número de empresas estudiadas no es una muestra representativa para el estado de Colima; sin embargo, la información obtenida es muy útil para el diseño de estrategias de asesoría financiera especializada para este tipo de organizaciones.

Resultados

De acuerdo con la información otorgada por los ejecutivos de Crédito Pyme de las diferentes instituciones bancarias, los requisitos que se les solicita a los empresarios varían de acuerdo con lo establecido en cada banco. BanBajío es la institución que exige mayor especificación posible en la información financiera requerida, algunos de los requisitos son: la última declaración fiscal, estados financieros internos de los últimos dos ejercicios con relaciones analíticas, y estados financieros internos parciales no mayores a dos meses con relaciones analíticas; por otro lado Banorte, HSBC, BBVA e Inbursa solicitan declaraciones fiscales e identificaciones del negocio y del solicitante de crédito Pyme; Banamex y Santander no solicitan declaraciones fiscales.

El gerente de Scotiabank de Colima comentó que no otorga Créditos Pyme, lo cual pone en desventaja al banco, comparado con las instituciones mencionadas anteriormente, donde sí ofrecen este tipo de créditos.

Por otra parte, las instituciones bancarias analizan de los estados de cuenta, principalmente: saldos promedio, depósitos mensuales si son en efectivo o transferencias, pérdidas y ganancias, recuperación en sus ciclos financieros y apalancamiento. Los ejecutivos de Crédito Pyme de las instituciones bancarias antes mencionadas afirman que el análisis de estas cuentas es una forma de conocer la solvencia, capacidad de pago, utilidades y principalmente si es una empresa sana, con excepción de BanBajío e Inbursa, donde no se requieren los estados de cuenta para su análisis en el otorgamiento de créditos Pyme.

Con respecto a los requisitos que se les exigen a los pequeños empresarios, haciendo énfasis en los estados financieros, Banorte es el único en solicitar el flujo de efectivo y HSBC solamente solicita balance general, a diferencia de Inbursa y BanBajío, que requieren estados de resultados y balance general; sin embargo, para BBVA, Banamex y Santander no es relevante dicha información.

Los ejecutivos bancarios entrevistados afirman que las diferencias entre la información financiera real de las empresas y la información financiera que les presentan para solicitar un préstamo son de regular importancia o muy significativas, únicamente el ejecutivo de BanBajío afirmó que las diferencias encontradas son irrelevantes.

Por lo anterior, la mayoría de los ejecutivos bancarios coinciden en que es muy común encontrar diferencias en la información financiera de las declaraciones fiscales con la información financiera que presentan las pequeñas empresas. El ejecutivo de BBVA comentó que no puede recomendar que las empresas no realicen dicha práctica ya que lo hacen por cuestiones 100% fiscales y se convierte en la decisión de cada empresa.

La razón de que haya asimetría en la información en las micro y pequeñas empresas es una práctica normal a la que se enfrentan día a día los ejecutivos, esto no obstaculiza que se lleve a cabo el proceso para la solicitud del crédito puesto que cada banco permite un porcentaje de diferencia entre la información real contra la información que se declara; sin embargo, el ejecutivo de Banamex afirma que en las sucursales del estado no establecen ningún porcentaje de variación permitida, porque sólo se analiza la información considerando que todo sea viable para poder mandar los expedientes a la Ciudad de México, donde existe personal encargado de revisar la información y sólo ellos tienen la facultad de decidir sobre el otorgamiento del crédito.

En consecuencia, los ejecutivos Pyme de los bancos entrevistados concuerdan en que los empresarios “maquillan” sus estados financieros, la mayoría de las veces por evasión de impuestos, y esto hace que el banco no conozca la información real de la entidad económica solicitante de créditos, esto, a su vez, provoca que el monto otorgado no sea el que la empresa necesita realmente.

Para concluir, algunas de las sugerencias y recomendaciones de los ejecutivos bancarios hacia los pequeños empresarios, con respecto al manejo de su información financiera, es que lleven una contabilidad actualizada y que sea lo más real posible, tener su buró de crédito en orden y que sus finanzas estén lo más sanas posibles.

En cuanto a los resultados del estudio aplicado a los empresarios se encontró lo siguiente:

- El 62% de los empresarios comentó que quien genera la información financiera para los aspectos fiscales es el contador externo, 31% contestaron que se realiza en conjunto la empresa y el contador, el 7% lo ejecuta sólo la empresa.
- Generalmente el tipo de información que genera la empresa es el balance general y el estado de resultados con 87%; 10% únicamente genera estado de resultados y 3% sólo realiza balance general.

Cabe mencionar que se detectaron algunos casos donde los empresarios no conocían con exactitud el tipo de información financiera que genera la empresa, como se mencionó anteriormente, el contador externo en su mayoría es quien realiza dicha práctica.

- Abordando las ventas, se determinó que únicamente 14% de las empresas manejan transacciones 100% de contado, la mayoría (el 86%) opera con financiamiento a sus clientes. En lo que respecta al pago de sus costos y gastos, se determinó que 31% de las micro y pequeñas empresas entrevistadas tienen sus operaciones de 100% al contado, es decir, que únicamente 69% de las empresas entrevistadas logran obtener financiamientos en sus costos y gastos de operación.

Lo antes señalado tiene especial relevancia, ya que esta liquidez resulta fundamental en la evaluación crediticia de las micro y pequeñas empresas.

- El problema de la omisión de ingresos es grave en las micro y pequeñas empresas, y aunque no se puede asegurar que todas las ventas en efectivo son omitidas en su información financiera, por la carga fiscal que ello significaría, esta práctica es cotidiana, lo cual impediría un adecuado análisis de la capacidad de pago de las empresas.

En este sentido, el estudio permitió conocer que tan sólo 14% de las empresas manejan todas sus ventas a través de depósitos bancarios, en contraste, 12 de las 29 empresas manejan rangos superiores al 80% de ventas en efectivo. Es en esta situación donde radica el punto de quiebre para la existencia de la asimetría en la información financiera de la micro y pequeña empresa, ya que, al tener ventas en efectivo, muchas veces sin requerimiento de comprobante fiscal digital, los empresarios se ven tentados a la omisión de ingresos, lo que genera la asimetría.

- Al analizar la forma de pago en que los micro y pequeños empresarios liquidan sus costos y gastos operativos, el estudio muestra que 52% manejan una proporción igual o mayor a 80% de pagos mediante depósitos bancarios.

En general, el estudio permitió identificar que es mayor la proporción de empresas que utilizan transacciones bancarias para liquidar compras y gastos, que la proporción de empresas que reciben sus ingresos a través de depósitos en bancos. Esto constituye otro punto crítico para la existencia de asimetría en la información financiera, puesto que es común que el micro y pequeño empresario no registre contablemente todas sus ventas, pero sí registra la mayoría de sus egresos, con el simple propósito de disminuir su utilidad gravable.

- Por otra parte, el 93% de los empresarios mencionaron que los estados financieros de su empresa si concuerdan con la realidad de lo que se declara ante las dependencias hacendarias, y 7% dijo que no concuerdan, y la principal razón es 100% fiscal.
- En lo que se refiere al conocimiento de las Normas de Información Financiera (NIF), se detectó que el 52% si las conoce, pero pone en duda su respuesta, y el 48% dijo que realmente no las conocía, puesto que es el contador quien se encarga de esos temas.
- Finalmente, el trabajo de investigación permitió conocer que en la mayoría de las empresas en los últimos cinco años no habían realizado ningún trámite de tipo bancario, sin embargo, siendo menos de la mitad, sólo 38% si han ejecutado dicha práctica, de los cuales todos aseguraron que no han tenido ningún problema para que se les otorgue dicho crédito, el cual fue utilizado para: adquirir materias primas y equipo para el negocio, remodelaciones o realizar inversiones. El 62% que no ha realizado este tipo de trámite afirmó que la principal razón ha sido porque no se ha requerido, falta de tiempo y porque, además, son bastantes los trámites que se deben realizar.

Conclusiones

La realización de estudios exploratorios como éste, permite conocer la realidad de distintas problemáticas que enfrentan las empresas, para el grupo de investigación que expone este trabajo resulta relevante la información obtenida de este estudio de campo, por las siguientes razones:

- Se identificó el tipo de información financiera y no financiera que actualmente está siendo analizada por las instituciones bancarias del estado de Colima para el análisis de la capacidad crediticia de las micro y pequeñas empresas. Esto permitirá diseñar asesorías y proyectos especiales para

apoyar a los empresarios que requieren financiamiento, con lo que el trabajo de investigación resultó pertinente y sus resultados se podrán traducir en propuestas concretas.

- Constatamos que las instituciones bancarias sí están otorgando financiamientos a la micro y pequeña empresa, no obstante, la asimetría de la información financiera existente afecta directamente los montos de financiamiento autorizados.
- La hipótesis de que existe asimetría en la información financiera de la micro y pequeña empresa se comprobó, de acuerdo con los resultados del estudio, el manejo de los recursos y la información financiera dentro de las organizaciones presenta características comunes de asimetría, y en la opinión de los ejecutivos bancarios es una condición muy común.

Bibliografía

- Bellina Yrigoyen, J. E. (noviembre de 2004), Dificultades crediticias de las Pymes derivados de la información asimétrica, *Invenio*, 7(13), 103-126, obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87713708>
- Cabrera, R. y Mariscal, M. (11 de mayo de 2005), Colección de Tesis Digitales Universidad de las Américas Puebla, recuperado el 6 de marzo de 2016, de: <http://www.udlap.mx/inicio.aspx>: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ladi/cabrera_d_r/portada.html
- Gómez Martínez, A.; García Pérez de Lema, D. y Marín Hernández, S. (2009), Restricciones a la financiación de la Pyme en México: Una aproximación empírica, *Análisis Económico*, XXIV(57), 218-238, obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41312227011>
- INEGI (2014), Censos económicos 2014 INEGI. Micro, pequeña, mediana y gran empresa, obtenido de: www.inegi.org.mx: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/infografias/infmipymes_ce.pdf
- Lecuona, R. (2009), El financiamiento a las Pymes en México: la experiencia reciente, *Economía UNAM*, 6(17), 69-91, obtenido de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v6n17/v6n17a4.pdf>
- Martín, V. y Mancilla, M. (2010), Control en la administración para una información financiera confiable, *Contabilidad y Negocios*, 68-75, obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281621753005>
- Mongrut, S.; Fuenzalida, D.; Pezo, G. y Teply, Z. (julio-diciembre de 2010), Explorando teorías de estructura de capital en Latinoamérica, *Cuadernos de Administración*, 23(41), 163-184, obtenido de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20516983008>
- Padilla-Pérez, R. y Fenton, R. (2013), Financiamiento de la banca comercial para las micro, pequeñas y medianas empresas en México, *Revista*

CEPAL(111), 7-21, obtenido de: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37370/S2013656_es.pdf?sequence=1

Ramírez-Urquidy, M.; Mungaray, A. y Guzmán Gastelum, N. Z. (enero-abril de 2009), “Restricciones de liquidez en microempresas y la importancia del financiamiento informal en Baja California”, *Región y Sociedad*, XXI(44), 71-90, obtenido de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10204403>

CAPÍTULO 7

MODELO DE PRONÓSTICOS COMO INNOVACIÓN EN EL CONTROL DE LA PRODUCCIÓN EN UNA EMPRESA MANUFACTURERA

Armando Medina Jiménez¹
Héctor Abdiel Pecina Leyva²

Resumen

El presente estudio de caso muestra cómo el modelo de pronósticos suavizado se convierte en una herramienta estadística de innovación para armonizar y convertir la producción de una empresa manufacturera en un proceso estable y sostenible, corrigiendo problemas de producción que venían afectando a la organización en rubros como: entregas tardías que repercutieron en cancelación de pedidos, incremento de costos como volar materia primas y pago de horas extras, lo anterior generó problemas de calidad, ya que piezas que no cumplían eran devueltas; asimismo, se creó un clima organizacional adverso por el trabajo extra y cansancio de los operadores para cumplir con las entregas a tiempo.

Los resultados de la implementación de esta sencilla, pero valiosa herramienta, son contundentes al mejorar sustancialmente los indicadores de la producción, como se muestra a lo largo del trabajo. Para la implantación del modelo de pronósticos suavizado se contó con los datos históricos de producción de los años 2013 y 2014, mismos que sirvieron como elementos de comparación de los resultados en el año 2015 y primer semestre del 2016. Así, esta herramienta es posible utilizarla en forma generalizada en las empresas manufactureras y mejorar su productividad.

Palabras clave: producción, pronóstico, innovación.

¹ Profesor investigador, División de Posgrado, Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. amedina@uaslp.mx

² Maestro en administración egresado del Posgrado de la FCA-UASLP, San Luis Potosí. abdiel_pl@hotmail.com

Abstract

This case study shows how the model smoothing forecasts becomes a statistical tool for innovation to harmonize and make the production of a manufacturing company in a stable and sustainable process, correcting production problems coming affecting the organization in areas such as , late deliveries that affected cancellation of orders, increased costs such as flying raw materials and overtime pay, the above generated quality problems as pieces that did not comply were returned, also an adverse organizational climate was created for work extra and fatigue of operators to comply with timely deliveries.

The results of this implementation this simple but valuable tool are blunt to substantially improve production indicators, as shown throughout the work. For the implementation of the model smoothing forecasts it had historical production data for the years 2013 and 2014 same that served as comparators results in 2015 and the first half of 2016. So this tool is possible to use it in Gorman widespread in manufacturing enterprises and improve productivity.

Keywords: *production, forecast, innovation.*

Introducción

La productividad siempre ha sido una de las variables más importantes para la competitividad de las empresas, es por ello que las organizaciones buscan métodos para mejorarla, pues es un parámetro muy importante para medir el uso eficiente de los recursos de la empresa y eliminar desperdicios durante los procesos. Según Benavides (2012), al hablar de productividad hay que pensar en la satisfacción del cliente, ya que está relacionada con la calidad del producto, las ventas de la empresa, la rentabilidad de la organización, etcétera.

En la actualidad, la búsqueda para incrementar la productividad en las empresas se ha vuelto más férrea, cada vez más empresas implementan estrategias enfocadas a la mejora, e invierten en cursos de capacitación para sus empleados, la mayoría de estas se basan en metodología japonesas, y hacen todo lo posible para ser más productivos y eficientes en sus procesos (Álvarez, 2012).

De acuerdo con López (2009), se debe conocer claramente lo que se está haciendo ahora para tomar decisiones que marquen el rumbo de la compañía, ya que muchos factores son volátiles y cualquier estrategia por muy buena que sea, no va a tener el mismo efecto siempre. La presente tesis se basa en el impacto de un modelo de pronósticos implementado en el área de control

y planeación de la producción en una planta manufacturera del sector eléctrico, ubicada en la ciudad de San Luis Potosí. Antes de la implementación de este modelo, se presentaban graves problemas de productividad y eficiencia derivados de una deficiente planeación de la producción.

Antecedentes

Una planta manufacturera fundada en el año 2000 en la ciudad de San Luis Potosí, de capital alemán, dedicada a la manufactura de medidores y reguladores para la medición del gas natural. La empresa se estableció en San Luis Potosí por ser un lugar estratégico y cercano a uno de sus principales clientes, además de ser una zona con un futuro industrial prometedor.

Desde que la planta inició operaciones en San Luis Potosí, uno de sus principales objetivos fue el de fabricar productos con alta calidad para poder satisfacer las necesidades y estándares de los clientes más exigentes, así como ofrecer productos competitivos que les permitiera abrirse paso en un mercado donde había un par de empresas que captaban la mayor parte de la demanda del cliente, por lo que el panorama era difícil para una empresa nueva en México, en donde la mayoría de sus clientes potenciales compraban al extranjero esos productos.

Problemática

El problema consiste en un inadecuado control y planeación de la producción en una planta manufacturera ubicada en San Luis Potosí, donde no se cuenta con un método funcional para poder administrar correctamente la demanda del cliente, para programar y controlar la producción de tal forma de poder cumplir con la entrega del producto justo a tiempo.

Al no administrar adecuadamente los requerimientos del cliente, se recurre al tiempo extra originando altos costos de mano de obra, además de problemas de calidad, eficiencia y baja productividad, ya que no se utilizan adecuadamente los recursos disponibles de la empresa, este problema se fue agravando con la llegada de nuevos clientes, por lo que durante ciertos meses del año la demanda superó la capacidad instalada de las líneas, al no conocer esta información no se puede reaccionar para aumentar la capacidad de la línea o adelantar la producción, es decir, balancearla de manera correcta durante el año.

Otro problema es que la planeación de la producción en la planta se realiza con una visión de un mes, por lo que no se está analizando la demanda para los próximos meses y durante el resto del año, esto ocasiona que durante algunos meses del año no se programe al máximo de la capacidad de las

líneas de producción y, durante otros, se tenga que recurrir al tiempo extra para cubrir los altos requerimientos de los clientes, no se estaba planeando la demanda de los clientes de manera eficiente pues se estaba trabajando en forma reactiva, lo que estaba ocasionando graves problemas para cumplir con las fechas de entrega.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuál es el impacto sobre el proceso de control y planeación de la producción mediante el uso de un modelo de pronósticos en la empresa en estudio?
2. ¿Cuál es el impacto que tiene la aplicación de un modelo de pronósticos en la productividad de la empresa analizada?

Objetivos

Objetivo general

Analizar el impacto que tiene la aplicación de un modelo de pronósticos sobre el área operativa de la empresa analizada. Asimismo, es conveniente demostrar que los beneficios de un modelo de pronósticos en el proceso de control y planeación de la producción de la empresa en estudio, tiene efectos positivos sobre la productividad, en las entregas a tiempo del producto al cliente que repercute en el incremento del nivel de ventas de la empresa analizada.

Objetivos específicos

1. Cuantificar el impacto de un modelo de pronósticos en el proceso de control y planeación de la producción para lograr un cumplimiento del programa de producción mayor al 95%.
2. Con el modelo de pronósticos se busca incrementar la productividad del 88 al 95% en la planta en estudio.

Justificación

El objetivo principal de este trabajo es demostrar que el control y planeación de la producción es un elemento clave para conducir al mejoramiento de la productividad de la empresa de productos eléctricos ubicada en la ciudad de San Luis Potosí. Si no se cuenta con una adecuada planeación puede incurrir en graves problemas como: tiempo extra, tiempos muertos, problemas de calidad, entregas fuera de tiempo, etcétera.

Delimitación espacial

La presente investigación se realizará en una empresa manufacturera ubicada en la ciudad de San Luis Potosí dedicada a la fabricación de equipo para la medición y regulación del gas natural. La cual, al tener su producto contacto con viviendas, los estándares de calidad son muy elevados para satisfacer al cliente y proteger la vida de los usuarios.

Hipótesis

Derivado de la problemática y objetivos de la presente investigación se plantean las hipótesis cuantitativas:

H₁: La aplicación del modelo de pronósticos en la empresa en estudio permite mejorar la planeación de la producción y proceso de control.

H₂: El modelo de pronósticos permite, mejorar la productividad de la empresa analizada

Planeación de la producción

“La planeación de la producción provee una oportunidad a la organización para anticiparse y prepararse para las órdenes del cliente” (Johnson y Mattson, 1993). Este autor menciona que el propósito de la planeación es ayudar a tomar decisiones y volver más eficiente la cadena de suministros de la empresa (Johnson & Mattson, 2006).

Para Buffa & Sarín (2005), la planeación de la producción comienza al establecer las previsiones, de las cuales se desprenden los planes a corto, mediano y largo plazos, menciona que la producción es una de las áreas funcionales de toda organización sin importar su actividad comercial, por lo que el proceso de planificación debe aplicarse para tener un mejor control de las actividades y cumplir.

Según Russell y Taylor (2003), la planeación de la producción es la que controla el proceso de operativo de una planta mediante un programa de producción, el cual debe de acatarse al pie de la letra. En pocas palabras, la planeación de la producción es una relación entre el proceso de manufactura y la administración efectiva de la demanda del cliente, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes en tiempo y forma.

Para Haverila (2005), la planeación de la producción es la habilidad de responder a los requerimientos de los clientes y saber controlar las variaciones en la demanda, tiempos de fabricación y entregas justo a tiempo. Señala que los inventarios sirven para llenar el hueco entre el suministro del producto y la demanda. Los objetivos establecidos.

La planeación y control de la producción están ampliamente relacionados, cuando se establece un programa de producción se debe ejercer un control adecuado para que se siga la secuencia planeada, se fabrique el producto oportunamente y pueda ser entregado justo a tiempo al cliente. La planeación y control de la producción son dos herramientas que se complementan para mejorar el funcionamiento operativo de la empresa.

Según Domínguez, García y Ruíz (2005), la planificación y control de la producción tienen un enfoque jerárquico dentro de la organización ya que permiten una integración vertical entre los objetivos estratégicos y operativos, y una relación horizontal con las demás áreas funcionales de la empresa.

Programa maestro de producción

Una vez realizada la planeación, el siguiente paso consiste en plasmarlo en unidades y productos específicos a fabricar. A este proceso se le conoce como desagregación (Domínguez, García y Ruíz, 2005), que como resultado final se obtiene el programa maestro de producción. De acuerdo con Thomson (2007), un programa maestro de producción es un plan detallado donde se establecen cantidades específicas y fechas precisas de fabricación de los productos finales. Menciona que el programa debe proporcionar las bases para establecer compromisos con el cliente, utilizar eficazmente la capacidad de la planta y cumplir con los objetivos estratégicos de la organización. Las unidades en que puede ser expresado el programa maestro pueden ser (Heizer y Render, 2014):

- *Modelos de pronósticos.* Para Buffa y Sarin (2005), los pronósticos son el primer paso dentro del proceso de planeación y control de la producción, ya que sirven como punto de partida para la elaboración de planes estratégicos a corto, mediano y largo plazos, lo cual permite a las organizaciones tener una visión de los acontecimientos futuros y eliminar la incertidumbre y poder reaccionar con mayor rapidez a las condiciones cambiantes del entorno de la organización. Mital y Pennathur (2010) mencionan la importancia de diferenciar entre predicción y pronósticos. Las predicciones se basan en la consideración de aspectos subjetivos dentro de un proceso de estimación de eventos futuros. Por otro lado, los pronósticos se desarrollan mediante procedimientos científicos que se basan en datos históricos, que se procesan mediante métodos cuantitativos.
- *Método de exponencial suavizada.* Se le considera como una evolución del método de promedio móvil ponderado, en el cual se calcula el promedio de una determinada serie de tiempo utilizando un método de autocorrección, que tiene como objetivo ajustar los pronósticos y tener un resultado más acertado. Es uno de los métodos que se utilizan más en la actualidad por

su simplicidad, precisión, reacciona más rápido a los cambios recientes, y por qué no requiere de gran cantidad de datos, solo requiere tres tipos de datos: El pronóstico del último periodo, la demanda del presente, y el coeficiente de suavización.

La fórmula para la exponencial suavizada es:

$$F_{t+1} = a * D_t + (1 + a)F_t$$

Donde:

F t+1: Pronóstico para el próximo periodo

Dt: Demanda actual para el presente periodo

Ft: Pronóstico determinado para este periodo a: Constante suavizada (Coeficiente de suavización)

Cuando el coeficiente de suavización es pequeño (<50%), se da porque la demanda real es estable. Cuando el coeficiente es (>50%), es porque la demanda real se incrementa o reduce rápidamente (Hiller, 2015).

Metodología

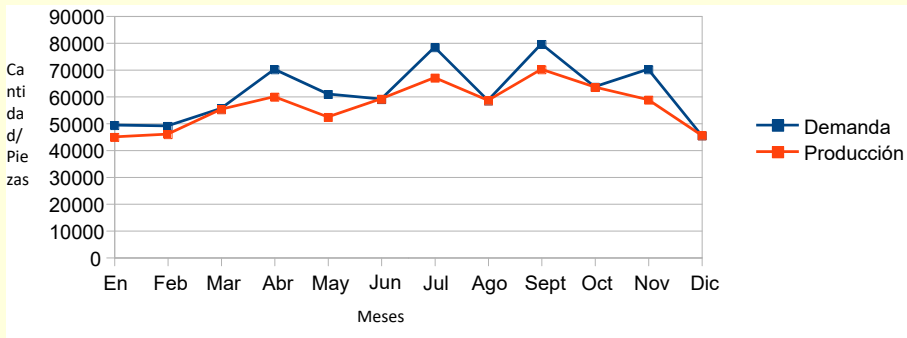
La presente investigación es de carácter cuantitativo, correlacional, descriptivo, transversal. Para la recolección de datos se analizó el historial de requerimientos de los clientes en la empresa en estudio en un periodo comprendido entre enero de 2013 y diciembre de 2014, para poder conocer su comportamiento durante estos años y tener una idea más clara sobre sus variaciones y conocer la tendencia de la demanda y, de esta forma, aplicar el método de pronósticos en el año 2015.

En una primera fase se analizaron los requerimientos del 2013 para conocer su comportamiento, posteriormente se van a analizar los requerimientos del 2014 y se va a realizar un análisis de carácter comparativo entre ambos periodos anuales para encontrar similitudes y diferencias en el comportamiento de la demanda del cliente, posteriormente se aplicó un método de pronósticos en el comienzo del año 2015 para tratar de suavizar cualquier pico de demanda existente.

Con base en la información recabada se aplicó un método de pronósticos de suavización exponencial para poder calcular el promedio de la demanda de los clientes, en donde se utiliza un método de autocorrección con el fin de ajustar los pronósticos y tener un resultado más acertado, debido a que es un método muy preciso, simple y que reacciona más rápido a los cambios u oscilaciones, es el motivo por el cual se escoge como herramienta para esta investigación cuantitativa.

La gráfica 1 es un ejemplo de cómo se analizaron los requerimientos de los clientes para posteriormente realizarlo de forma anual, concentrando la demanda por mes y comparando contra la producción, y de esta forma poder analizar las oscilaciones y observar si se logró fabricar la demanda oportunamente o se incumplió quedando por debajo de las expectativas de demanda de los clientes.

GRÁFICA 1. REQUERIMIENTOS ENERO-FEBRERO 2013



Fuente: Elaboración propia.

Como se observa, en la gráfica 1 se muestran los requerimientos de los clientes de enero a febrero del 2013, donde claramente se puede observar que en la semana 5 la demanda se disparó hasta las 16,000 unidades, por lo que no se logró cumplir con la fabricación de la totalidad de los pedidos, ocasionando, entre otras cosas: incumplimiento con el programa de producción, entrega tardías al cliente, baja en las ventas y baja productividad.

Como se muestra en la tabla 1, no se tomaron las medidas necesarias para anticipar el pico de demanda en la semana 5, al no contar con un método adecuado de pronósticos se mantuvo un bajo ritmo de producción hasta la semana número 5, y al no balancear adecuadamente la demanda en semanas anteriores no se logró cumplir con la totalidad de los requerimientos de los clientes, quedando un atraso acumulado de -7,475 piezas a final de la semana ocho, y obteniendo un porcentaje de cumplimiento del programa de producción entregado del 92%, es decir, por debajo del 95%, que es el objetivo mínimo de cumplimiento.

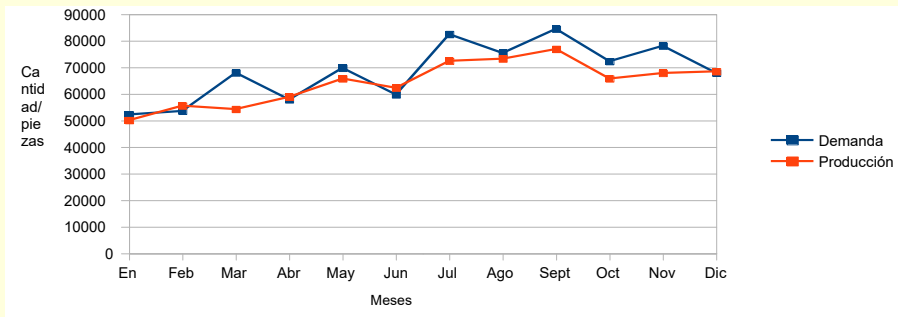
TABLA 1. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ENERO-DICIEMBRE 2013

| | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 5 | Sem 6 | Sem 7 | Sem 8 | Total |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Demanda | 10,800 | 12,000 | 12,500 | 14,000 | 16,000 | 12,000 | 11,000 | 10,000 | 98,300 |
| Producción | 8,000 | 11,500 | 12,000 | 13,400 | 13,400 | 12,000 | 11,500 | 9,025 | 90,825 |
| Diferencia | -2,800 | -500 | -500 | -600 | -2,600 | 0 | 500 | -975 | -7,475 |
| % Cump. | 74% | 95.8% | 96% | 95.71% | 83.75% | 100% | 104% | 90.25% | 92% |

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la gráfica 2, en el año 2014 la demanda de los clientes siguió en ascenso, lo cual significa que las ventas pudieron ser mayores; sin embargo, al no poder cubrir la totalidad de los requerimientos, quedó por debajo de los pronósticos de ventas, retrasando nuevamente las entregas a los clientes.

GRÁFICA 2. REQUERIMIENTOS DE CLIENTES 2014



Fuente: Elaboración propia.

A pesar de que la tendencia de la salida de producción se fue incrementando con el paso de los meses, no se logró suavizar adecuadamente los picos de demanda para cumplir con ella.

En la tabla 2 se puede observar que la demanda en los primeros dos meses fue muy similar; sin embargo, a partir de abril se presentaron picos de demanda que causaron que no se cumplieran con el programa de producción. En mayo, julio, septiembre y noviembre nuevamente la demanda se incrementó, por lo que en los últimos meses del año 2014 no se logró cubrir con la totalidad de los requerimientos del cliente.

TABLA 2. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ENERO-DICIEMBRE 2014

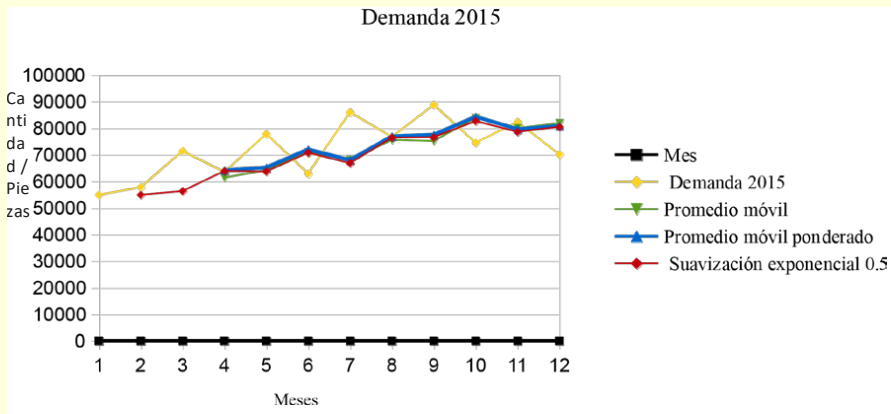
| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| Demanda | 52,300 | 53,600 | 67,987 | 57,900 | 69,800 | 59,789 | 82,500 | 75,400 | 84,500 | 72,300 | 78,120 | 67,900 | 822,096 |
| Producción | 50,123 | 55,600 | 54,300 | 58,900 | 65,789 | 62,300 | 72,450 | 73,256 | 76,900 | 66,789 | 67,876 | 68,500 | 771,783 |
| Diferencia | -2,177 | 2000 | -13687 | 1000 | -4,011 | 2,511 | -10050 | -2,144 | -7,600 | -6,511 | -10244 | 600 | -50,313 |
| % Cump. | 95% | 103% | 79% | 101% | 94% | 104% | 87% | 97% | 91% | 90% | 86% | 100% | 93.38% |

Fuente: Elaboración propia.

Empleando el método de pronósticos de exponencial suavizada se pueden suavizar los picos de demanda, y balancear mejor la tasa de producción durante el año. Asimismo, mejorar el proceso de planeación y control de la producción en la empresa analizada, que fue uno de los principales problemas que enfrentaba el departamento de planeación al trabajar en forma reactiva, por lo que no podían anticipar los incrementos de demanda e incumplían con los compromisos con los clientes.

En la gráfica 3 se observa el comportamiento de la demanda de los clientes de enero-diciembre del 2015 y en el cual se empezó a utilizar el método de pronósticos de suavización exponencial, de esta forma se abatieron los picos de demanda, como muestra la línea en color rojo lo que permitió balancear mejor la producción siendo proactivos para cubrir los requerimientos de los clientes, en tiempo y evitando reaccionar hasta último momento, como sucedía en años anteriores.

GRÁFICA 3. DEMANDA DE CLIENTES SUAVIZADA DEL 2015

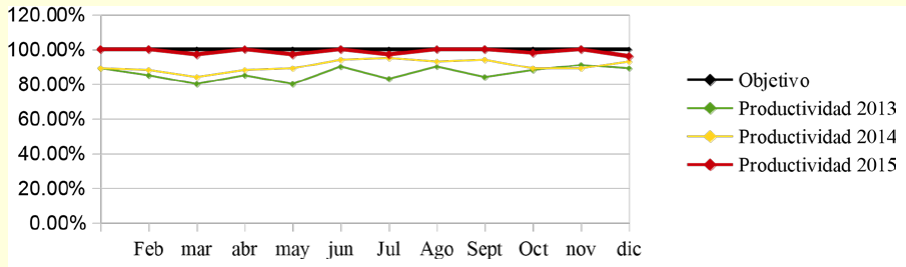


Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Derivado de la mejora en el proceso de planeación y control de la producción, se observaron efectos positivos en la productividad de la empresa analizada, ya que se fabricaron los pedidos de los clientes en tiempo, forma y calidad utilizando los recursos disponibles, dejando de emplear tiempo extra ocasionado por falta de materiales o por incumplimiento en el programa de producción, en otras palabras, la productividad de la empresa analizada mejoró considerablemente, como se muestra en la gráfica 4.

**GRÁFICA 4. PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA
(PRODUCTIVIDAD 2013 -2015)**



Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la gráfica 4, la productividad del 2015 mantuvo una tendencia superior en comparación a los años anteriores, inclusive se logró el objetivo del 100% en varios meses, lo que indica que se fabricaron los pedidos justo a tiempo al tener la materia prima disponible, evitando tiempos muertos en las líneas de producción y utilizando eficientemente los recursos disponibles de la empresa, como: tiempo disponible y mano de obra requerida, etcétera.

Se observa en la gráfica 4 que la productividad de años anteriores era muy baja, ya que había tiempos muertos por falta de materia prima y cuando llegaba el material se recurría a tiempo extra para poder fabricar los pedidos de los clientes en tiempo extraordinario y ocasionando la empresa no fuera productiva, véase tabla 3 en la página 111.

Considerando los problemas presentados en años anteriores, en el año 2015 se empezó a utilizar el método de pronósticos de exponencial suavizada para mejorar el proceso de planeación y control de la producción en la planta en estudio, obteniendo los resultados señalados a continuación.

En una primera instancia, el modelo de pronósticos permitió planear mejor los requerimientos de los clientes estableciendo un programa maestro de producción más balanceado durante los meses del año y más preciso de esta forma, tener un mayor control en la producción evitando cambios abruptos en el programa, obteniendo los resultados mostrados en la tabla 3.

En la tabla 4 de la página 112 se presenta la tabla comparativa que resume los resultados obtenidos derivados de la aplicación del modelo de pronósticos de exponencial suavizada en el proceso de planeación y control de la producción y sus efectos sobre los procesos operativos de la empresa.

TABLA 3. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN ENERO-DICIEMBRE 2015

| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| Demanda | 54,915 | 57,765 | 71,400 | 63,490 | 77,845 | 62,900 | 85,987 | 76,700 | 88,769 | 74,500 | 82,345 | 70,123 | 866,739 |
| Producción | 53,500 | 55,105 | 63,420 | 68,800 | 69,679 | 63,500 | 73,598 | 77,324 | 89,012 | 76,234 | 83,500 | 71,500 | 845,172 |
| Diferencia | -1,415 | -2,660 | -7980 | 5,310 | -8,166 | 600 | -12389 | 624 | 243 | 1,734 | 1,155 | 1,377 | -21,567 |
| % Cump. | 97.4% | 95.4% | 88.8% | 108.0% | 89.5% | 100% | 85.5% | 100% | 100% | 102% | 101% | 101% | 97.51% |

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 4. ANTES Y DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DEL MODELO DE PRONÓSTICOS

| | Sin modelo de pronósticos 2013-2014 | Con modelo de pronósticos 2015 |
|---|--|--|
| Proceso de planeación y control de la producción | Incumplimiento en el programa de producción, por debajo del objetivo de 95% | Se logra alcanzar y superar el objetivo de cumplimiento de producción del 95% |
| Productividad | Promedio anual 88% | Se alcanza el objetivo de 100% , por primera vez durante varios meses del año |
| Cancelaciones de pedidos | En promedio anual se cancelaban 35 pedidos de clientes | Se redujeron 95% las cancelaciones. De clientes (sólo cinco pedidos en el año) |
| Satisfacción de necesidades de clientes | Clientes molestos por entregas tardías, cancelaban pedidos, problemas de calidad | Se mejora la satisfacción de clientes, con entregas justo a tiempo y mejora en la calidad del producto |

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue medir el impacto que tiene la aplicación de un modelo de pronósticos sobre el proceso de planeación y control de la producción, con el fin de administrar eficientemente la demanda de los clientes, abatiendo los picos de demanda y, de esta forma, establecer un programa de producción más balanceado durante el año, para realinear a la cadena de suministro y áreas operativas de la planta, enfocándolas hacia el mismo objetivo, optimizando los recursos, de esta manera evitar los costos derivados de la mala planeación.

Entre los objetivos específicos fueron: cuantificar el impacto del modelo de pronósticos en el cumplimiento del programa de producción, en la productividad de la empresa, en el porcentaje de entregas a tiempo al cliente y en incremento en el nivel de ventas. Cabe destacar que durante el 2015, año en el cual se implementó el modelo de pronósticos, se logró un cumplimiento en el programa de producción del 97.51%, la productividad de la empresa se incrementó a 97% en promedio mensual, en las entregas a tiempo a los clientes, se logró un porcentaje promedio anual del 99.17%, además de que fue el año

con mayores ventas registradas en la historia de la compañía con un record anual de 17' 030,400 millones de dólares.

Asimismo, la hipótesis de investigación H_1 se aceptó, ya que los resultados muestran claramente que la aplicación del modelo de pronósticos en la empresa permitió mejorar la planeación de la producción y el proceso de control, como menciona Buffa y Sarin (2005), los pronósticos son uno de los primeros elementos dentro del proceso de planeación y control de la producción, ya que sirven como punto de partida para la elaboración de planes estratégicos a corto, mediano y largo plazos.

La hipótesis número H_2 : “El modelo de pronósticos permite mejorar la productividad de la empresa” fue aceptada con base a la evidencia presentada y fundamentada, como mencionan Aydin y Celan (2009), la productividad se mide para poder determinar el grado de congruencia con en el cual se logran los objetivos, ya que es un importante indicador que permite alinear la eficiencia de una empresa.

Se recomienda el modelo de pronósticos de exponencial suavizada como una herramienta que permite alinear la cadena de suministro y los procesos operativos de la empresa. Entre sus beneficios están: el mejoramiento de la productividad, aumento en el porcentaje de entregas justo a tiempo, balanceo de la demanda de los clientes al abatir los picos de demanda y reducir el error de pronóstico, mala calidad derivada de largas jornadas laborales, así como un incremento de ventas totales de la empresa.

Bibliografía

- Aydin, B., & Ceylan, A. (2009), *The role of organizational culture on effectiveness*, Estados Unidos, McGraw-Hill.
- Buffa, E. y Sarin, R. (2005), *Administración de la producción y las operaciones*, Mexico: Limosa.
- Domínguez, J.; García, M. y Ruíz, M. (2005), *Dirección de operaciones: Aspectos tácticos y operativos en la producción y los servicios*, Madrid: McGraw-Hill.
- Haverila, M.; Rauva, E. y Miettinen, A. (2005), *Teollisurustalous*, 5a. ed., México: Pearson Education.
- Heizer, J. y Render, L. (2014), *Operations management: Sustainability and supply chain management*, México: Prentice Hall.
- Hiller, S. (2015), *Métodos cuantitativos para la toma de decisiones*, 3a. ed., México: McGraw-Hill.
- Johnson, P. y Mattson, S. (2006), A longitudinal study of material planning applications in manufacturing companies, *International Journal of Operations and Production Management*, 471.

- Mital, A. y Pennathur, A. (2010), *Industrial resource utilization and productivity*, University of Texas at El Paso: Momentum Press.
- Rusell, R. y Taylor, I. (2003), *Operations Management*, 4a. ed., México: Pearson Education.
- Thomson, C. y Castán, J. (2007), *Dirección de la producción: Casos y Aplicaciones*, Madrid: Universidad de Barcelona, Madrid.

CAPÍTULO 8

PERCEPCIÓN DE LA AUDIENCIA ANTE EL CAMBIO DE IMAGEN CORPORATIVA Y PROGRAMACIÓN DE LA XERL, RADIO PIONERA DE COLIMA, MÉXICO

Teresa Alejandra Ceballos Ibáñez¹
Marina Vázquez Guerrero²
Italia Alejandra Lozano Valenzuela³

Resumen

En el estado de Colima existió la XERL, una radio que durante más de 76 años transmitió y promovió una programación que iba más allá de lo que dictaba la moda y el mercado, pues fue, durante muchos años, el reflejo de la cultura vernácula, campesina y hasta migrante de una amplia región de Colima y Jalisco, contribuyendo a la construcción de la identidad cultural. En 2015, a partir de un relevo generacional en la directiva de Radio Levy, se dio el movimiento radical en el que desaparece la marca RL y se identifica como Ángel Guardián 98.9, haciendo un cambio de identidad corporativa y también de programación para atraer un segmento del mercado más joven y con mejor poder adquisitivo.

El siguiente trabajo tiene como finalidad dar a conocer el resultado de un estudio cualitativo que se hizo al segmento de la audiencia al que se enfocaron con el cambio, comprendido entre los 25 y 45 años de edad, en las ciudades de Colima, Villa de Álvarez y Comala, para identificar la percepción que tienen sobre este fenómeno comunicacional que influye no sólo en el prestigio de la emisora sino en la identidad cultural de esta zona del país.

Palabras clave: radiodifusión, percepción de la audiencia, imagen corporativa, identidad corporativa.

¹ Egresada de la licenciatura en publicidad y relaciones públicas de la Universidad de Colima.

² Profesora investigadora de la escuela de Mercadotecnia de la Universidad de Colima. marina@uocol.mx

³ Egresada de la licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Colima.

Abstract

In the state of Colima there was a radio station called XERL, which for more than 76 years broadcasted and promoted programs that went beyond what was mainstream and suitable for the market. For many years this radio station was a mirror for the vernacular, peasant and even migrant culture of a wide region in Colima and Jalisco, contributing to the construction of the cultural identity. In 2015, after a generational change in the authorities of Radio Levy, there was the radical shift in which the RL brand disappeared and was substituted by Angel Guardian 98.9, making a change of corporate identity and programed contents to attract younger segments of the market with better purchasing power.

This paper shows the results of a qualitative study about the segment of audience that was targeted by this change. This segment comprises listeners from 25 to 45 years old in the cities of Colima, Villa de Alvarez and Comala, to identify their perception over this communicational phenomenon that influences not only the prestige of the radio station but also the cultural identity of this area of the country.

Keywords: *broadcasting, audience perception, corporate image, corporate identity.*

Introducción

El presente trabajo muestra un estudio exploratorio-descriptivo para conocer la percepción de la audiencia de una empresa radiofónica que después de más de 70 años de trayectoria hizo un cambio radical en su identidad corporativa y programación. Entendida la identidad corporativa como “el conjunto de atributos fundamentales que asume una marca corporativa como propios y la identifican y distinguen de las demás” (Capriotti, 2007 p. 20) La RL (emisora analizada), era vista como una radio comercial con contenidos que no manejaban otras radios del mismo tipo y donde se mostraba y fortalecía la identidad cultural de la región. Su posicionamiento en la mente de sus radioescuchas era muy alta, en un amplio sector de la población del estado y ciudades aledañas.

En este trabajo se realizó una investigación de carácter cualitativo mediante el cual se indagó sobre las consecuencias que ha tenido este cambio ante su audiencia. Los resultados revelan información valiosa que abre el panorama de lo que está sucediendo con su imagen corporativa, es decir, la idea global que tienen sobre sus productos y actividades y preparan para conocer las posibles causas de su lento reposicionamiento en el mercado.

La radio en México y Colima

La radio es un medio de comunicación masivo que tiene una historia de más de 90 años en México, desarrollada con un modelo basado en la producción norteamericana, es decir, la mayoría de las radios son de corte comercial. Actualmente es una industria fuerte, pues según el Instituto Federal de Telecomunicaciones (2017), en México hay 1,594 emisoras, de las cuales la mayoría son de tipo comercial, dirigidas por alrededor de nueve grupos mediáticos.

Actualmente en Colima hay 18 estaciones de radio (IFT, 2016), que administran 12 grupos radiofónicos, la mayoría de empresas nacionales de comunicación y tres radios con permiso para emitir sin fines de lucro (Vázquez Guerrero y Flores, 2016), entre éstas se encuentra la XERL, emisora del grupo Radio Levy y la radio pionera en el estado. Desde su surgimiento en 1940, la emisora de la familia Levy buscó incursionar en el negocio de la radiodifusión, abriendo el mercado en la venta de espacios publicitarios y a la promoción de artistas locales. El paso del tiempo y las crisis en el sector provocaron que otras radios se unieran a franquicias nacionales para sobrevivir, quedando como único negocio local esta radio. Por la época de su surgimiento fue una radio que emuló un tipo de programación similar al de la XEW (de cobertura nacional) que emitía música popular mexicana y radionovelas.

Esta empresa familiar se ha mantenido en el mercado desde esa fecha, y ha sido dirigida, después de la muerte de su fundador, por su esposa Rosa Vázquez, posteriormente sus hijos José y Roberto Levy, y actualmente por los hijos de este último, Francis y Dorian Levy Lavalle. Iniciaron con una emisora y fueron adquiriendo más frecuencias hasta cubrir todo el estado con cuatro: la XERL y la XEDS en Colima; RadioMax en Tecomán y Kaliente en Manzanillo, aunque actualmente sólo mantienen la de Colima y Manzanillo.

La programación que predominó por más de 70 años incluía noticieros de producción propia; retransmisión de radionovelas y series como *Kalimán*, música popular vernácula; *La hora de los niños* y programas de concursos como *El Amanecer Ranchero* y *La Hora del Aficionado*, con una identidad auditiva donde se hacía alusión a Colima, sus usos, tradiciones y costumbres.

La empresa ha sufrido varias transformaciones, como el edificio corporativo inaugurado en 1993; el cambio de la frecuencia de AM a FM que se realizó a inicios del 2011 y la transmisión por internet y redes sociales que le ampliaron su audiencia a muchas partes del mundo donde hay colimenses (Decisión, 2010). A partir del 23 de febrero del 2015, el año en que la XERL celebraba sus 75 años, lanzó su nueva imagen que consistía en cambiar el nombre a Ángel Guardián, como se venía llamando su sistema informativo, con nuevos conductores y se implementó un nuevo sonido musical que identificamos como *adulto contemporáneo*. Un formato popular actualmente que

mezcla el soft rock, ligh rock, moderno y música pop con rock music y mezcla de algunas canciones conocidas como *oldies* (Stephenson, Reese y Beadle, 2012) y su audiencia es, principalmente, personas entre los 25 y 52 años.

La proeza fue definida en su página corporativa como algo “totalmente diferente a lo que los radioescuchas estaban acostumbrados” (Ángel Guardián, 2016). Junto a esos cambios también vino la cancelación de distintos programas célebres. Según esa fuente, estas innovaciones fueron producto de las sugerencias manifestadas de parte de la población de Colima, sobre lo que podría complementar a RadioLevy. Es así que además del lema anterior de los espacios informativos que era: “Ángel Guardián #esnoticia”, después se incluyó el slogan que creen ellos que identifica a esta barra mixta de información y canciones: “Ángel Guardián también #esmúsica”.

La nueva imagen: Ángel Guardián

A partir del cambio de imagen, la programación de Ángel Guardián se conformó de segmentos informativos, deportivos, culturales, de entretenimiento y participación. Se idearon 13 programas, entre los que combina los informativos que se incluyen en los espacios matinales, de mediodía, de tarde y de noche, dirigidos a difundir información de actualidad, así como los boletines que se emiten a las horas en punto y los musicales con éxitos de los años 70’s a 90’s en el resto del tiempo.

Sobre la identidad corporativa. A través de un análisis de contenido se identificaron 49 versiones sonoras, las cuales se dividieron en dos segmentos: el primero de ellos es aquellos que publicitan a la empresa resaltando el cambio de imagen corporativa. El principal promo de autoimagen fue “Ángel Guardián 98.9 también es música”, con 55 repeticiones, “Desde Colima transmite... Ángel Guardián 98.9 FM” con 49 repeticiones y “Ángel Guardián 98.9, Somos Radio Levy” con 33 repeticiones.

Sobre los anunciantes que tiene actualmente la radio, se encontró que se publicitan 62 marcas, esto sin contar los anuncios de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales. La mayoría son de empresas del estado de Colima, destacando *La Marina* y *Coca Cola*.

Planteamiento del problema

Grupo Radio Levy es una empresa radiofónica que a través de dos emisoras en el estado ejerce concesiones de uso comercial, que de acuerdo a la ley debe prestar servicios públicos de telecomunicaciones y de radiodifusión, con fines de lucro a través de una red pública de telecomunicaciones (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014).

Como se mencionó en los antecedentes, la primera emisora del estado fue precisamente la XERL que era una radio comercial atípica, pues además de ser una radio comercial ofrecía programas con contenido cultural, social y que fortalecían las tradiciones y la identidad cultural en Colima. Además, establecía una comunicación entre la población del estado de Colima con personas migrantes. Su sistema informativo ha sido una de sus grandes fortalezas pues se transmitía para Colima, Jalisco y Michoacán, a través de las diferentes emisoras del grupo: la RL 98.9 FM, Radio Max 106.1 FM en Tecomán y Kaliente 93.7 FM de Manzanillo y por internet. Era la radio que siempre informaba con amplio tiempo de cobertura sobre los grandes acontecimientos, esta fortaleza es la que llevaba el mayor peso de la reputación de la empresa.

El 23 de febrero de 2015 la familia Levy decide hacer un cambio de imagen y reordenamiento de su contenido convirtiéndose en una emisora totalmente comercial dejando a un lado la parte de cultura tradicional, que era lo que la caracterizaba como estación. Con el cambio de programación e identidad dio de baja a todos sus locutores que fortalecían la imagen, suceso que causó diversos comentarios en su mayoría negativos, en redes sociales.

En una entrevista previa, la empresa mencionó, a través de su responsable de relaciones públicas que el cambio se dio a partir de detectar que su audiencia había envejecido y que, por lo tanto, ya no estaba activa comercialmente:

Surge a partir de que vimos que nuestra área de noticias no hacia química con nuestra área comercial (...) y otra que al Colima de hoy le gusta lo que hacemos (...) Colima está en evolución y nosotros queremos ser parte de esa evolución con la gente de hoy, la gente que está aceptando los cambios de la ciudad (J. Navarrete, comunicación personal, 2016).

Anteriormente, la RL era una estación bien posicionada ante su audiencia, que eran mayores de 40 años y muchos mayores de 60 que seguían su programación fielmente. Su horario estelar era de las 7:00 a las 11:00 horas. Causa de este cambio se desconoce el impacto que ha tenido la nueva imagen y programación, por lo que se presenta la siguiente pregunta de investigación: ¿qué percepción tiene la audiencia de la RL a partir del cambio de su identidad corporativa y programación?

Supuesto

La RL, ahora denominada Ángel Guardián, es percibida como una radio de noticias y política y su audiencia vio con agrado el cambio de identidad corporativa, mas no de igual manera su programación al desaparecer muchos programas únicos en la radio colimense.

Objetivos

El objetivo general de esta investigación es: “evaluar la percepción que tiene la audiencia de la RL a partir del cambio de su identidad corporativa y programación”, por lo que entre los objetivos particulares se buscó, en primer lugar, conocer las características de la nueva identidad corporativa de Ángel Guardián, información que se refleja en los primeros apartados del artículo. Posteriormente se registró la percepción de su audiencia de entre 25 y 45 años para vislumbrar si hay posicionamiento con la nueva marca.

Marco teórico

Esta investigación se realiza desde el enfoque de la publicidad y las relaciones públicas, por lo tanto, se profundiza en conceptos que van desde la identidad corporativa hasta la percepción.

Imagen corporativa

Para empezar, la imagen corporativa implica ir más de lo que se pueda observar visualmente de una empresa, pues es aquella imagen que el público tiene sobre la conducta, productos, servicios y valores, es decir lo que perciben y hablan de ella (Jofre, 2013). Para otros autores, se está en terrenos de lo intangible, ya que la imagen corporativa no se puede tocar porque surge en la mente de los públicos. Implica diferenciarse de la competencia directa del sector (Pastor, 2013). Por su parte Minguez (2010) define la imagen corporativa como el conjunto de significados que una persona asocia a una organización, es decir, las ideas utilizadas para describir o recordar dicha organización.

Se puede decir que la imagen corporativa, a diferencia de la identidad corporativa, es algo que no existe tangiblemente, se trata de cómo una empresa da a conocer sus actividades o comportamientos hacia la sociedad, y lo que ésta piense de ella es esencial para mantener una buena o mala imagen como corporación.

De acuerdo con el esquema de la figura 1, cuando se habla de influir al público se está hablando de imagen y ello implica que existan asociaciones de la misma en la mente del público. Si se quiere hablar de posicionamiento, se trabaja sobre los consumidores, y si se busca mejorar la reputación se deberán tener proyectos que impliquen dar una buena imagen a sus *stakeholders* o públicos internos y externos.

FIGURA 1

| | <i>Imagen</i> | <i>Posicionamiento</i> | <i>Reputación</i> |
|--------------------------------|---|--|---|
| Constructo de Emisión | Herramienta para influir sobre los públicos | Herramienta para influir en los consumidores | Herramienta para influir sobre los stakeholders |
| Constructo de Recepción | Asociaciones en la mente de los públicos | Asociaciones en la mente de los consumidores | Asociaciones en la mente de los stakeholders |

Fuente: Capriotti, 2007.

Identidad corporativa

Por su parte, entenderemos el concepto de identidad corporativa, como lo menciona Capriotti (2009), como “el conjunto de atributos fundamentales que asume una marca corporativa como propios y la identifican y distinguen de las demás” (p. 13). Por su parte, Pastor (2013) menciona que la identidad corporativa es la esencia de una empresa, la razón de ser de la misma, sus valores que la diferencian de la competencia y la hace única.

La identidad corporativa para una empresa o servicio es verdaderamente importante, pues con ella logrará tener una personalidad especial, ser diferenciada, más fácil de recordar, reconocida, ser caracterizada por sus atributos (visuales o sonoros), ante la demás oferta del mercado.

Tomando en cuenta las opiniones de los autores anteriores, podemos concluir que la identidad corporativa no es más que reflejar en el diseño de la marca, formas, colores, etcétera, que forman un conjunto de atributos de la empresa y que incluyen también su misión, visión y valores. Para este estudio, se puso mayor énfasis en el estudio de la identidad sonora (los spots corporativos) y la visual, centrada en su logotipo.

Percepción de la audiencia

Finalmente llegamos al concepto de percepción, que se espera conocer en el público meta o audiencia de esta empresa radiofónica y que difiera de lo meramente psicológico que implica el percibir, ver, oír o tocar. Desde los estudios de la publicidad y la mercadotecnia se entiende por percepción al “proceso por el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan la información para formarse una imagen significativa del mundo” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 140). Algunos autores identifican cuatro etapas por las que pasa una persona expuesta a mensajes específicos o marcas, e implican: la exposición a la información, la atención prestada, la comprensión

o interpretación del mensaje y la retención de la información en el mensaje (Santeases, Valderrey & Sánchez, 2014).

Kotler y Armstrong (2013) hablan de tres formas de percepción que son posibles de identificar en las personas y son: *la atención selectiva, la distorsión selectiva y la retención selectiva*. La primera de ellas tiene que ver con un proceso humano que tiende a filtrar la mayor parte de la información que recibe. Es imposible tanta cantidad de información a la que se está expuesto, por lo que, en cierta forma, la persona la selecciona y ajusta de acuerdo a “lo que existe en su mente”.

El proceso de *distorsión selectiva* muestra cómo la mayoría de las personas suelen interpretar la información, de tal manera que pueda apoyar sus creencias previas y olvidar lo que no les significa o se adapte a su forma de ver el mundo. Por último, la *retención selectiva* habla de que las personas suelen recordar lo positivo de la marca que les agrada y tienden a olvidar “los buenos puntos acerca de las marcas competidoras” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 140).

Metodología

Para realizar este estudio se optó por el enfoque cualitativo debido a que la empresa realiza constantemente estudios de audiencia. Además, para conocer la percepción y la reacción ante el cambio, era más adecuado, como afirma Taylor y Bogdan (1987), esta metodología, ya que permite encarar el mundo empírico y “produce datos descriptivos: las palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable” (p. 19). Buscando un alcance exploratorio-descriptivo, se llevó a cabo a través de la técnica de entrevista estructurada dentro de un diseño fenomenológico. Para la realización de las entrevistas se tomó como muestra a 30 personas que radicaban en las ciudades de Colima, Comala y Villa de Álvarez, entre las edades de 25 a 45 años, utilizando un muestreo por bola de nieve, que consiste en “ampliar progresivamente los sujetos de nuestro campo partiendo de los contactos facilitados por otros sujetos” (Martín-Crespo y Salamanca, 2007, p. 2), dado que era necesario que los informantes hubieran escuchado la RL y conocieran Ángel Guardián. Las categorías revisadas fueron: la imagen corporativa, la percepción y la identidad visual y auditiva que forma parte de su identidad corporativa, expuestas en un cuestionario de 23 reactivos, con una duración promedio de 20 minutos por entrevista.

Previo a este apartado se realizó un análisis de contenido para conocer las características de la identidad corporativa y la nueva programación, revisando una semana completa en el mes de abril de 2016 en un horario de siete de la mañana a ocho de la noche de lunes a viernes.

Análisis de resultados

Las entrevistas se realizaron pensando en el perfil de público que ahora busca la emisora y que definió su responsable de Relaciones Públicas (Navarrete, 2016), entre los 25 y 45 años. También se buscó diversidad de opiniones al entrevistar a personas que viven en tres de los municipios de mayor cobertura de la emisora y que son conurbados a la capital del estado.

La escucha

La totalidad de las personas que participaron en este estudio eran radioescuchas de la RL, la mayoría porque era una costumbre familiar. El saber que ya no escucharían los programas que más les habían marcado como “Kalimán”, “La hora de los niños”, “Amanecer ranchero” o la “Hora de Vicente Fernández”, les venía a la mente la palabra tristeza y, en varios casos, una sensación de pérdida de su identidad, como lo manifiestan los siguientes testimonios: “Pues la verdad siento que el programa ya perdió su esencia” (I. Montes comunicación personal, 2017). “Me da como un poco de melancolía, porque cuando era pequeña me acuerdo que escuchaba ‘Kalimán’, mi mamá ponía esa novela y en ‘La hora de los niños’ me mandaban felicitaciones cuando era mi cumpleaños y sí se sentía bonito” (Díaz, E., Comunicación personal, 2017); “Tristeza, porque era lo que siempre escuchaba de niño con mi papá, es como quitarle a un niño su juguete favorito” (J. Rojas, comunicación personal, 2016). “Recuerdo muchos momentos felices con mi mamá, recuerdo mucho ‘La hora de los niños’, de hecho, me tenía que portar bien para que mi mamá me dejara escucharla” (J. Lugo, Comunicación personal, 2016).

El cambio

Al preguntar a las personas si habían notado el cambio de la estación, más del 70% no se había percatado y mostraron cierta duda porque no sabían qué había pasado con los programas que escuchaban: “No sabía que había cambiado, ¿de verdad no es la misma? Creí que sólo habían cambiado locutores” (R. Silva, comunicación personal, 2016); “no me había dado cuenta porque sólo escucho cuando hay noticias, pero en ocasiones ponía la radio en mi carro y decía: ¿porqué no está la hora de Vicente?” (C. Ceballos, Comunicación personal, 2016).

La actitud hacia el cambio fue tomado por este grupo de personas de diferente manera, algunos con indiferencia, sobre todo la gente más joven que escuchaba la radio por tradición familiar: “No me provoca nada, mientras no me quiten mis noticias” (J. Lugo, comunicación personal, 2016); otros vieron el cambio como algo novedoso que les llamó la atención: “Sí, me di cuenta

cuando empecé a escucharlo y por mi edad me gustó este cambio porque estamos hablando de los 70, 80, música retro” (E. Guzmán, Comunicación personal, 2016); “Me agrada porque es como nuevo, pero eso no le quita que no extrañe la RL” (J. Rojas, Comunicación personal, 2016). Un menor grupo de radioescuchas vieron la modificación con desagrado “la vuelta de la moneda, fue un cambio tremendo” (R. Chávez, Comunicación personal, 2017).

Esto habla de que el cambio ha sido favorable para la empresa, pues entre los calificativos que las personas usan al haber escuchado la nueva programación son, en su mayoría, positivos: va desde el “me agrada”, “me gusta”, “es buena”, “está bien”, “es fresca”, “me gustan los cambios”. Son pocas las que se referían a que es desagradable, que no les gusta, aunque algunos se refieren a ella como que no es su estilo.

Percepción

La percepción es un proceso mediante el cual un individuo da un significado coherente, para él, a los estímulos que recibe del exterior, por lo tanto, la percepción es personal y se puede decir que también es selectiva, de forma que cada individuo percibe lo que más le interesa o conviene (Lobato y López, 2004).

En esta categoría se analizó cómo su público meta percibe a la estación Ángel Guardián, para ello podemos decir que en la pregunta: “¿Qué es lo que viene a tu mente cuando escuchas ‘Ángel Guardián’?”, los resultados obtenidos fueron que la mayoría asocia a esta empresa radiofónica con noticias o con algún partido político.

Respecto a su agrado por la estación, podremos decir que a la mayoría le agrada la estación, pero al hablar del cambio hay una variedad de sensaciones. Entre ellas podemos destacar: “frescura”, “juventud”, “diversión”, y lo menos mencionado se refería a ella como “aburrida”. Como lo confirman los testimonios: “Pues de que es más fresca, que se quiere renovar, igual podrían quitar un poquito de voz porque de pronto estás escuchando barras musicales y empiezan a hablar de cosas que nada que ver” (V. González, Comunicación personal, 2016). “Siento que es algo más juvenil, antes era más para viejitos” (J. Lugo, Comunicación personal, 2016).

Otro factor que se analizó es, qué programas ya ubican de los que actualmente transmiten. Se les pidió mencionar tres pero en su mayoría sólo recuerdan dos. Los programas con mayor recordación son: “Los Hijos de la mañana”, junto con el de Miguel Ángel Vargas “Noticias”, y en menor medida las barras musicales y “Café con grillos”.

Como se mencionó en el análisis de contenido, se publicitan más de 80 marcas en esta estación, por lo cual se quiso conocer si las personas recuerdan al menos tres marcas que se publicitan ahí. Como resultado se obtuvo

que la gente sólo recuerda una o dos marcas, de las cuales, la que más se mencionó fue “La Marina”, como la marca que más se publicita. “La marina me recuerda que debo pagar” (J. Lugo, Comunicación personal, 2016). Esto permite comprobar lo que afirma Alameda, Olarte, Reinares y Saco (2006), que, en el medio de la radio, las marcas que mayores impactos pagan obtienen una mayor notoriedad.

Identidad visual

Es la expresión visual de la identidad de la organización, ésta es un sistema o conjunto de características físicas reconocibles por el individuo como unidad identificadora de la organización (Capriotti, 1992). La identidad visual corporativa debe ser única, atemporal, emocional y universal; debe generar recordación, asociaciones, diferenciaciones y, por supuesto, debe lograr ser preferida ante la competencia (Lema y Peláez, 2009) En esta categoría se conoció la opinión de la gente acerca de los logotipos que ha tenido esta estación de radio (figura 2). Es muy notable el contraste de opiniones que se presentan.

FIGURA 2. LOGOTIPOS DE LA EMISORA ANALIZADA



Fuente: Página web oficial del grupo Radio Ley, 2016.

La mayoría de las personas entrevistadas perciben el logotipo de la RL como algo relacionado con música de banda y algo antiguo, viejo, “de sus abuelos”, que les provocaba en algunos casos nostalgia: “música de antaño, música de tríos de mis papás o de mis abuelos y quizá de mi

infancia me quedó marcado (...) a eso me remonté como las comidas y los olores, te vas para atrás inmediatamente y para mí la RL es eso” (E. Guzmán, Comunicación personal, 2016).

En relación al logotipo de “Ángel Guardián”, a la mayoría de la gente le agrada, le parece moderno, aunque no lo asocian con su slogan que es “Ángel Guardián también es música”, la gente lo sigue percibiendo como una estación de noticias, por lo que aún no logra un buen posicionamiento entre su público. Los calificativos que usa la gente se relacionan a: noticias, vanguardia, modernidad y sencillez con un toque serio y juvenil.

Identidad corporativa

Según Joan Costa (2010), la identidad corporativa “es el conjunto coordinado de signos visuales por medios de las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución” (p. 20). En esta categoría se preguntó por su slogan: “Ángel Guardián también es música”, aunque, como se dijo, suelen anunciar diversas frases que se confunden con su slogan. En las entrevistas, la mayoría de las personas no recordaban prácticamente ninguna frase ni su slogan, lo que indica que, de manera auditiva, la empresa no logra consolidar su identidad corporativa. Como se mencionó en el análisis de contenido, la empresa tiene varias versiones de su identidad auditiva, que causan cierta confusión con su público.

Conclusiones

Es común que las empresas de radio cambien de imagen, se han presenciado varios movimientos en la misma ciudad; sin embargo, el caso de Radio Levy llama la atención porque es la más antigua y forma parte de la cultura del estado.

En el caso de esta investigación se puede determinar que uno de los principales motivos es el relanzamiento de la marca o de la empresa para abrir nuevos mercados o diversificar y ampliar sus servicios. La empresa decidió cambiar de público para tener un mercado más comercial, en este caso algunos elementos analizados arrojan que la mayoría de los entrevistados aun no perciben el cambio de estación, siguen creyendo que Ángel Guardián es un programa de noticias. No ha causado un desagrado general, pero la gente aún no reconoce los atributos de la marca a través de lo que dice de su identidad corporativa.

Como resultado de esta investigación cualitativa, podemos decir que el público de Ángel Guardián 98.9 desconoce la transición que hizo la estación anteriormente llamada “Radio Levy o La RL de Colima”. Esto, aunado al hecho de que ninguna identidad corporativa se forma de la

noche a la mañana, es causado también por la saturación de estos mensajes durante toda la programación.

El consumidor no logra absorber el slogan “Ángel Guardián 98.9 también es música” y los radioescuchas aún conciben a la marca como un espacio de noticias y externan que logran percibir tintes partidistas en la programación.

Lo mismo sucede con la identidad visual de la empresa que a pesar de que le resulta más vanguardista, no logra desprenderse de ese fuerte vínculo que tiene con el noticiero que solía llevar el nombre de la marca y que resulta ser su problema principal; sin embargo, la barra de noticias es lo que motiva a la mayoría a escuchar la programación, en un promedio de cinco a siete días a la semana, ya que los resultados indican que la mayor cantidad de personas que reconocen la marca, la escuchan por las mañanas en el trayecto a sus respectivos trabajos o en sus labores diarias. Por esto, comprobamos que en el supuesto de que Ángel Guardián es percibida como una radio de noticias y política y su audiencia vio con agrado el cambio de identidad corporativa, mas no de igual manera su programación al desaparecer muchos programas únicos en la radio colimense.

El público tradicional se está tratando de adaptar, pero muchos se cambiaron. Una nueva radio se llevó a sus públicos porque allá se fue su locutor principal, Ramón Santana. Por otra parte, podemos afirmar que la identidad corporativa que diseñaron es novedosa, aunque se construye con nuevos significados, más inclinado hacia las ventas y menos a las tradiciones y cultura colimense. Se están haciendo esfuerzos importantes, pero lleva su tiempo lograr un nuevo posicionamiento. Aún así, creemos que la empresa radiofónica tiene grandes posibilidades de consolidarse pronto, dado que ha reforzado su estrategia con campañas *Below The Line* (BTL), que consisten en estrategias de marketing y publicidad en espacios abiertos, fuera del medio de comunicación y también usando redes sociales, para confirmar que son la imagen de “El Colima de hoy”.⁴

Bibliografía

Alameda Abejón, P.; Olarte Pascual, C.; Reinares Lara, E. M. y Saco Vázquez, M. (2006), Notoriedad de marca y medios de comunicación, *ESIC Market*, (124), pp. 383-408, recuperado de: http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/070118_130317_E.pdf

⁴ Justo cuando se terminó esta investigación y sin darla a conocer a la empresa, regresó a su identidad anterior y a partir de marzo de 2017 se llama RL con sólo dos slogans: “Radio Local” y “Realmente libre”.

- Ángel Guardián (2016), página web oficial, recuperado de <http://www.angelguardian.mx/sitio/noticia.php?id=23583>
- Capriotti, P. (1992), *La Imagen de la empresa: estrategia para una comunicación integrada*, Barcelona: El Ateneo.
- (2007), *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*, Chile: Colección Libros de la Empresa, Santiago (Chile).
- (2009), *Branding corporativo: Gestión estratégica de la identidad corporativa*, Medellín, Colombia.
- Costa, J. (2010), *Identidad corporativa*, Madrid: Trillas.
- Decisión de empresario (2010), XERL, la primera estación colimense. Siete décadas de hacer radio con sentido social, octubre, 2010, recuperado de: https://issuu.com/decisioncolima/docs/decision_empresa_26
- IFT (2016), Instituto Federal de Telecomunicaciones. Infraestructura de radio y televisión, estaciones autorizadas al 31 de marzo de 2016, recuperado de: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/cuadroestadisticodistribuciondeestacionesmarzo2016.pdf>
- (2017), Infraestructura de estaciones de radio AM y FM al 27 de febrero de 2017, recuperado de: <http://ucsweb.ift.org.mx/vrpc/visor/downloads>
- Jofre, N. (2013), *Rediseño de imagen corporativa: Proyecto Trébol*, Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013), *Fundamentos de marketing*. México: Pearson.
- Lema, N. y Peláez, A. (2009), *Marcas en cuerpo y alma*, Bogotá: Universidad Javeriana.
- Ley Federal de Radio y Televisión, Diario Oficial de la Federación, México, 13 de agosto de 2014.
- Lobato, F. y López, Á. (2004), *Investigación comercial*, Madrid: Paraninfo.
- Martín-Crespo, C. y Salamanca, A. B. (2007), El muestreo en la investigación cualitativa, *Nure Investigación*, núm. 27, marzo-abril de 2007.
- Mínguez A., N. (1999), Un marco conceptual para la comunicación corporativa, *ZER, Revista de estudios de comunicación* (revista electrónica), núm. 7, recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/zer7/minguez73.html>
- Pastor, S. (2013), *Desarrollo y plan de comunicación de una emisora de radio: Radio Élite*, trabajo de fin de grado, Universidad Politécnica de Valencia-Escuela técnica superior de Gandia, España, recuperado de: <http://hdl.handle.net/10251/34039>
- Stephenson, A.; Reese, D. y Beadle. M. (2012), *Broadcast Announcing Worktext*, UK: Focal Press.
- Santesmases, Valderrey y Sánchez (2014), *Fundamentos de mercadotecnia*, México: Patria.

- Taylor, S. J.; Bogdan, R. y Piatigorsky, J. (1987), *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*, Barcelona: Paidós.
- Vázquez Guerrero, M. y Flores, F. (2016, octubre), La publicidad radiofónica en Colima, México: aproximaciones históricas de informantes clave, *Memorias del XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. Sociedad del Conocimiento y Comunicación: Reflexiones Críticas desde América Latina. Grupo Temático 17 Historia de la Comunicación. 5-7 de octubre. Santa Fe. UAM Xochimilco*, pp. 39-46, recuperado de: <http://alaic2016.cua.uam.mx/documentos/memorias/GT17.pdf>

CAPÍTULO 9

BRANDCHILD: LOS JÓVENES Y SU RELACIÓN CON LOS TELÉFONOS INTELIGENTES EN COLIMA

Marco Antonio Barajas Figueroa¹
Karla Alejandra González López²
Mariana Guadalupe Pelayo Zepeda³

Resumen

Jamás otra generación tuvo tanto ingreso disponible como ésta. Por ello no es coincidencia que esta generación emergente se haya vuelto lo bastante poderosa como para contar con una partida específica en el presupuesto de cada director de mercadotecnia. Gasta dinero y tiempo con actitud holgada y despreocupada: consiguen lo que quieren cuando lo quieren.

Actualmente, los adolescentes se han visto involucrados en diversos procesos y también en decisiones de compra; un claro ejemplo es la adquisición de un teléfono móvil, por lo cual nos resulta atractivo conocer el proceso de elección de una marca o lo que una adolescente toma en cuenta para comprar un teléfono móvil.

Este artículo presenta un análisis de los resultados obtenidos sobre los factores que determinan la intención de compra de teléfonos celulares en adolescentes de dos escuelas primarias de Colima.

El análisis de esta investigación se centra en identificar los motivos que el adolescente tiene para comprar o que le compren un teléfono celular, así como la influencia que tienen los medios publicitarios y el círculo de amigos en la adquisición y elección de marcas de telefonía celular.

El tipo de investigación que se realizó es descriptivo, ya que puntualiza o resalta las características que tienen los adolescentes y explica la relación

¹ Profesor investigador de tiempo completo en las disciplinas de estadística y métodos cuantitativos en la Escuela de Mercadotecnia de la Universidad de Colima y del UCOL-CA 59. Maestro en Sistemas de Información por el ITESM. abarajas@uol.mx

² Profesora de tiempo parcial en las disciplinas de mercadotecnia en la Escuela de Mercadotecnia de la Universidad de Colima. Maestra en administración con especialidad en mercadotecnia por el TecMilenio. kgonzalez1@uol.mx.

³ Egresada en la licenciatura en mercadotecnia. marianapelayoz@gmail.com

con los medios publicitarios que a su vez se relaciona con el uso de teléfonos celulares.

Al finalizar el artículo se presentan los factores encontrados que influyen en la intención de compra de un teléfono móvil y la influencia que ejerce el círculo de amigos y los medios publicitarios.

Palabras clave: adolescentes, teléfonos celulares, medios publicitarios, marcas, tiendas departamentales, influencias, motivadores de compra y BrandChild.

Abstract

Another generation never took so much available revenue as this one. For this is not a coincidence that this emergent generation has become powerful enough to be provided with a specific budget of every marketing director. It spends money and time to obtain what they want, when they want it.

Nowadays the adolescents have turned out to be involved in diverse processes and also in decisions of buy, a clear example is the acquisition of a mobile phone, for which it turns out to be attractive to us to know the process of election of a brand or what an adolescent consider to buy a mobile phone.

This article present an analysis of results obtained on the factors that determine the intention of buy cellphones in adolescents of junior school of two public primary schools in Colima.

This research was descriptive because highlight the characteristics that the adolescents have and explain the relation with the advertising and the use of the cellphones in this sample.

At the end of the article you might analyze the factors that influence the intention to buy a mobile phone and if the friends influence in the acquisition of a mobile phone.

Keywords: *adolescent, cell phones, media advertising, brands, department store, influences, buying motivators, and BrandChild.*

Introducción

Actualmente, los adolescentes se han visto involucrados en diversos procesos y también en decisiones de compra; un claro ejemplo es la adquisición de un teléfono móvil, nos resulta atractivo conocer el proceso de elección de una marca o lo que una adolescente toma en cuenta para comprar un teléfono móvil.

Los usuarios más activos del teléfono móvil son, sin duda, los adolescentes (Bringué, 2010; Valor y Sieber, 2004). La disponibilidad de este

aparato ha supuesto para ellos una verdadera revolución tecnológica y social (Lorente, 2002).

Pendientes de toda esta situación están las diferentes marcas relacionadas con el negocio de la telefonía móvil. Este aparato es muy relevante para el adolescente y las empresas lo saben (Wilska, 2003). Los adolescentes se han convertido en el foco publicitario de los negocios dedicados a la venta de móviles, así como de otros aparatos como ordenadores y consolas (Espinar y González, 2008). Pero, además de producto de consumo, el móvil puede ser utilizado como canal de comunicación (Caldevilla, 2010), por tanto, puede ser utilizado para hacer llegar al adolescente mensajes comerciales de otros productos y servicios. Este hecho duplica el interés por conocer el modo en que el adolescente utiliza este apartado.

La importancia de los adolescentes como público para las campañas de publicidad y los medios publicitarios ha cambiado notablemente. Antes el adolescente era una parte más de la audiencia, y no una de las más significativas desde el punto de vista de la rentabilidad. Pero durante la última década, esta situación ha cambiado notablemente por la influencia de dos factores que no dejan de crecer y que, hoy por hoy, parecen estar lejos de llegar a su techo. El primero es la renta disponible del adolescente para realizar compras personalmente. La segunda es la capacidad de influencia que ostenta sobre las decisiones de una parte importante del gasto familiar (Benavides, Fernández, Alameda y Villagra, 2008).

En la actualidad, los adolescentes son un mercado atractivo para la publicidad, se dice que influyen las largas horas que pasan expuestos a una computadora como: redes sociales, reality shows, etcétera. Para la publicidad se convierten en un blanco vulnerable para el ofrecimiento de marcas específicas de teléfonos móviles.

Los preadolescentes constituyen un grupo de consumidores muy diferentes y exigentes. Además de haber surgido en la era digital interactiva, hay una serie de factores adicionales que los definen. Se trata de una tendencia que se conoce como KGOY (siglas en inglés de la expresión Kids Grow Up Young), que equivale a algo así como: “niños que maduran a menor edad”, lo cual se debe a que están expuestos a muchas más cosas a una edad muy temprana que cualquier otra generación. Y todo ello tiene que ver con más información, más entretenimiento, más comunicación y muchas y variadas marcas (Lindstrom y Seybold, 2006).

La adquisición de un teléfono móvil se considera un ritual de paso, que da entrada a la adolescencia (Fortunati y Magnanelli, 2002) hablan de: “hermandad virtual”, fenómeno que surge entre los jóvenes por compartir sentimientos, emociones y pensamientos (Castellana, Sánchez-Carbonell y Graner, 2007).

El estudio de BrandChild (Lindstrom y Seybold, 2006) reveló que un número importante de las marcas que compran los padres está tan

influenciado por los preadolescentes que a veces ellos llegan a ser los verdaderos responsables de las decisiones.

El hecho de que la investigación demuestre claramente que los consumidores jóvenes no sólo influyen en las compras de sus familias, como los cereales del desayuno, sino que participan de manera notable en decisiones sobre artículos sustanciales como automóviles y moda de los adultos, tiene implicaciones importantes para la mercadotecnia (Lindstrom y Seybold, 2006).

En la ciudad de Colima hay dos escuelas primarias que fueron utilizadas para investigar a los adolescentes de sexto grado de primaria, estas escuelas son públicas: “Libro de Texto Gratuito” (turno matutino y vespertino) y “Adolfo López Mateos” (en los mismos turnos).

Además, es importante reconocer que esta investigación utilizó la teoría relacionada que se le atribuye a Lindstrom y Seybold (2006) sobre el BrandChild, la cual menciona que casi la mitad de la generación de chicos preadolescentes urbanos del mundo tiene acceso a internet y cerca de 20% tiene su propio teléfono móvil.

Esta generación interactiva está acostumbrada a que las cosas se den al instante. Y una generación que sólo conoce la gratificación instantánea es una generación enormemente exigente.

Las preguntas de investigación que se plantearon fueron las siguientes:

1. ¿Cuáles son los motivos por los que un adolescente de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima adquiere un teléfono celular?
2. ¿Cuáles son los teléfonos celulares que adquieren los adolescentes de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima?
3. ¿Los medios publicitarios tienen influencia en la decisión de compra de teléfonos celulares de los adolescentes de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima?
4. ¿Dónde compran los teléfonos celulares los adolescentes de estas escuelas?
5. ¿Los amigos tienen influencia en la decisión de compra de un teléfono celular en los adolescentes de las escuelas estudiadas?

Materiales y métodos

La investigación que se realizó es de tipo descriptiva, ya que puntualiza o resalta las características que tienen los adolescentes y explica la relación con los medios publicitarios que, a su vez, se relaciona con el uso de teléfonos celulares.

Las variables que se utilizaron para la investigación fueron, la motivación de compra de teléfonos celulares, las marcas, los medios publicitarios, los lugares de compra, las amistades.

Para la elaboración del instrumento de medición utilizado en esta investigación se han tomado como base algunas de las preguntas que se encuentran en el artículo: Adolescentes y Familia. Aportaciones a la publicidad de telefonía móvil, que fue realizado tomando los resultados del estudio: La generación interactiva en España publicado en el foro “Generaciones Interactivas”, EducaRed y la Universidad de Navarra; algunas otras se extrajeron del proyecto de investigación: La telefonía móvil en la infancia y adolescencia. Usos, influencias y responsabilidades; además de las preguntas encontradas en las investigaciones antes mencionadas, se elaboraron algunas para evaluar los medios publicitarios y el impacto que tienen en los adolescentes.

Se utilizó una encuesta, la cual consta de tres preguntas sociodemográficas y 26 de contenido, dando un total de 29 preguntas

Según el Sistema Nacional de Información de Escuelas de la Secretaría de Educación Pública, para el ciclo escolar 2013-2014, siendo éste el más actual registrado, se tiene la siguiente cantidad de alumnos en las escuelas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” en ambos turnos: matutino y vespertino, que se seleccionaron para la aplicación:

TABLA 1. ESCUELAS Y ALUMNOS

| Escuela | Turno | Grupos | Alumnos |
|-------------------------|------------|--------|------------|
| Adolfo López Mateos | Matutino | 2 | 35 |
| Adolfo López Mateos | Vespertino | 1 | 18 |
| Libro de texto gratuito | Matutino | 2 | 43 |
| Libro de texto gratuito | Vespertino | 1 | 12 |
| Total de alumnos | | | 123 |

La tabla 1 representa el total de alumnos que se encontraban al día de la aplicación de la encuesta. Del total que marcaba el Sistema Nacional encontramos una variación, ya que no está actualizada la información que presentaba la Secretaría de Educación Pública (Escuelas, 2015).

Para esta investigación se aplicó la encuesta a los 123 adolescentes que pertenecen al universo ya mencionado anteriormente.

Para la validación de las escalas se realizó una prueba piloto con una muestra de 30 encuestas, las cuales son las mínimas requeridas para este caso, de acuerdo con el margen de error y de confianza establecido. Las

escalas desarrolladas fueron validadas a través del análisis de fiabilidad con *Alpha de Cronbach*, donde con los índices obtenidos se infiere que el instrumento es lo suficientemente válido.

Además de esto, se calculó el índice general de todas las escalas, donde el resultado de .824 nos indica que el instrumento es lo suficientemente válido para realizar la investigación.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son los motivos por los que un adolescente de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima adquiere un teléfono celular?
2. ¿Cuáles son los teléfonos celulares que adquieren los adolescentes de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima?
3. ¿Los medios publicitarios tienen influencia en las decisiones de compra de teléfonos celulares de los adolescentes de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima?
4. ¿Dónde compran los teléfonos celulares los adolescentes de estas escuelas?
5. ¿Los amigos tienen influencia en la decisión de compra de un teléfono celular en los adolescentes de las escuelas estudiadas?

Supuestos

Los objetivos que se plantearon fueron cinco. Debido a la naturaleza de los mismos, tres de ellos se convirtieron en supuestos que corresponden a los objetivos uno, dos y cuatro como se muestran a continuación y dos en hipótesis.

Supuesto 1

Los motivos principales por los que los adolescentes adquieren un teléfono celular son: escuchar música, ver fotos, para estar en contacto con sus amigos y para llamar a sus padres (objetivo 1).

Supuesto 2

Las marcas más adquiridas por adolescentes son: Samsung, Alcatel, iPhone y LG (objetivo 2).

Supuesto 3

Los adolescentes compran sus teléfonos celulares en tiendas departamentales gracias a que sus padres se los compraron (objetivo 4).

Hipótesis

1. *H_o*: El medio publicitario no influye en la decisión de compra de teléfonos celulares de adolescentes de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima.
2. *H_o*: El círculo de amigos no influye en la decisión de compra de teléfonos celulares de adolescentes del grado y plantel ya señalados y donde se llevó a cabo esta investigación en la ciudad de Colima.

Objetivos

Objetivo general

Para esta investigación se planteó como objetivo general:

Identificar los motivadores que el adolescente de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima tienen para comprar un teléfono celular.

Objetivos específicos

Y los objetivos específicos que resultaron fueron:

1. Identificar cuáles son los motivos por los que un adolescente de sexto grado de primaria de las escuelas públicas: “Libro de Texto Gratuito” y “Adolfo López Mateos” de la ciudad de Colima adquiere un teléfono celular.
2. Identificar las marcas de los teléfonos celulares que adquieren los adolescentes el grado ya citado y de las mismas escuelas públicas de la ciudad de Colima.
3. Identificar si los medios publicitarios tienen influencia en las decisiones de compra de teléfonos celulares de estos adolescentes de sexto grado de primaria de las escuelas públicas ya referidas de la ciudad de Colima.
4. Identificar dónde compran los teléfonos celulares los adolescentes del nivel y escuelas ya citados de la ciudad de Colima.

5. Identificar la influencia que tienen los amigos en la decisión de compra de un teléfono celular en este rubro de adolescentes de la ciudad de Colima.

Resultados y conclusiones

Se realizó un total de 123 cuestionarios, que componen el total de la muestra recopilada. Dicha muestra fue analizada a través del programa SPSS en su versión 20, y se realizaron análisis descriptivos, con el fin de poder tener mayor certeza de cómo se comporta el grupo en cuestión. Con los resultados encontrados, hay suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05, por lo que se concluye que el tipo de celular con el que cuenta actualmente el adolescente es independiente de haber visto anunciada la marca de su celular en medios publicitarios como las revistas, la televisión o el internet.

De los adolescentes de los dos turnos de las escuelas participantes en la investigación. Se encontró que, de los 123 estudiantes, 92 cuentan con un celular, lo que corresponde a 75% de los encuestados, además, el universo encuestado está conformado por 54% de hombres y 46% de mujeres.

TABLA 2. ¿TIENES CELULAR?

| Tienes celular | Alumnos |
|------------------|------------|
| Sí tiene celular | 92 |
| No tiene celular | <u>31</u> |
| Total | 123 |

Fuente: Elaboración propia.

De los 123 adolescentes encuestados, 55 se encuentran registrados en la escuela “Libro de Texto Gratuito” en el turno matutino y 15 en el turno vespertino; mientras que en la escuela “Adolfo López Mateos” se encuentran 35 y 18 en los turnos matutino y vespertino respectivamente.

Al realizar los análisis de chi cuadrado se encontró con que hay suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05, por lo que se concluye que la marca del celular con el que cuenta actualmente el adolescente es independiente de haber visto anunciada la marca en medios publicitarios como las revistas, la televisión o el internet.

TABLA 3. RESULTADOS CHI CUADRADO HIPÓTESIS 1 (OBJETIVO 3)

| PRUEBAS DE CHI-CUADRADO | | | |
|------------------------------|---------------------|----|--------------------------------------|
| | Valor | gl | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 58.886 ^a | 60 | .516 |
| Razón de verosimilitud | 65.260 | 60 | .299 |
| Asociación lineal por lineal | .213 | 1 | .644 |
| N de casos válidos | 85 | | |

Fuente: Elaboración propia mediante programa SPSS.

Por otra parte, también se encontró suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis nula con un nivel de significancia del 0.05, por lo que se concluye que el tipo de celular con el que cuenta actualmente el adolescente es independiente de querer tener uno mejor que el de los amigos.

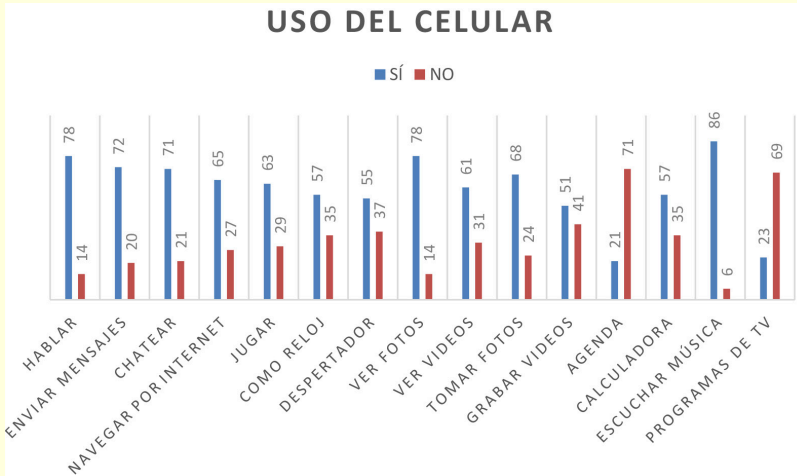
TABLA 4. RESULTADOS CHI CUADRADO, HIPÓTESIS 2 (OBJETIVO 5)

| PRUEBAS DE CHI-CUADRADO | | | |
|------------------------------|--------------------|----|--------------------------------------|
| | Valor | gl | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 4.148 ^a | 6 | .657 |
| Razón de verosimilitud | 3.260 | 6 | .776 |
| Asociación lineal por lineal | .034 | 1 | .854 |
| N de casos válidos | 92 | | |

Fuente: Elaboración propia mediante programa SPSS.

Los principales motivos por los que los adolescentes adquieren un teléfono celular son para: escuchar música, ver fotos, para estar en contacto con sus amigos y para llamar a sus padres.

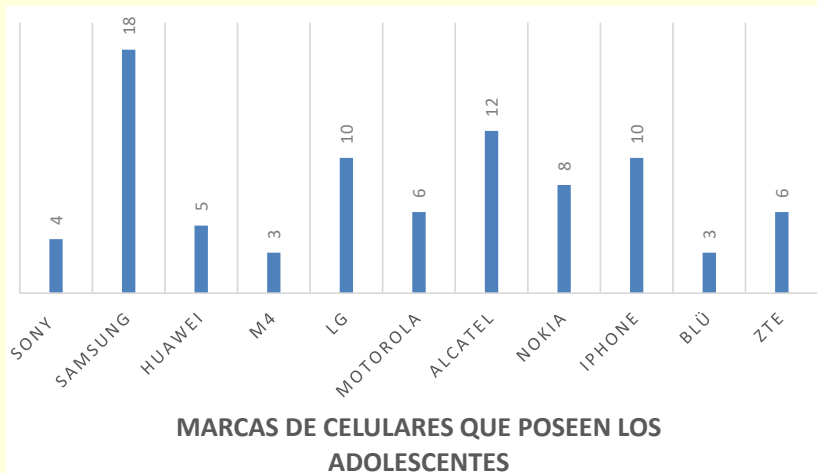
GRÁFICA 1. MOTIVOS POR LOS QUE UN ADOLESCENTE ADQUIERE UN CELULAR



Fuente: Elaboración propia.

Las marcas más adquiridas por adolescentes son: Samsung, Alcatel, iPhone y LG.

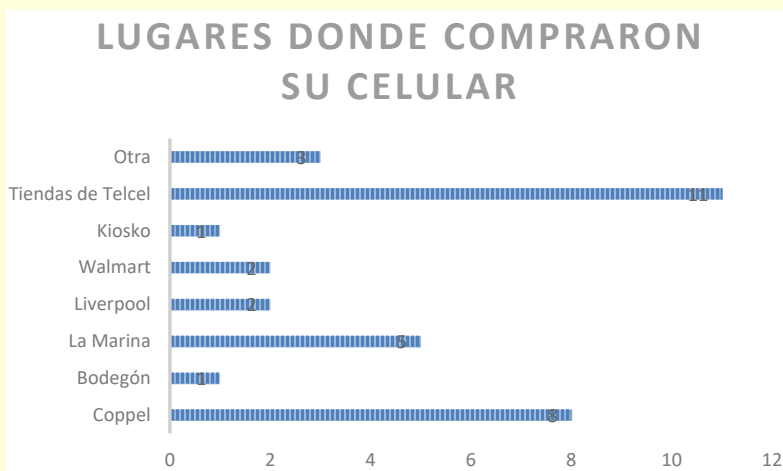
GRÁFICA 2. MARCAS QUE POSEEN LOS ADOLESCENTES



Fuente: Elaboración propia.

Los adolescentes compran sus teléfonos celulares en tiendas departamentales gracias a que sus padres se los compraron.

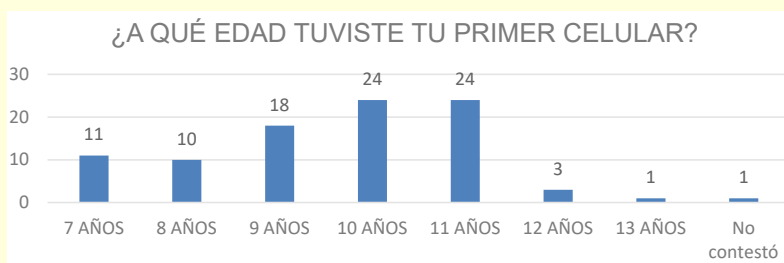
GRÁFICA 3. TIENDAS DEPARTAMENTALES EN LAS QUE COMPRAN LOS TELÉFONOS CELULARES



Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que la mayoría de los adolescentes recibió un teléfono celular cuando tenían entre 10 y 11 años de edad, seguidos de los que tenían entre siete y ocho años y una minoría cuando se encontraban entre los 12 y 13 años de edad.

GRÁFICA 4. EDAD A LA QUE OBTUVIERON SU PRIMER TELÉFONO CELULAR



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se les preguntó cómo obtuvieron su teléfono celular la mayoría mencionó que lo recibió como un regalo, sólo 19 de los 92 adolescentes mencionaron que les compraron el celular porque fueron ellos los que se lo pidieron a sus padres; y a quienes se los compraron porque los padres querían que lo tuvieran, fueron solamente 14.

Un 51% de los adolescentes contestó que son sus padres los que se encargan de pagar los gastos de su teléfono celular y 36% menciona que el gasto es compartido.

El 51% de los encuestados respondió que la forma más frecuente por la que los adolescentes tienen saldo es a través de recargas, las cuales pueden ser desde \$10.00; sin embargo, la mayoría menciona que gastan mensualmente entre \$31.00 y \$100.00.

Cuando se preguntó a los encuestados quién eligió el celular que tiene actualmente, 38 de los 92 respondieron que son los padres los que han hecho la elección según sus propios criterios; en segundo lugar, con 27 respuestas se encuentran los que tuvieron la oportunidad de elegir el celular con total libertad y 18 mencionan que podían elegirlo, pero tomando en cuenta las condiciones que sus padres les pusieron.

En cuanto a las redes sociales que utilizan se encontró que la red social más utilizada es el Facebook obtuvo 78 respuestas, Instagram cuenta con 39 respuestas y Hongouts con 37, cabe resaltar que 46 estudiantes eligieron otra red social sin mencionar cuál utilizaban.

El 76% de los encuestados sí recuerda haber visto publicidad de celulares y 24% no lo recuerda.

Cuando se les preguntó dónde han o habían visto la publicidad y/o anuncios de celulares (y tenían la oportunidad de escoger más de una opción), la respuesta que se encuentra en primer lugar es en internet; en segundo lugar, las revistas y en tercero los espectaculares.

La publicidad de las tres marcas que más recuerdan haber visto son iPhone en primer lugar, Samsung en segundo y en tercero empatan LG y Motorola.

Se realizó un análisis de chi cuadrado para identificar si el tipo de celular que tienen lo compraron por influencia de alguna red social y se encontró con el 0.05 de nivel de significancia, que el tipo de celular que tienen se asocia únicamente con Facebook y es independiente con Instagram, Snapchat, Twitter y Hongouts.

TABLA 5. FACEBOOK

| PRUEBAS DE CHI-CUADRADO | | | | | |
|-------------------------|--------------------|----|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| | Valor | gl | Significación asintótica (bilateral) | Significación exacta (bilateral) | Significación exacta (unilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 8.376 ^a | 1 | .004 | | |



→ Continúa (Tabla...)

| | Valor | gl | Significación asintótica (bilateral) | Significación exacta (bilateral) | Significación exacta (unilateral) |
|---|-------|----|--|--|---|
| Corrección de continuidad ^b | 5.652 | 1 | .017 | | |
| Razón de verosimilitud | 6.093 | 1 | .014 | | |
| Prueba exacta de Fisher | | | | .016 | .016 |
| Asociación lineal por lineal | 8.283 | 1 | .004 | | |
| N de casos válidos | 90 | | | | |

Fuente: Elaboración propia mediante programa SPSS.

Con esta investigación fue posible concluir que el grupo de amigos de un adolescente no influye en la intención de comprar un teléfono celular igual o mejor que el de los amigos, sino que son otras las razones por las que lo escoge con determinadas características, en la muestra investigada. El uso de los teléfonos celulares entre los adolescentes es cada vez más común, la mayoría cuenta con uno, ya sea porque lo recibió como regalo o porque sus papás se los compraron para estar en comunicación; generalmente porque son los adolescentes los que lo piden. Las edades en que lo consiguen son muy variadas, aunque la mayoría es entre los nueve y 11 años, en algunos; otros, incluso, desde los siete años de edad.

Se concluye que los adolescentes toman en cuenta la marca, el diseño y las aplicaciones cuando tienen la intención de comprar un celular, no sólo buscan conseguir un celular con funciones básicas como las llamadas y mensajes, además tratan de conseguir uno que les permita escuchar música, ver y tomar fotografías y navegar por internet, ya que son los principales usos que le dan al celular; sin embargo, la mayoría de los que tienen celular aceptan que sus padres lo compran, después siguen los que tienen toda la libertad para escogerlo y otros son los que tienen un poco de libertad, pero lo eligen bajo algunas condiciones que ponen los papás.

Las principales marcas de celulares que tienen los adolescentes son: Samsung, iPhone, LG, Alcatel y Nokia, de las cuales las tres primeras son de las que más han visto en medios publicitarios; sin embargo, aunque un gran porcentaje recuerda haber visto publicidad de celulares en varios medios como

las revistas y principalmente en internet, se encontró que no hay relación entre ellas, sino que los adolescentes prefieren una marca o tipo de celular (ya sea digital o smartphone), sin importar si la han visto anunciada o no.

En lo que se refiere a los gastos que genera tener un teléfono celular se encontró que la mayoría tiene acceso a la comunicación por realizar recargas de saldo, gasto que al mes llega a ser entre los \$31.00 y \$100.00. Los pagos son realizados principalmente por los padres de familia, aunque algunas veces es compartido entre el adolescente y sus padres.

En cuanto a la comunicación que tienen utilizando los celulares, las principales personas con las que se comunican son con sus padres, pues utilizan este medio para localizarse, después de ellos se comunican con los hermanos y otros miembros de la familia, dejando en lo último lugar a los amigos y la novia o novio.

Después de hacer el análisis del tipo de celular que tienen los adolescentes encontramos que la red social que tiene influencia a la hora de comprar algún tipo de teléfono es, en definitiva, el Facebook.

Los amigos fue otro factor que se tomó en cuenta como una de las principales influencias en los adolescentes a la hora de elegir un celular pues se podría considerar que se quiere tener uno como el de los amigos o uno mejor, sin embargo, después de hacer los análisis correspondientes se observó que no hay relación entre éstas, y la decisión de comprar un determinado tipo de celular depende únicamente del adolescente.

Se puede decir que cuando un adolescente tiene la intención de comprar un teléfono celular buscará que tenga características que se ajusten a sus necesidades y gustos, sin importar la publicidad que le puedan dar al tipo de celular y la marca, además de que no comprará uno únicamente por tener algo parecido al de su grupo de amigos, su decisión la tomará independientemente de esto. Sería interesante aplicar este estudio en escuelas privadas para poder identificar la influencia del nivel socioeconómico en la adquisición de un teléfono celular entre los adolescentes pertenecientes a esas escuelas.

Bibliografía

- Benavides, J.; Fernández, B.; Alameda, D. y Villagra, N. (marzo de 2008), *Eprints*, obtenido de: <http://eprints.ucm.es/10282/1/PublicidadyNiños.pdf>
- Bringué, X. Y. (octubre de 2010), obtenido de: <https://www.telefonica.com.mx/Section/download/LaGeneracionInteractivaenIberoamerica2010.pdf>
- Caldevilla, D. (2010), *Maecei*, obtenido de Nuevas lecturas del: http://www.maecei.es/pdf/n15/articulos/3_Nuevas_lecturas_del_concepto_de_publicidad_a%20partir_de_las_TIC.pdf

- Castellana, M.; Sánchez-Carbonell, X. y Graner, C. y. (2007), *Papeles del Psicólogo*, obtenido de: <http://www.papelesdelpsicologo.es/pdf/1503.pdf>
- Escuelas, S. N. (octubre de 2015), Sistema Nacional de Información de Escuelas, obtenido de: <http://www.snie.sep.gob.mx/SNIESC/>
- Espinar, E. y González, M. (2008), *RUA*, obtenido de Jóvenes conectados. Las experiencias: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/33269/1/2008_Espinar_Gonzalez_RES.pdf
- Fortunati, L. y Magnanelli, A. M. (2002), *Research gate*, obtenido de: http://www.researchgate.net/publication/45487740_El_telfono_mvil_de_los_jvenes
- Jiménez, G. y Ramos, M. (2007), *ISSUU Revista Comunicar*, obtenido de: <http://issuu.com/revistacomunicar/docs/comunicar29>
- Kotler, P. (2006), *Dirección de mercadotecnia*, México: McGraw-Hill.
- Lindstrom, M. y Seybold, P. B. (2006), *BrandChild, Estrategias innovadoras de marketing para niños*, México: Compañía Editora Continental.
- Lorente, S. (2002), maecei.es, obtenido de: http://www.maecei.es/pdf/n17/articulos/A10_Adolescentes_y_familia.Aportaciones_a_la_publicidad_de_telefonia_movil.pdf
- Menor, J. (2009), UNAV, obtenido de: http://www.unav.edu/matrimonioyfamilia/observatorio/uploads/24863_Rubio_Adolescentes-red-2009.pdf
- Oksman, V. y Rautiainen, P. (2002), Sumarios ISOC-Sociología y CC. Políticas, obtenido de: <http://bddoc.csic.es:8080/detalles.html?tabla=docu&bd=SOCPOL&id=468884>
- OMS (Organización Municipal de la Salud, 2015), OMS Organización Mundial de la Salud, obtenido de: <http://www.pemex.com/servicios/salud/TuSalud/MedicinaPreventiva/Documents/adolescencia.pdf>
- Schiffman, L. y Lazar, K. (2010), *Comportamiento del consumidor* (10a. ed.), México: Pearson, recuperado el 1 de noviembre de 2015, de: http://www.academia.edu/6116556/Comportamiento_del_Consumidor_Schiffman_10a_Ed
- SEP, S. d. (octubre de 2015), Secretaría de Educación Pública, obtenido de: http://www.sep.gob.mx/es/sep1/transparencia_rendicion
- UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, febrero de 2011), [unicef.org](http://www.unicef.org/mexico/spanish/SOWC-2011-Main-Report_SP_02092011.pdf), obtenido de: http://www.unicef.org/mexico/spanish/SOWC-2011-Main-Report_SP_02092011.pdf
- Valor, J. y Sieber, S. (2004), obtenido de: http://www.iese.edu/es/files/Est_EBCenter_JovenesInternet_tcm5-5356.pdf
- (2003), *Uso y actitud de los jóvenes ante internet y la telefonía móvil*, IESE Business School, recuperado de: http://www.iese.edu/es/files/5_9073.pdf
- Wilska, T. (2003), Springer, obtenido de *Journal of Consumer Policy*: <http://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1026331016172>

CAPÍTULO 10

LA GESTIÓN CONTABLE, UNA HERRAMIENTA PARA EL JUSTO CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA Y EL CONTROL FINANCIERO EN LAS PYMES DE AGUASCALIENTES

Virginia Guzmán Díaz de León¹
Miguel Ángel Oropeza Tagle
María del Carmen Bautista Sánchez

Resumen

Actualmente en las empresas la toma de decisiones es muy importante, ya que a través de ellas se definen los planes y estrategias que dirigen su rumbo y aseguran el cumplimiento de sus objetivos y la salud financiera que garantice el crecimiento y desarrollo de las mismas. La gestión contable es la herramienta que permite obtener la información necesaria para desarrollar los planes y proyectos, y durante su implementación y operación es la contabilidad de gestión el termómetro que permite ir midiendo el grado de avance, para ir tomando las medidas correctivas que garanticen que lo planeado se cumpla. Los impuestos son un factor que en la vida de las empresas no puede dejar de considerarse, puesto que el impacto que éstos pueden llegar a tener en las finanzas de la empresa puede ser sumamente importante, a tal grado que puede limitar su crecimiento y desarrollo; por tanto, las empresas buscan siempre, en la medida de lo posible y atendiendo al marco jurídico que les aplique, optimizar la carga tributaria. A su vez, los impuestos se determinan con base en la información financiera que la empresa genera, de ahí que la relación que existe entre la contabilidad, el pago de los impuestos y las finanzas de las empresas es sumamente estrecho, pues la gestión contable es una herramienta para el justo cumplimiento de la obligación tributaria y el control financiero y en las Pymes.

¹ Profesora de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. vguzman@correo.uaa.mx

Esta investigación tiene como objetivo determinar la existencia de prácticas de gestión contable en las Pymes de Aguascalientes, como una herramienta para lograr el menor pago de impuestos, dentro del marco legal para la optimización de la situación financiera. Se analizará la relación que la gestión contable tiene con la determinación de los impuestos, la relación de la gestión contable en el manejo de las finanzas, el impacto que el pago de impuestos tiene en las finanzas y determinar el impacto que tiene en las finanzas de las Pymes la gestión contable y el pago de los impuestos. El estudio por realizar será descriptivo, transversal, teórico y práctico; la metodología será cualitativa y cuantitativa; usaremos la recolección de datos para probar las hipótesis por medio de un cuestionario que se aplicará a gerentes o contadores de las Pymes, utilizando para ello una muestra probabilística para efectuar los análisis estadísticos correspondientes que nos permitan obtener inferencias respecto a la población. Posteriormente se realizará la recolección de la información y analizarán los datos a través de métodos de la estadística descriptiva para conocer frecuencias y medias, así como técnicas multivariadas de análisis estructural para contrastar las hipótesis de la investigación.

Palabras clave: gestión, contabilidad, impuestos, finanzas, Pymes.

Definición del problema

La vida cotidiana de las empresas está llena de cambios y desafíos, por lo que la dirección requiere de información útil y pertinente, necesaria para cumplir con los planes y necesidades, el control y la toma de decisiones, lo que permite una administración efectiva del negocio. Así, surge la contabilidad de gestión como el proceso para identificar, medir, reportar y analizar información sobre eventos económicos (Atkinson *et al.*, 2000).

La gestión contable consiste en la utilización, análisis e interpretación de la información obtenida de la contabilidad financiera de cara a la adopción de decisiones a corto plazo en el seno de la organización; orienta sus aplicaciones hacia aquellos sujetos que tienen poder de decisión sobre la actividad de la empresa, mejora el procedimiento de toma de decisiones mediante el uso de los datos contables.

En el ambiente altamente competitivo y de globalización que en la actualidad enfrentan las empresas, la contabilidad de gestión adquiere notable relevancia porque básicamente centra su estudio a todos los procesos que componen la cadena de valor de la empresa, otorgando una visión a corto, mediano y largo plazo; por ello, en los últimos años el interés por la contabilidad de gestión ha crecido, incluso ya se tienen libros que incluyen la temática en sus títulos, tal es el caso de “Contabilidad de gestión estratégica” (Magnago *et al.*,

2013). Por ello es importante realizar la presente investigación, pues la aportación que con ella se hará será de gran valía.

Existen factores que potencializan el crecimiento de las Pymes, pero hay ocasiones en que esos factores si no se identifican y planean adecuadamente pueden llegar a limitar su desarrollo y crecimiento, entre ellos se encuentra la carga tributaria. Con las reformas fiscales que en los últimos tiempos se han realizado, las Pymes han tenido una afectación financiera importante, ya que la tendencia ha sido a incrementar la recaudación; por tanto, han tenido que desembolsar recursos para dar cumplimiento a esta obligación; recursos que anteriormente eran destinados a actividades de operación o inversión, o en muchas ocasiones a la supervivencia de las empresas; de ahí, que ahora se tiene la responsabilidad de ser más estratégicos en las decisiones que se tomen en materia tributaria, sobre todo porque este tipo de empresas generalmente venían tributando en regímenes fiscales que les permitían cumplir con sus obligaciones con una mínima carga administrativa y un impacto en sus finanzas relativamente pequeño.

El crecimiento potencial está asociado negativamente con el acceso limitado a los recursos productivos, altos impuestos y la falta de acceso a los mercados. La mayoría de las Pymes se encuentran en la economía informal y tienen una vida de entre 1 y 5 años, ya que el 30% de ellas no superan el primero año de operaciones (Ishengoma & Kappel, 2011), lo anterior en virtud de que la mayoría de ellas no disponen de recursos financieros necesarios que garanticen su permanencia en el mercado y les da miedo ingresar a la economía formal por su incapacidad de cumplir con todas las obligaciones que ello implica, principalmente en materia contable e impositiva. Si comparamos a las grandes organizaciones con las pequeñas, éstas últimas tienen acceso limitado a fuentes de capital, pues generalmente los propietarios tienden a trabajar con un pequeño grupo de colaboradores, ya que para ellos su principal preocupación es la generación de los ingresos para financiar las operaciones ordinarias y, por lo tanto, asegurar la supervivencia a largo plazo (Ng, Harrisson and Akroyd, 2023).

Muchas de las Pymes no disponen de un sistema contable eficiente que les permita gestionar, mucho menos llegar a planear a corto y mediano plazo; por tanto, es muy importante que se genere una reflexión profunda, sobre la importancia de la gestión contable en la toma de decisiones y la importancia que tiene en el rumbo financiero de las empresas. Generalmente la toma de decisiones se hace tomando como base la contabilidad de las empresas; sin embargo, esto sólo sería una regla para los grandes negocios, ya que en las empresas pequeñas los sistemas contables son simplificados en informales; no obstante este tipo de empresas no son homogéneas; por lo tanto, no se puede generalizar que así sea (Ng, Harrisson & Akroyd, 2013).

Un factor importante que debe ser tomado en consideración es la forma en la que se constituye una empresa, pues dependiendo de ello se determinan las obligaciones fiscales que en materia de contabilidad debe cumplir; por tanto, la forma jurídica óptima de organización ha sido una preocupación de los propietarios de pequeñas empresas para efecto del impuesto sobre la renta federal (Hulse y Pope, 1996). Los impuestos juegan un papel importante en las decisiones de operación en las pequeñas empresas, como: la fijación de precios de productos, ubicación de la planta, y los procedimientos de contabilidad que se hacen a diario, pues los negocios están sujetos a una variedad de impuestos locales, estatales y federales que impactan importantemente en dos aspectos: los impuestos pagados incrementan los costos y, por otro lado, disminuyen el ingreso que las personas que integran las empresas puedan obtener (Leathers, 1972). El impacto del impuesto financieramente hablando es aún mayor cuando se decide que la empresa se constituya como una persona moral con fines lucrativos, ya que, en estos casos, se hace una doble tributación: por un lado el impuesto que se paga a través de la persona moral y por otro lado el impuesto que paga el accionista cuando se le distribuye el dividendo (Hulse y Pope, 1996).

No obstante lo anterior, los impuestos son considerados para los erarios como una fuente de financiamiento, como una forma de obtener ingresos que permitan la realización de los fines de gobierno y por su parte para las empresas será una erogación más que debe ser considerada en las finanzas de la empresa con antelación a través de la gestión contable.

Justificación

Una empresa no se puede iniciar tan sólo con la idea audaz de algún empresario, comenzar a comprar y vender o producir para luego buscar mercado. Es necesario que previamente al inicio de la operación se defina qué es lo que se desea hacer, si empata con el mercado o la demanda del medio donde se piensa operar; cuáles son los sistemas, métodos o procedimientos más adecuados para el desarrollo del proceso; se debe establecer una estructura de organización, definir cada uno de los elementos que la van a integrar, para definir el objetivo de cada uno de ellos, así como las actividades que van a desarrollar; determinar los recursos disponibles o las posibles fuentes para su obtención; identificar perfectamente las necesidades y el comportamiento del mercado al cual se va a dirigir y, sobre todo, cómo se va a garantizar que las diferentes transacciones que implican la operación de una entidad sean captadas por los sistemas de información internos, sean procesadas e informadas oportunamente a los diversos usuarios y con base en todo ello definir cuál es el régimen fiscal en el que se debe cumplir la obligación tributaria que por mandato constitucional (artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política

de los Estados Unidos Mexicanos) nos es encomendada, pues de acuerdo con el principio de proporcionalidad tributaria, las contribuciones deben impactar a cada sujeto pasivo en función de su respectiva capacidad económica, debiendo aportar una parte justa y adecuada de sus ingresos, utilidades o rendimientos, de tal manera que los contribuyentes que obtengan ingresos elevados tributen en forma cualitativamente superior a los de medianos y reducidos recursos (Corona & Reyes, 2003).

Por lo anterior, es de relevancia considerar antes de la operación, los sistemas de información con los que la empresa va a contar. El modelo contable predominante en el mundo es el contable financiero orientado a la satisfacción de las necesidades de los usuarios externos a la organización, entre ellos el Estado, pues requiere la información contable que sirve de base para el cálculo de los impuestos; no obstante el principal usuario de la información contable en las Pymes es el gerente o administrador, que en muchas ocasiones es el mismo propietario, pues la contabilidad le provee de información suficiente y adecuada a sus necesidades para la toma de decisiones operativas y de gestión (Farfán, 2010). La importancia de la información contable sólo puede ser comprendida cuando es considerada en interacción con otras implicaciones importantes dentro de la empresa (Jorgensen & Messner, 2010), en esta investigación se verá la implicación que tiene con los impuestos y las finanzas de las Pymes; pues la contabilidad vista de manera aislada, le resta trascendencia e importancia (Chua, 1986, Alcouffe *et al.*, 2008). La gestión contable proporciona información a la administración, es un medio de control y dirección de los negocios. La gestión contable es todo un proceso, comprende: la identificación, comprensión, análisis, interpretación y comunicación de la información para el logro de metas y objetivos de las organizaciones. Es una parte importante del proceso de administración, una importante estrategia para los equipos de administración en los negocios. En los pequeños negocios se enfoca más hacia el análisis de variaciones en la información y al análisis del costeo basado en actividades, ya que anteriormente la contabilidad de costos era alimentada por la contabilidad financiera (Oncioiu & Cantemir, 2013). La gestión contable es una pieza clave en la administración de las empresas ya que ésta constituye el termómetro mediante el cual podemos medir el desempeño de los integrantes de la organización, la eficiencia en la administración de sus recursos y la toma de decisiones acertada y oportuna por parte de sus directivos. Las Pymes requieren de un modelo contable de direccionamiento estratégico; es decir, la contabilidad debe convertirse en un instrumento de desarrollo para este tipo de empresas (Farfán, 2010) pues a través de ella se refleja la suma de esfuerzos continuos en la elaboración de estrategias, proporcionando una comprensión general de la importancia de la rentabilidad en las empresas, así como la toma de decisiones sobre puntos críticos en la vida de las mismas (Jorgensen & Messner, 2010),

es por ello que ante la necesidad de análisis e informar sobre los eventos económicos que afectan a las empresas surge la gestión contable (Atkinson *et al.*, 2000).

En las Pymes, la información financiera que generan, en la mayoría de los casos, es impuesta por las autoridades legales y administrativas, a través de ella busca satisfacer tres propósitos: uso de los propietarios-administradores, información tributaria y archivos regulatorios de no valores (por ejemplo, para cámaras u organizaciones a las que pertenece la empresa) (Mantilla, 2007); por tanto, es importante generar modelos financieros-contables que generen información cuantitativa y cualitativa para la toma de decisiones, como lo es la gestión contable, pues generalmente las Pymes tienden a utilizar la información contable como una revisión anual (AAA, 2007) y no como un instrumento de gestión interna para la toma de decisiones; por ello, es necesario complementar la contabilidad financiera pues ésta no alcanza para analizar la situación real de una empresa, debe complementarse con la contabilidad gerencial (gestión contable) (García & Rodríguez, 2001), ya que la contabilidad de gestión tiene como objetivo *“la emisión de informes contables mucho más analíticos y desagregados, destinados a los usuarios internos, y para los cuales la periodicidad y pautas de confección se definen dentro de la propia empresa, en función de sus propias necesidades de información”* (Bertolino *et al.*, 2000, p. 53), ya que la información requerida por la gerencia para una toma de decisiones objetiva, requiere de dos tipos de datos: *“datos históricos y cálculos futuros estimados”* (Robert & James, 1982, p. 292), para desarrollar estos últimos es necesario compenetrar la información contable con las finanzas, pues *“la gestión contable tiene tres funciones gerenciales: control, coordinación y planteamiento”* (Robert & James, 1982, pp. 4-5). Puede decirse que la contabilidad financiera está orientada a servir únicamente a los individuos ajenos al ente (García & Rodríguez, 2001); por ello, es necesario que las Pymes cuenten con un sistema de información interna para la obtención de información relevante para ellas, a través de la gestión contable.

La contabilidad es un instrumento de apoyo para la toma de decisiones al servicio de las finanzas corporativas, las cuales tienen como principal objetivo, la maximización del valor para los accionistas y propietarios de una organización mediante el análisis y la toma de decisiones (Brealey & Stewart, 1993; Brealey *et al.*, 2005; Westerfield *et al.*, 2005); por tanto, los indicadores financieros son muy importantes en la adopción de cursos de acción y la distribución de recursos necesarios para lograr las metas y objetivos (Montes, 2009), corresponden a acciones de la contabilidad de gestión en interacción con las finanzas de la empresa; por ello, es necesario un cambio cultural en las Pymes, pues su visión está centrada en fines de supervivencia, careciendo de un enfoque de crecimiento, desarrollo y competitividad; la gestión contable tiene un vínculo muy fuerte con la toma de decisiones de carácter operativo a

corto plazo (Blanco, 2003). Asimismo, las Pymes, requieren la protección del capital operativo o físico e incluso del capital financiero empresarial (Mejía *et al.*, 2007), por ello es importante “*reducir la incertidumbre, mejorar el proceso de toma de decisiones y modificar las consecuencias de una decisión tomada anteriormente*” (Aparisi y Ripoll, 2001, p. 120).

Una de las partes más importantes de la contabilidad de gestión es la contabilidad de costos, ya que es a través de ésta que se puede hacer uso de herramientas como el costo de oportunidad, costos del capital o la valoración del riesgo que son de utilidad a la organización en la toma de decisiones. El enfoque de la contabilidad de gestión es mucho más amplio que la contabilidad tradicional, direccionada a generar informes para la toma de decisiones en un ambiente táctico-operacional de la empresa (Magnago *et al.*, 2013), ya que los sistemas de la contabilidad convencional no tienden a adoptar una postura de orientación a largo plazo para el futuro y centrarse en estrategias. Por lo tanto, las empresas, ante el mundo económico globalizado y con exigencias de competitividad, la gestión contable estratégica es para ellas una herramienta que tiene como objetivo: proporcionar información para subsidiar el proceso de formulación de estrategias y el seguimiento del desempeño de la organización sobre las estrategias existentes, que posibilitan crear una ventaja competitiva para la empresa (Guilding, Cravens & Tayles, 2000). El sistema de contabilidad tradicional aporta indudables beneficios, pero no muestra los temas que la organización enfrenta cuando están tratando de desarrollar una estrategia competitiva (Nossa, Holanda, 1998).

Por su parte, la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha precisado en la tesis de rubro “PROPORCIONALIDAD Y EQUIDAD TRIBUTARIAS ESTABLECIDAS EN EL ARTICULO 31, FRACCION IV, CONSTITUCIONAL” que el principio de proporcionalidad radica, medularmente, en que los sujetos pasivos deben contribuir a los gastos públicos en función de su respectiva capacidad económica, debiendo aportar una parte justa y adecuada de sus ingresos, utilidades o rendimientos, lo que significa que los tributos deben establecerse de acuerdo con la capacidad económica de cada sujeto pasivo, de manera que las personas que obtengan ingresos elevados tributen en forma cualitativamente superior a los de medianos y reducidos ingresos (SCJN). De esta forma, nuestro más Alto Tribunal ha considerado que la proporcionalidad tributaria se encuentra vinculada con la capacidad económica de los contribuyentes, la cual debe ser gravada en forma diferenciada, conforme a tarifas progresivas, para que en cada caso el impacto sea distinto, no sólo en cantidad, sino también en lo que se refiere al mayor o menor sacrificio (SCJN, tesis P./J. 10/2003).

Por lo tanto, si se quiere valorar y cuidar el rumbo financiero de la empresa y dar cumplimiento justo a la obligación tributaria, la contabilidad de gestión es una herramienta importante, de ahí la relevancia de realizar un

estudio sobre las estrategias de gestión contable como una herramienta para el justo cumplimiento de la obligación tributaria y el control financiero en las Pymes de Aguascalientes.

Algunas de las prácticas comunes de la contabilidad de gestión, comprende:

1. Los costos (financiamiento, ciclo de costos, costos de calidad, metas de costeo, cadena de valor de costos).
2. La planificación, el control y la medición del desempeño (evaluaciones comparativas y medición del desempeño).
3. Toma de decisiones (sobre costos, precios y valoración de la marca).
4. Análisis de la competencia (evaluación de costos y desempeño).
5. Análisis financiero del cliente (análisis de la rentabilidad del cliente y su comportamiento) (Guilding, Cravens & Tayles, 2000).

Asimismo, también se debe evaluar el impacto que las contribuciones tienen en las empresas, esto implica un conocimiento y revisión constante de las disposiciones fiscales que la afectan, pues no basta con dar cumplimiento a las obligaciones, sino dar un correcto cumplimiento, desde la determinación de la contribución, la preparación de la declaración y su presentación en tiempo, pues de lo contrario el impacto financiero de las contribuciones se puede ver incrementado con la generación de actualización, recargos y multas, al grado tal que el impacto financiero de los impuestos puede en ocasiones poner en peligro la estabilidad y hasta la continuidad del negocio, de ahí la búsqueda constante de beneficios y oportunidades dentro del marco legal, que permitan optimizar la carga tributaria, así como oportunamente gestionar ante la autoridad para la promoción de facilidades, devolución y compensación de impuestos. *“Independientemente de la regulación de un sistema, parece lógico que a nadie se le puede obligar a realizar los hechos imposables más fuertemente gravados o a elegir la opción fiscal menos ventajosa”* (Arana, 2009, p. 83).

El pago de impuestos en los negocios, para efectos financieros, se aprecia como una disminución de utilidad, lo que para algunos empresarios representa un costo, para otros representa un gasto. De acuerdo con la normatividad contable, en la NIF-A5 (IMCP, 2014) debemos entender por costo, para fines de los estados financieros, como el valor de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de un bien o un servicio adquirido por la entidad, con la intención de generar ingresos. Existen costos que no pueden identificarse claramente con un ingreso relativo o que perdieron su potencial generador de ingresos, éstos deben considerarse gastos desde el momento en que se devengan. La NIF-A5 define al gasto como: el decremento bruto de activos o incremento de pasivos que experimenta una entidad, como resultado

de las operaciones que constituyen sus actividades normales encaminadas a la generación de ingresos. Un costo también representa un decremento bruto de recursos, pero a diferencia de los gastos, estos recursos se consumen para fabricar un producto. El costo se convertirá en gasto al momento de la venta del producto terminado. Gasto, es *“toda erogación clasificada en conceptos definidos, pendiente de aplicación al objetivo que los originó, del cual formarán su costo, por ejemplo: gasto de materiales utilizados, gasto de salarios pagados y gastos inherentes a la producción, que al conjuntarse forman el costo de elaboración; y así también tenemos gastos de venta, gastos de administración, gastos financieros, conceptos que integran el costo de distribución del ingreso del mes, semestre o año”* y costo es: *“un resumen de erogaciones-gastos-aplicados a un objetivo preciso: PRODUCTIVO o DISTRIBUTIVO recuperable a través de los ingresos que generen”* (Reyes, 2001, p. 9). Costo es *“la suma de inversiones que se han efectuado en los elementos que concurren en la producción y venta de un artículo o desarrollo de una función”* (Cárdenas, 1999, pp. 33-34).

Para reforzar el punto al que se quiere llegar, es necesario hacer referencia al Boletín B-3 de las Normas de Información Financiera (IMCP, 2014), correspondiente al estado de resultados, uno de los principales estados financieros de las empresas. Este boletín, señala como estructura del estado de resultados:

1. Los ingresos, costos y gastos ordinarios, que son los inherentes a las actividades primarias de la entidad, aun cuando no son frecuentes.
2. Utilidad o pérdida antes de impuestos a la utilidad.

En relación con el punto 1, en el “costo” indica que se debe mostrar el costo de lo vendido, entendiendo como tal al costo de producción o adquisición de los artículos vendidos (según se trate de una empresa de transformación o una comercializadora), que generaron los ingresos reportados en la región o sección de ventas. En las empresas prestadoras de servicios el costo de venta está integrado por aquellos costos que se identifican razonablemente en forma directa, con la prestación de los servicios. En lo que concierne a los gastos generales, el Boletín B-3 dice que están constituidos por los gastos de venta y los gastos de administración; los gastos de venta son aquellos en que incurre la entidad en sus esfuerzos para comercializar bienes o servicios y que los gastos de administración son aquellos incurridos para controlar sus operaciones.

En relación con el punto 2 del Boletín B-3, de la estructura del estado de resultados, el párrafo 33 enfatiza que la utilidad o pérdida antes de impuestos a la utilidad representa el valor residual de las ventas o ingresos netos después de sumar o disminuir, según proceda, los otros ingresos, costos y

gastos, ordinarios y no ordinarios, sin incluir los impuestos a la utilidad. Es una utilidad ganada por la entidad, en sus actividades primarias o normales, sin tomar en cuenta efecto alguno del impuesto a la utilidad (ISR). Lo anterior deja claro que el impuesto sobre la renta no es parte de los costos ni de los gastos de una entidad; es decir, no constituye una inversión mediante la cual se espera obtener ingresos, sino que se genera precisamente por las utilidades obtenidas, derivadas de los ingresos, costos y gastos correspondientes, esto es confirmado en el párrafo 34, de la NIF B-3, menciona que el importe de los impuestos a la utilidad deben determinarse conforme a la NIF particular, relativa al impuesto a la utilidad, NIF-D4. En la NIF-D4 (IMCP, 2005) define los siguientes términos:

- *Impuesto a la utilidad*, son el impuesto causado y el impuesto diferido del periodo.
- *Impuesto causado*, es el impuesto a cargo de la entidad, atribuible a la utilidad del periodo y determinado con base en las disposiciones fiscales aplicables en dicho periodo.

Con el análisis previo es evidente que los impuestos no tienen la naturaleza de los costos (contribuir a la obtención de ingresos), sino que merman las utilidades y les restan liquidez (disponibilidad de fondos suficientes para satisfacer los compromisos financieros de una entidad a su vencimiento), empatando la apreciación que el empresario tiene con la normatividad contable, en lo referente a que los impuestos que se tiene obligación de contribuir, disminuyen las utilidades, sin la esperanza de que generen por sí un ingreso que mejore la condición de la empresa. Adicionado a lo anterior, la complejidad de las normas tributarias, los nuevos retos de las oportunidades de la economía global, la crisis económica y los altos niveles de corrupción que impiden una distribución justa del gasto por parte del Estado, obtenemos una rígida resistencia al cumplimiento de la obligación tributaria y una casi obligada búsqueda para reducir, en la medida de lo posible, el entero de los tributos, si es que se desea subsistir. En esta temática, toma especial relevancia la moralidad, tanto del contribuyente en el cumplimiento de la obligación tributaria, que por mandato constitucional le ha sido impuesta, de la autoridad administrativa como ente recaudador, del legislador en la elaboración de leyes justas y equitativas y de los tribunales en la impartición de justicia.

Sólo un sistema de impuestos “justo” tiene suficientes probabilidades de alcanzar un grado satisfactorio de eficiencia práctica. Ante la conciencia y la sensibilidad del hombre de la calle, el derecho tributario se presenta como algo muy distinto de un mecanismo de justicia, todo lo simple y burda que se quiera: más bien aparece, en cambio, como una maraña cada vez más sofocante e inextricable de ociosas imposiciones. Los hombres

quieren instintivamente explicarse por qué pagan, y si la respuesta no surge con claridad claman contra la injusticia (Berlini, 1986).

Ahora bien, la interrelación que existe entre la gestión contable, los impuestos y las finanzas de una empresa es tal que el sistema legal, la imposición de contribuciones, las fuentes de financiamiento, la inflación y los vínculos políticos y económicos son factores que influyen en las prácticas contables de un país (Doupnik & Perea 2007). De acuerdo con la temática de la investigación sólo serán consideradas la imposición de contribuciones y las fuentes de financiamiento. En caso de la imposición de contribuciones, es a través de la gestión contable en las empresas que obtiene la base para la toma de decisiones de sus accionistas, y representan también, la base para el pago de sus impuestos; teniendo con consideración las finanzas de la empresa, una estrategia del inversionista no es sólo obtener el rendimiento, sino optimizar la ganancia, *“esta ganancia se logrará si usa eficientemente de manera integrada las finanzas y los impuestos”* (Sánchez, 2005, p. 6).

Los impuestos directos además de la participación de los trabajadores en las utilidades (PTU) constituyen normalmente uno de los renglones más importantes en la determinación de la utilidad neta de las empresas. Las finanzas son el adecuado uso de los recursos monetarios y que éstos coadyuvan fundamentalmente en el quehacer operativo de las empresas, un costo que debe planearse y controlarse, así como se hace con las compras, los gastos de ventas, la nómina, los gastos de publicidad, los intereses, etcétera, es el costo de los impuestos, que en conjunto representarán un correcto uso de las finanzas al aplicar adecuadamente el flujo de efectivo en beneficio de las empresas (Sánchez, 2005). Por tanto, se debe tener habilidad en el manejo de los recursos financieros y un estricto control para lograr los resultados deseados. La habilidad y creatividad para quienes toman decisiones en la empresa será determinante para la obtención de beneficios financieros, acordes al marco fiscal y jurídico de las empresas, aprovechando, sin incurrir en ilícitos y con apego a la norma legal, las diversas opciones fiscales. Cuando se tiene que elegir en el régimen fiscal que debe tributar una Pyme se decidirá después de analizar las características particulares de cada entidad y de evaluar los resultados financieros y fiscales que cada opción implica, porque los impuestos se convierten en una fuente de financiamiento interno sin costo financiero alguno, pues a menor pago de impuestos, mayor efectivo disponible para proyectos de inversión o de crecimiento para la empresa o de entrega de rendimientos para los accionistas.

De acuerdo con la normatividad contable en México *“El ISR de los negocios es apreciado por las comunidades económicas como una erogación que disminuye las utilidades de los mismos. La rentabilidad de las entidades se determina a partir de las utilidades netas periódicas, después del ISR correspondiente”* (IMCP, 2005, p. 17).

Para el desarrollo de esta investigación se tomará en cuenta la interacción que debe haber entre los involucrados en la investigación con los contadores y gerentes operacionales de las empresas (Cullen *et al.*, 2013), pues los segundos son los generadores de la información y los terceros los usuarios de la misma para la toma de decisiones; por lo tanto, los primeros debemos tener conocimientos de ambos procesos.

Conclusiones

Es evidente que los impuestos no tienen la naturaleza de los costos (contribuir a la obtención de ingresos), sino que merman las utilidades y les restan liquidez (disponibilidad de fondos suficientes para satisfacer los compromisos financieros de una entidad a su vencimiento), empatando la apreciación que el empresario tiene con la normatividad contable, en lo referente a que los impuestos que se tiene obligación de contribuir, disminuyen las utilidades, sin la esperanza de que generen por sí, un ingreso que mejore la condición de la empresa. Adicionado a lo anterior, la complejidad de las normas tributarias, los nuevos retos de las oportunidades de la economía global, la crisis económica y los altos niveles de corrupción que impiden una distribución justa del gasto por parte del Estado, obtenemos una rígida resistencia al cumplimiento de la obligación tributaria y una casi obligada búsqueda para reducir, en la medida de lo posible, el entero de los tributos, si es que se desea subsistir. En esta temática, toma especial relevancia la moralidad tanto del contribuyente en el cumplimiento de la obligación tributaria, que por mandato constitucional le ha sido impuesta, de la autoridad administrativa como ente recaudador, del legislador en la elaboración de leyes justas y equitativas y de los tribunales en la impartición de justicia.

Sólo un sistema de impuestos “justo” tiene suficientes probabilidades de alcanzar un grado satisfactorio de eficiencia práctica. Ante la conciencia y la sensibilidad del hombre de la calle, el derecho tributario se presenta como algo muy distinto de un mecanismo de justicia, todo lo simple y burda que se quiera: más bien aparece, en cambio, como una maraña cada vez más sofocante e inextricable de ociosas imposiciones. Los hombres quieren instintivamente explicarse por qué pagan, y si la respuesta no surge con claridad claman contra la injusticia (Berlini, 1986).

Ahora bien, la interrelación que existe entre la gestión contable, los impuestos y las finanzas de una empresa, es tal que el sistema legal, la imposición de contribuciones, las fuentes de financiamiento, la inflación y los vínculos políticos y económicos son factores que influyen en las prácticas contables de un país (Doupnik & Perea, 2007). De acuerdo con la temática de la investigación sólo serán considerados la imposición de contribuciones y las fuentes de financiamiento. En caso de la imposición de contribuciones,

es a través de la gestión contable en las empresas que obtiene la base para la toma de decisiones de sus accionistas, y representan también la base para el pago de sus impuestos; teniendo con consideración las finanzas de la empresa, una estrategia del inversionista no es sólo obtener el rendimiento, sino optimizar la ganancia, *“esta ganancia se logrará si usa eficientemente de manera integrada las finanzas y los impuestos”* (Sánchez, 2005, p. 6).

Los impuestos directos además de la participación de los trabajadores en las utilidades (PTU) constituyen normalmente uno de los renglones más importantes en la determinación de la utilidad neta de las empresas. Las finanzas son el adecuado uso de los recursos monetarios y que éstos coadyuvan fundamentalmente en el quehacer operativo de las empresas, un costo que debe planearse y controlarse, así como se hace con las compras, los gastos de ventas, la nómina, los gastos de publicidad, los intereses, etcétera, es el costo de los impuestos, que en conjunto representarán un correcto uso de las finanzas al aplicar adecuadamente el flujo de efectivo en beneficio de las empresas (Sánchez, 2005). Por tanto, se debe tener habilidad en el manejo de los recursos financieros y un estricto control para lograr los resultados deseados. La habilidad y creatividad para quienes toman decisiones en la empresa será determinante para la obtención de beneficios financieros, acordes al marco fiscal y jurídico de las empresas, aprovechando, sin incurrir en ilícitos y con apego a la norma legal, las diversas opciones fiscales. Cuando se tiene que elegir en el régimen fiscal que debe tributar una Pyme, se decidirá después de analizar las características particulares de cada entidad y de evaluar los resultados financieros y fiscales que cada opción implica, porque los impuestos se convierten en una fuente de financiamiento interno sin costo financiero alguno, pues a menor pago de impuestos, mayor efectivo disponible para proyectos de inversión o de crecimiento para la empresa o de entrega de rendimientos para los accionistas.

De acuerdo con la normatividad contable en México *“El ISR de los negocios es apreciado por las comunidades económicas como una erogación que disminuye las utilidades de los mismos. La rentabilidad de las entidades se determina a partir de las utilidades netas periódicas, después del ISR correspondiente”* (IMCP, 2005, p. 17).

Bibliografía

American Accounting Association (AAA), Comité de Estándares Financieros, 2007, Estándares para la contabilidad y los informes financieros de entidades privadas, *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría* (30), 11-44.

- Anaís Fortaleza: UFC, 1998, Disponible em: <http://www.ultra-to.br/esino/downloads/download.asp?arquivo_%7B1645cagc-&Odf-43EC-B505-DFD475EE4CB8%7D> Acceso em: II magio 2009.
- Alcouffe, S., Berland, N., Levant, Y., 2008, Actor-networks and the diffusion of management accounting innovations: a comparative study, *Management Accounting Research* 19, 1-17.
- Atkinson, A.A. *et al.*, *Contabilidad gerencial*, Traducao Antonio Zoratto Sanvicente, Sao Paulo: Atlas, 1991.
- Aparisi, A., Ripoll, V., 2001, Los sistemas de información estratégica en ambientes competitivos, *Revista Legis del Contador* (5), 111-134.
- Arana L.S. (2009), Factores que inciden en el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, España, Dykinson, Disponible en :<http://site.ebrary.com/lib/univeraguascalientessp/Doc?id=10280902&ppg=82>
- Bertolino, G., Mileti, M., Vásquez, C., Veron, C. y Judais, A., 2000, Los informes contables de las Pymes: orientación al usuario, Trabajo presentado en las Quintas Jornadas “*Investigación en la Facultad*” de Ciencias Económicas y Estadísticas, Universidad Nacional del Rosario, Argentina, noviembre de 2000.
- Blanco, F. 2003, *Contabilidad de costes y analítica de gestión para la toma de decisiones estratégicas*, Bilbao, Ediciones Deusto.
- Brealey, R., Stewart, M., 1993, *Principios de Finanzas Corporativas*, Madrid; McGraw-Hill.
- Brealey, R., Stewart, M., y Macus A., 2005, *Fundamentos de finanzas corporativas*, México, McGraw-Hill.
- Cárdenas N. R. (1999), *Contabilidad de Costos 1*, 3a. ed., México, IMPC.
- Chua, W.F., 1986, Radical development in accounting thought, *The Accounting Review* 61, 601-632.
- Colín Z. L., Reyes C. O. 2003, *Principios de justicia fiscal y legalidad tributaria*, Tax Editores, México.
- Cullen, J., Tsamenyi, M., Bernon, M., Gorst, J., 2013, Reverse logistics in the UK retail sector: A case study of the role of management in driving organisational change, *Management Accounting Reserch*, 24, 212-227.
- Doupnik T., Perera H. (2007), *Contabilidad Internacional*, México, McGraw-Hill.
- Farfán, M., 2010, La contabilidad de direccionamiento estratégico como una oportunidad de desarrollo empresarial en las Pymes, 11 (29), 347-365.
- García, C., y Rodríguez, M., 2001, La contabilidad directiva: una perspectiva multicultural, En: *Cruzando Fronteras: Tendencias de Contabilidad Directiva para el Siglo XXI*, Actas del VII Congreso del Instituto Internacional de Costos, León (España) del 4 al 6 de julio de 2001.

- Guilding, C. Cravens, K.S.; Tayles, M., An international comparison of strategic management accounting practices. *Management Accounting Research*, v. II, n. I. p. 113-135, 2000.
- Hulse David S. & Pope Thomas R., The effects of income taxes on the preference of organizational forms for small businesses in the United States, *Journal of Small Business Management*, Jan 1996, 34, 1 pp. 24-35.
- IMCP (2005), Boletín D-4, *Impuesto sobre la Renta Diferido, Fundamentos y Aplicaciones Prácticas*, 2a. Ed., México, IMCP.
- IMCP (2014), *Normas de Información Financiera*, México, IMPC.
- Ishengoma Esther K., Kappel Robert, 2011, Business environment and growth potencial of micro and small manufacturing enterprises in Uganda, *African Development Review*, Vol. 23, No. 3, 2011, pp. 352-365.
- Jorgensen B., Messner M., 2010, Accounting and strategizing: a case of study from new product development, *Accounting, Organizations and Society* 35, 184-204.
- Leathers Charles G., Incidence of business taxes on small firms, *Journal of Small Business Management*, Apr 1972, 10, pp. 12-16.
- Magnago L., Campabharo A., Fortunato G. y Nossa V., Determinantes para a utilizacao de praticas de contabilidade gerencial estratégica: um estudio empírico, *Ram, Rev. Adm. Mackenzie*, V. 14, N.1, Sao Paulo, SP Jan/fev. 2013, pp. 98-125.
- Mantilla, S., 2007. IFRS para Pymes: una situación en proceso de solución, *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría* (29), 115-144.
- Mejía, E., Montes C., Mora, G., 2007, *Perspectivas de la regulación contable internacional para Pymes*, Armenia: Editorial Universitaria de Colombia.
- Montes, C., 2009, *Administración de Riesgos Empresariales*, Armenia, Editorial Universitaria de Colombia.
- Ng Frederick, Harrisson Julie A., Akroyd Chirs, (2013), A revenue management perspective of management accounting practice in small businesses, *Meditari Accountancy Reserch*, Vol. 21 No. 2, 2013, pp. 92-116.
- Nossa, V.; Holanda, V.B. A., Contabilidade estratégica e os sistemas de infromacoes como suporte as decisoes. In: Congresso Brasileiro de Custos, 5, 1998, Fortaleza. Onciou I Ionica & Cantemir Dimitrie (2013). Management accounting practices (MAPS) in Romania samll business. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, Vol. 8, No. 1, 2013, pp. 229-235.
- Reyes P. E. (2001), *Contabilidad de Costos*, primer curso, 4a. ed., México, LIMUSA.
- Robert, A. y James, R., 1982, *Principios contables*, Buenos Aires, El Ateneo.
- Sánchez M. A. (2005), *Estrategias Financieras de los Impuestos*, 5a. ed., México, Gasca Siccó.

- SCJN, Tesis jurisprudencial P./J. 10/2003, Pleno, 9a. época, Tomo XVII, mayo, 2003. p. 144. Disponible en: <http://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/DetalleGeneralV2.aspx?ID=184291&Clase=DetalleTesisBL>
- SCJN, Tesis, Pleno, 7a. época, Tomo 187-192, primera parte, p. 113, disponible en: <http://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/DetalleGeneralV2.aspx?ID=232309&Clase=DetalleTesisBL>
- Westerfield, R., Ross, S. y Jaffe, J., 2005, Finanzas corporativas, México: McGraw-Hill.

PARTE III

LIDERAZGO Y SALUD

CAPÍTULO 11

- El liderazgo ético en las instituciones educativas en Villa Juárez, Sonora

CAPÍTULO 12

- Galleta de Soya (*Glycine max*) y coco (*Cocos nucifera*) como fuente de proteína y fibra

CAPÍTULO 11

EL LIDERAZGO ÉTICO EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN VILLA JUÁREZ, SONORA

Rosa María Rincón Ornelas¹
Francisco Espinoza Morales²
Lidia Amalia Zallas Esquer³

Resumen

La ética y el liderazgo son dos aspectos que se pueden adherir en los grupos de seres humanos y más concretamente en las instituciones educativas. Presentándose y percibiéndose por las personas que se encuentran laborando y/o colaborando con ellas. El liderazgo ético en las instituciones educativas permite conseguir aspectos satisfactorios en los resultados de operación. Citando como ejemplo el logro de objetivos trazados o la evolución misma del sistema en el que se está y de su entorno como lo es la sociedad. Una institución educativa se dedica a formar, y qué mejor que se cuente con un

¹ Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología, profesora del Departamento de Ciencias Económico Administrativas de la División de Ciencias Económicas y Sociales de la Unidad Regional Sur de la Universidad de Sonora, Certificado de Competencia Laboral en el Estándar de Competencias. Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales, Organismo Certificador Excelencia Laboral, S.C. rosamaro@navojoa.uson.mx

² Doctor en Educación por la Universidad de Tijuana, Profesor de Tiempo Completo en el Departamento de Ciencias Económico Administrativas de la División de Ciencias Económicas y Sociales de la Unidad Regional Sur de la Universidad de Sonora, reconocimiento por la Secretaría de Educación Pública (SEP) perfil PRODEP, líder del Cuerpo Académico de Desarrollo Regional y Competitividad, acreditado por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contabilidad y Administración (ANFECA). Certificado de Competencia Laboral en el Estándar de Competencias. Consejo nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales, Organismo certificador Excelencia laboral, S.C. fespinoz@navojoa.uson.mx

³ Doctora en Educación por la Universidad de Tijuana, Profesora en el Departamento de Ciencias Sociales de la División de Ciencias Económicas y Sociales de la Unidad Regional Sur de la Universidad de Sonora y Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Pedagógica Nacional Unidad 26 B, con reconocimiento por la Secretaría de Educación Pública (SEP) perfil PRODEP grado preferente. lzallas@navojoa.uson.mx

liderazgo ético en ésta, ya que son acciones o actuares encaminados a las buenas conductas y cumpliendo con las normas establecidas. Percibiéndose lo anterior por los subordinados, cuando los dirigentes toman actitudes o decisiones en las operaciones normales de donde son responsables. Por ello se decidió realizar esta investigación en la comunidad de Benito Juárez, considerándose las instituciones educativas que existen desde el nivel preescolar hasta el nivel superior, en la cual se aplicaron instrumentos de medición a los docentes.

Palabras claves: Liderazgo, liderazgo ético, instituciones educativas, sociedad.

Abstract

Ethics and leadership are two aspects that can be adhered to in groups of human beings and more concretely in educational institutions. They are presented and perceived by the people who are working and/or collaborating with them. The ethical leadership in the educational institutions allows to achieve satisfactory aspects in the results of operation. Citing as an example the achievement of the objectives drawn or the very evolution of the system in which it is and its environment, as it is, society. An educational institution is dedicated to forming and it is better to have an ethical leadership in it, given that it is represented by actions aimed at good behavior complying with established standards. This is perceived by the subordinates, when the leaders take attitudes or decisions during normal operations which they are responsible for. Therefore, it was decided to carry out this research in the community of Benito Juárez, considering the educational institutions that exist from the pre-school level to the higher level, in which instruments of measurement were applied to teachers.

Key words: Leadership, ethical leadership, educational institution and society.

Introducción

La presente investigación hace referencia al liderazgo ético en las instituciones educativas de la comunidad de Villa Juárez, Sonora; por lo que se aplicaron encuestas a 18 instituciones educativas para conocer si se cuentan con éste, con código de ética, así como si conocen la responsabilidad social y cuentan con ella.

En otro apartado se describe la problemática de la investigación que existe en las instituciones educativas.

En el marco teórico se exponen los conceptos y definiciones de liderazgo, liderazgo ético y código de ética y en el marco metodológico se comprenden los enunciados correspondientes al sistema de hipótesis, el conjunto de variables, la metodología del trabajo de investigación, la población y muestra, el método de investigación, las técnicas de redacción de datos y métodos de análisis de los mismos.

Por último, se presenta la descripción y la sistematización de resultados confrontando el marco teórico con resultados obtenidos en la investigación, que posibilite una discusión de resultados en forma coherente.

Planteamiento del problema

La educación es un factor muy importante para poder desarrollarnos como país; por ello, las instituciones educativas juegan un papel importante para que los individuos se puedan superar.

Las instituciones educativas hoy en día deben tener una postura firme ante las realidades que se presentan, como el caso de los requerimientos que se están necesitando para estar dentro del sistema educativo mexicano. Considerándose importante que se tengan en estas instancias personal con un liderazgo ético.

Trabajar con ética es una necesidad y es viable, ya que queriendo hacer las cosas bien con actitud positiva, apegándose a la normatividad con la voluntad, con la armonía de hacer lo que se quiere y se dice, haciéndolo de una buena manera en la organización se puede contagiar directivos, docentes, trabajadores y alumnos. La ética en las instituciones es un tema que preocupa cada vez más a directivos y académicos. Sin ella se puede ganar a corto plazo, pero una guiada por principios poco éticos no perdurará mucho en el mercado actual (Ruiz y Ruiz, 2011).

En este país las indagaciones están relacionadas con la búsqueda de la legitimidad y credibilidad de la actividad de organizaciones, así como en el intento de forjar relaciones de confianza y cooperación en el seno de las firmas, puesto que son instituciones sociales (González, 2001).

La falta de liderazgo y la falta de una fuerte conciencia ética, combinada con la práctica de subcontratar operaciones a quien ofrezca mayores ahorros en el costo de mano de obra, es fuente de innumerables abusos (Ramírez, 2008).

La reforma educativa con la cual se experimentaron cambios significativos en los modelos de la administración escolar, que implicaba adaptarse a nuevos modelos de gestión, así como nuevos roles en el desempeño docente, y con ello la necesidad de desarrollar nuevas capacidades, tanto en los equipos docentes, como también en los responsables de la gestión institucional o pudiéndose decir que en todo el recurso humano que

trabaja en una institución educativa; pues en la actualidad las instituciones se encuentran ante un escenario mucho más competitivo, cambiante y crítico, que representa desafíos importantes, en el caso de las entidades educativas, por la enorme responsabilidad social y ética que implica la gestión de los procesos y/o servicios que prestan a la comunidad estudiantil. Por lo cual se considera que las instituciones educativas debieran estar operando con docentes que tengan liderazgo ético en el ejercicio de sus responsabilidades, es por ello que esta investigación tuvo como pregunta principal la siguiente: ¿cuáles son las instituciones educativas de la comunidad de Villa Juárez que tienen liderazgo ético?

Objetivo general

Conocer si las instituciones educativas de la comunidad de Villa Juárez tienen liderazgo ético.

Hipótesis

El conocimiento y apego al código de ética y la responsabilidad social contribuyen a que exista liderazgo ético en las instituciones educativas de la comunidad de Villa Juárez.

- Variable independiente 1:
 - Conocimiento y apego al código de ética.
- Variable independiente 2.
 - Responsabilidad social.
- Variable dependiente.
 - Liderazgo ético en las instituciones educativas.

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la importancia de que las instituciones educativas de Benito Juárez, Sonora, tengan código de ética y la responsabilidad social para que se ejerza un liderazgo ético?
- ¿Cuáles son las características de las instituciones educativas de la comunidad de Villa Juárez, que tienen liderazgo ético?

Justificación

La educación es un factor muy importante para poder desarrollarnos como país; por ello, las instituciones educativas juegan un papel importante para que los individuos se puedan superar.

Los actuantes de todo dirigente es definir estrategias de innovación más pertinentes, proponer propuestas viables de ejecución inmediata y con alto impacto a mediano y largo plazo, para así mejorar la calidad de la educación.

En la actualidad, todas las instituciones, sus líderes, directores o gestores se encuentran más preocupados por sus propios intereses que en un adecuado funcionamiento de las distintas secciones que las componen y su responsabilidad social empresarial. O existen líderes políticos más preocupados por salir reelegidos que en dirigir adecuadamente un país y generar un clima de compromiso, trabajo y pertenencia a una sociedad y cultura determinada; o en el área educativa con equipos descoordinados entre sus docentes y la dirección en un mismo centro educativo, la realidad que nos encontramos no parece ser muy halagüeña (González y García, 2013).

Marco teórico

Ética

La ética se entiende como un cuerpo de conceptos filosóficos, un grupo de principios que involucra los comportamientos humanos (correctos e incorrectos), el mundo espiritual y la vida diaria. El objetivo de la ética es el mejoramiento de la existencia humana, y para ello se tiene en cuenta que las personas viven en sociedad, dentro de un entorno. Por lo tanto, la ética incluye la responsabilidad por los efectos de nuestros actos y en el medio ambiente (Rodríguez y Bustamante, 2008).

Franklin y Krieger (2011), dicen que la ética es determinante para el individuo y su entorno, ya que de ella depende la claridad y transparencia de los conceptos que de una u otra manera se traducen en hechos. La ética puede definirse como el conjunto de normas que ordenan e imprimen sentido a los valores y principios de conducta de una persona o una comunidad (compromiso, honestidad, lealtad, franqueza, integridad, respeto por los demás y sentido de responsabilidad, entre otros), constituyendo uno de los pilares de las normas de actuación para cualquier individuo. Desde el punto de vista organizacional, la ética puede definirse en términos de los principios morales y normas que orientan el comportamiento de la organización en el mundo de los

negocios. Lo anterior debiendo estar presente en el comportamiento ético de todo gerente.

Los miembros de las organizaciones actúan con la satisfacción de aportar algo a la sociedad, contribuyendo al desarrollo de sus pueblos, ciudades y países. La confianza que generan en la sociedad aquellas organizaciones que cumplen con sus compromisos, que cooperan con su actividad al desarrollo de la comunidad en la que están inmersas, contribuye a la estabilidad social del ámbito en el que se circunscriben y es, a su vez, motivo para seguir actuando de modo responsable, lo que genera motivación para el trabajo y refuerza la cultura cooperativa.

Liderazgo

El liderazgo es la capacidad de influir en un grupo para que se logren las metas (Robbins, 2004). Y es el proceso de dirigir el comportamiento de las personas por una vía que les permitirá alcanzar algunos objetivos (Chiavenato, 2004). Se considera que los directivos, como individuos con autoridad legítima, pueden llegar a ser el referente en el comportamiento de los miembros de la organización (Ruiz y Ruiz, 2011).

Un buen líder se define por un conjunto de capacidades, habilidades, conocimientos que sabe aplicar para conseguir los mejores resultados con su equipo de trabajo (González y García, 2013).

Liderazgo ético

En las distintas etapas de la humanidad han existido diferentes necesidades e individuos capaces de subsistir y enfrentar los diversos acontecimientos que se les presenta en una comunidad. Se presenta problemáticas ocasionadas por el mismo hombre o por la naturaleza. La forma de seguir, de proceder hoy en día es habitar en una sociedad y tener la confianza plena de la estancia en ella misma.

Por lo anterior, se considera que en los tiempos actuales el plan de carrera laboral de cada miembro de una institución ha de diseñarse teniendo en cuenta que “todos los crecimientos de que el hombre es susceptible son finitos, salvo uno, que es, precisamente, su propio perfeccionamiento como hombre. Crecer, perfeccionarse como hombre es la más alta forma de crecimiento que existe (Debeljuh, 2009).

Puede decirse que una buena dirección se puede dar bajo un liderazgo ético. Todos sabemos que el liderazgo lo ejerce una persona con un grado alto de responsabilidad (Moreno, 2001).

El líder ético debe tener unos valores sólidos en los que debe apoyar sus decisiones y su trato con las personas, valores que precisamente se han ido perdiendo con la crisis: confianza, credibilidad, optimismo, visión de futuro,

ya que ganaron terreno la especulación, el desánimo y el afán de riqueza (Ruiz, 2014).

Las virtudes de prudencia, templanza, justicia y fortaleza son las que fundamentan un liderazgo ético. A pesar de las dificultades por llevar a la realidad empresarial una dirección centrada en valores y de las reticencias mayores por un liderazgo ético fundamentado en las virtudes, en el horizonte de los próximos años, tendría que animarnos a caminar en esa dirección, sobre todo si estamos convencidos que las personas son la clave de las empresas (Moreno, 2001).

La dirección ética ha de estar centrada en la integridad. Los directivos deben ser personas que actúen con integridad. Si efectivamente lo hacen, generarán confianza, lealtad, credibilidad entre sus subordinados (Bennis, 2000).

Por sus características y su influencia, creemos que el liderazgo ético es muy positivo, a la hora de alcanzar los distintos objetivos propuestos; es visto por numerosos autores como García y Dolan (1997), no sólo como un criterio de eficacia a mediano y largo plazo, sino como un modelo a seguir tanto por los empleados o integrantes de la organización, como por los clientes, aliados, la comunidad educativa, centro formativo o el entorno cercano (González y García, 2013). Todo líder debe ser un profesional en sus quehaceres, en las responsabilidades y compromisos de donde labore.

Metodología

La presente investigación se desarrolló en el marco del paradigma cuantitativo, debido a que se elaboraron preguntas de investigación, hipótesis, variables e indicadores para probar la hipótesis planteada. Con el fin de obtener una descripción lo más exacta y objetiva posible de lo que ocurre en la realidad, al utilizar métodos estadísticos y de conteo.

Metodológicamente, la presente investigación es de alcance descriptivo y exploratorio (Hernández, 2014), debido a que su propósito es determinar aquellos rasgos que identifican los procedimientos para que los habitantes tengan mayores beneficios y mejor calidad de vida. Es una investigación con referentes de indagación empírica, sostenida en una sólida fundamentación teórico-empírica.

Sobre el procedimiento específico, se aborda a partir de la formulación del problema y la posible respuesta a manera de interrogante que guía el estudio, lo que permitirá definir y limitar el problema. Tiene un diseño no experimental, porque se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos, tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlo. Es transeccional porque se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

*Unidad de análisis**Docentes de instituciones educativas*

La población estuvo constituida por los docentes de las instituciones educativas de la comunidad de Villa Juárez, Sonora, en el ciclo de enero a junio de 2016, con una población de 90 profesores, obteniendo una muestra de 74 docentes de las diferentes instituciones. Para obtener la muestra se utilizó el software diseñado por la facultad de medicina de la UNAM, considerando un 95% de confiabilidad y un margen de error de 5%.

Análisis y discusión de resultados

En este trabajo de investigación se han llegado a obtener resultados, los cuales consideramos son favorecedores, ya que coinciden con la hipótesis planteada y una vez que se hizo el manejo del análisis de las variables encontramos los siguientes datos, que llaman la atención por los resultados que emanan en el manejo estadístico.

La variable de liderazgo ético arrojó los siguientes datos, al cuestionar lo siguiente:

- *Muestra una fuerte preocupación por la ética y la moral.* Obteniéndose el 8% en respuestas en desacuerdo, el 10% contestaron indiferentes y el 82% contestaron estar de acuerdo. Los maestros de las instituciones educativas de Villa Juárez están de acuerdo en que su líder muestra una fuerte preocupación por la ética y la moral.
- *Comunica normas éticas claras para los miembros de la institución.* Obteniéndose el 7% en respuestas en desacuerdo, el 12% manifestaron ser indiferentes y el 81% contestaron estar de acuerdo. Los maestros consideraron que su líder o jefe comunica normas éticas claras.
- *Establece un ejemplo de liderazgo ético en sus decisiones y acciones.* Obteniéndose el 8% en respuestas en desacuerdo, el 12% manifestaron indiferencia y el 80% contestaron estar de acuerdo. Los maestros consideran que su jefe establece un ejemplo de liderazgo ético en sus decisiones y acciones.
- *Es honesto y de confianza para decir la verdad.* Obteniéndose el 10% en respuestas en desacuerdo, el 12% manifestaron indiferencia y el 78% contestaron estar de acuerdo. Los maestros consideran que su jefe es honesto y de confianza para decir la verdad.
- *Mantiene sus acciones en consonancia con sus valores, “hace lo que dice”.* Obteniéndose el 7% en respuestas en desacuerdo, el 15% contestaron indiferentes y el 78% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los

- maestros consideran que su jefe mantiene sus acciones en consonancia con sus valores.
- *Es justo e imparcial en la asignación de tareas a los miembros de la institución.* Obteniéndose 7% en respuestas en desacuerdo, el 8% contestaron indiferentes y el 85% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que su jefe es justo e imparcial en la asignación de tareas a los miembros de la institución.
 - *Se puede confiar en él para llevar a cabo las promesas y compromisos.* Obteniéndose el 10% en respuestas en desacuerdo, el 12% contestaron indiferencia y el 78% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que se puede confiar en su jefe para llevar a cabo las promesas y compromisos.
 - *Insiste en hacer lo que es justo y ético, incluso cuando no es fácil.* Obteniéndose el 9% en respuestas en desacuerdo, el 11% contestaron indiferencia y el 80% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que su jefe insiste en hacer lo que es justo y ético, incluso cuando no es fácil.
 - *Reconoce errores y asume la responsabilidad de los mismos.* Obteniéndose el 14% en respuestas en desacuerdo, el 5% contestaron indiferentes y el 81% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que su jefe reconoce errores y asume la responsabilidad de los mismos.
 - *Considera honestidad e integridad personal como valores importantes.* Obteniéndose el 8% en respuestas en desacuerdo, el 12% contestaron indiferentes y el 80% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran en sus jefes honestidad e integridad personal como valores importantes.
 - *Establece un ejemplo de dedicación y sacrificio para la institución.* Obteniéndose el 12% en respuestas en desacuerdo, el 14% contestaron indiferentes y el 74% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que su jefe establece un ejemplo de dedicación y sacrificio para la institución.
 - *Se opone a la utilización de prácticas poco éticas para aumentar el rendimiento.* Obteniéndose el 10% en respuestas en desacuerdo, el 13% contestaron indiferentes y el 77% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que su jefe se opone a la utilización de prácticas poco éticas para aumentar el rendimiento.
 - *Es justo y objetivo con los empleados cuando evalúa el rendimiento y proporciona recompensas.* Obteniéndose el 5% en respuestas en desacuerdo, el 12% contestaron indiferentes y el 83% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que sus jefes son justos y objetivos con los empleados cuando evalúan el rendimiento y proporciona recompensas.

- *Pone las necesidades de los demás por encima de su propio interés personal.* Obteniéndose el 13% en respuestas en desacuerdo, el 14% contestaron indiferentes y el 73% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que su jefe pone las necesidades de los demás por encima de su propio interés personal.
- *Pide a sus empleados que sean responsables de utilizar prácticas éticas en su trabajo.* Obteniéndose el 3% en respuestas en desacuerdo, el 9% contestaron indiferentes y el 88% contestaron estar de acuerdo. Es decir, los maestros consideran que sus jefes piden a sus empleados que sean responsables de utilizar prácticas éticas en su trabajo.

La variable códigos de ética, arrojó los siguientes datos, al cuestionar lo siguiente:

- *¿Tiene la institución un código de ética?* Obteniéndose el 70% en respuestas Sí y el 30% en respuestas No. Es decir, el 70% de los maestros dicen que sus instituciones educativas sí tienen códigos de ética y el 30% no (tabla 3).
- *¿Conoce usted el código de ética de su institución?* Obteniéndose el 66% en respuestas Sí y el 34% en respuestas No. Es decir, el 66% de los maestros dicen que conocen el código de ética de su institución y el 34% no.

La variable dependiente de responsabilidad social, arrojó los siguientes datos, al cuestionar lo siguiente:

- *¿Tiene conocimiento de lo que es tener el distintivo de responsabilidad social?* Obteniéndose el 91% en respuestas Sí y el 9% en respuesta No. Es decir, el 91% de los maestros dicen tener conocimiento de lo que es tener distintivo de responsabilidad social y el 9% no.
- *¿Tiene su institución educativa el distintivo de responsabilidad social?* Obteniéndose el 76% en respuesta Sí y el 24% en respuesta No. Es decir, el 76% de los maestros contestaron que la institución educativa donde labora sí tiene distintivo de responsabilidad social y el 24% no.

Conclusiones

Se concluye dentro del porcentaje del liderazgo ético que las personas encuestadas contestaron más apegado a la derecha; es decir, a estar de acuerdo de que existe este liderazgo ético en la institución educativa donde laboran como maestros, ejemplo de ello el 88% porcentaje más alto, los maestros consideran que sus jefes piden a sus empleados que sean responsables de

utilizar prácticas éticas en su trabajo. Les sigue el 85% donde los maestros consideran que su jefe es justo e imparcial en la asignación de tareas a los miembros de la institución. Posteriormente un 83%, consideran que sus jefes son justos y objetivos con los empleados cuando evalúan el rendimiento y proporciona recompensas. Así el porcentaje más bajo sin salir de la derecha fue un 73%, donde los maestros consideran que su jefe pone las necesidades de los demás por encima de su propio interés personal.

Las respuestas que se obtuvieron en la variable apego y conocimiento del código de ética son aceptadas, los resultados arrojan porcentajes aceptables. Pero, consideramos que lo ideal sería que el resultado arrojara el 100%, ya que si existe un código de ética en una empresa lo deben conocer todos y más aún en una institución educativa, que están formando recurso humano, profesionistas y profesionales, qué mejor que todos lo conozcan y que lo consideren para guiar sus decisiones y acciones. Consideramos que es una tarea a realizar a la brevedad posible que deben efectuar los líderes de las instituciones educativas. Que sea parte de los reglamentos o los procesos a seguir de toda instancia en cuestión. También debiendo reconocer estos resultados la Secretaría de Educación para que tome medidas y considere lineamientos para que todos sus agremiados conozcan estos documentos formales que ya existe para obtener beneficios e inclusive compartidos.

Por otro lado, en las preguntas que se realizaron en cuanto a responsabilidad social también fueron aceptables. Sin embargo, consideramos que deben ser o trabajar para que todos los docentes tengan conocimiento de este distintivo y que los líderes de estas instituciones trabajen para conseguirlo. Si son tareas que se le debe de invertir tiempo y algunos otros factores, debiéndose trabajar, realizar labores en equipo, pero no es imposible el conseguirlo.

Bibliografía

- Bennis, W. (2000), *Dirigir personas es como adiestrar gatos, Sobre el liderazgo*, pág. 51, 89-90, 137-138, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Chiavenato, I. (2004), *Introducción a la teoría general de la administración*, Editorial: McGraw-Hill.
- Debeljuh, (2009), *Ética empresarial en el núcleo de la estrategia corporativa*, 1a. ed., Buenos Aires.
- Franklin, E. y Krieger, M. (2011), *Comportamiento organizacional, Un enfoque para América Latina*, México: Pearson Educación.
- García, S. y Dolan, S. (1997), *La Dirección por Valores: el cambio más allá de la Dirección por Objetivos*, Madrid: McGraw-Hill-IESE.
- González, E. (2001), *La responsabilidad moral de la empresa: una revisión de las teorías de Stakeholders desde la ética discursiva*, Tesis

- doctoral, España, <http://dialnet.unirioja.es/>, consultada en diciembre del 2014.
- González J. y García G. (2013), *Líderes al servicio de la sociedad*, Liderazgo en entornos Internacionales, Universidad de Granada, Mando de adiestramiento y doctrina, España.
- Hernández R, Fernandez C. y Baptista P. (2014), *Metodología de la Investigación*, México: McGraw-Hill.
- Moreno, C. (2001), *El liderazgo ético fundamentado en virtudes*, Papeles de ética, economía y dirección, No. 6. <http://www.duoc.cl/etica/pdf/fet00/material-apoy/Liderazgo-y-virtudes.pdf>
- Ramírez, M.A. (2008), *Ética de los negocios en un mundo global*, *Frontera Norte*, Vol. 20, núm. 40.
- Robbins, S. (2004), *Comportamiento Organizacional*, México: Pearson Educación.
- Rodríguez, M. y Bustamante, U. (2008), *Desarrollo de Competencias para el comportamiento ético-gerencial: Un enfoque de responsabilidad*, Bogotá, Colombia.
- Ruiz Chaves, G. I. (2014), *Liderazgo ético en la empresa: opción o necesidad*, *Dedicate. Revisit de education e humanities*, 6 (2014) Marco, 249-260.
- Ruiz P. y Ruiz C. (2011), *Factores determinantes del comportamiento ético/no ético del empleado: una revisión de la literatura*, *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, Vol. 17, No. 3, pp. 029-045.

CAPÍTULO 12

GALLETA DE SOYA (*GLYCINE MAX*) Y COCO (*COCOS NUCIFERA*) COMO FUENTE DE PROTEÍNA Y FIBRA

Mario Alonso Fuentes Pérez¹
Juan Alberto Rodríguez Morales²
Jorge Reyes Reyes³

Resumen

La soya (*Glycine max*) es la oleaginosa de mayor importancia en el mundo. México, es el cuarto importador a nivel mundial; el grano está compuesto de aceite, carbohidratos (azúcares), carbohidratos insolubles (fibra dietética) y lecitina. Aporta beneficios a la salud como: previene enfermedades cardiovasculares, ayuda en la función renal, aumenta la actividad hormonal femenina, inhibición enzimática del cáncer, prevención y tratamiento de osteoporosis. Por otro lado, el cocotero (*Cocos nucifera*) es una de las palmeras más cultivada en el mundo; el fruto contiene proteína, carbohidratos, fibra, vitamina B₁, vitamina B₂, niacina, vitamina B₃, folatos, vitamina C, vitamina E, calcio, fósforo, magnesio, hierro, potasio, cinc, grasa, y sodio. Para la preparación de galletas se obtuvo la harina de soya a partir de los granos, y del coco se obtuvo de la pulpa. En el experimento se evaluaron tres tratamientos: T₁= 100% soya; T₂=50% soya + 50% coco; T₃=70% soya + 30% coco; cada uno constó de 100 réplicas, las cuales fueron sometidas a una evaluación sensorial (color, olor, sabor y textura). Se realizó un estudio proximal al tratamiento con mayor aceptación entre los panelistas no entrenados. Se encontró que el tratamiento 2 (galletas elaboradas con 50% soya + 50% coco), presentó mayor aceptabilidad entre los panelistas no entrenados ya que la pulpa de

¹ Maestro en Ciencias en Agricultura por la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), profesor investigador en la UNACH, ha publicado artículos arbitrados, capítulos de libro, dirigido proyectos de investigación.

² Maestro por la Universidad de Luneburgo, Alemania, diplomado en Seguridad Alimentaria, profesor investigador de la Facultad de Ciencias Agrícolas, UNACH.

³ Maestro en Ciencias Forestales por el Colegio de Posgraduados, profesor investigador en la Facultad de Ciencias Agrícolas desde 2009, UNACH.

coco mejora su sabor, color, olor y textura, asimismo el análisis proximal de esta galleta indicó su alto contenido de proteína y fibra.

Palabras clave: Oleaginosas, análisis sensorial y proximal.

Abstract

Soybean (Glycine max) is the most important oleaginous in the world. Mexico is the world's fourth largest importer of soybeans; the soybean grain contains oil, carbohydrates (sugars), insoluble carbohydrate (dietary fiber) and lecithin. It provides health benefits, as it prevents cardiovascular diseases, renal function, increases the female hormonal activity, enzyme inhibition of cancer, prevention and treatment of osteoporosis. On the other hand, the coconut palm (Cocos nucifera) is one of the most cultivated palm trees in the world; the fruit contains protein, carbohydrates, fiber, vitamin B₁, vitamin B₂, niacin, vitamin B₃, folate, vitamin C, vitamin E, calcium, phosphorus, magnesium, iron, potassium, zinc, fat, and sodium.

In this work, for the preparation of cookies, soy flour was obtained from grains, and the pulp was obtained from the coconut. In the experiment three treatments were evaluated: T₁= 100% soybean; T₂=50% soybean + 50% coconut; T₃=70% soybean + 30% coconut. Each one of them consisted of 100 repetitions; which were subjected to sensory evaluation (color, smell, taste, and texture). In addition, a proximal study to the treatment with greater acceptance among the untrained panelists was carried out.

It was found that treatment 2 (cookies made with 50% soybean + 50% coconut) showed greater acceptability among the untrained panellists due to the fact that coconut pulp improves their taste, color, smell and texture as well as the proximal analysis of this cookies showed its high protein and fiber content.

Keywords: Oleaginous, sensory and proximal analysis.

Introducción

La soya (*Glycine max*) es una planta oleaginosas de origen asiático que se cultiva principalmente para extracción de aceite, debido a las propiedades funcionales y alto contenido proteico de la harina, tiene amplia aceptación en la industria alimentaria (ASERCA, 2010). Contiene un 50% de proteínas, lo que la hace idónea para consumo humano, cubre las necesidades de todos los aminoácidos indispensables en niños y adultos cuando se ingiere a concentración de 0.6 g de proteína por kilogramo de peso corporal por día. Contiene vitaminas del grupo B (tiamina, niacina y ácido pantoténico), tocoferoles (vitamina E) y carotenoides (vitamina A) (Longo y Fauci, 2013).

La proteína de la soya ayuda a mejorar la función renal, previene las patologías cardiovasculares, interviene en la prevención de tumores, aumenta la actividad hormonal femenina, interviene en la prevención y tratamiento de la osteoporosis. Es implementada en la alimentación infantil, en situaciones de intolerancia a los componentes de otros alimentos y a corregir deficiencias en la nutrición; sin embargo, en el país, el 97% de proteína de soya se destina para consumo animal y sólo el 3% para consumo humano (Ridner, 2006).

En panificación, la harina de soya se usa de 1 a 3% respecto a la de trigo, mientras que en galletería pueden sugerirse niveles más elevados. El coco contiene un 58% de fibra, es rico en proteínas, sales minerales entre las que destaca el magnesio, el calcio y el fósforo. Posee vitaminas A, B, C y E, y hierro asimilable. Su consumo estimula el sistema digestivo, evita la descalcificación ósea, favorece la transmisión del impulso nervioso y la actividad muscular normal (Lifchitz, 2006).

Las galletas son productos de gran aceptación popular que se consumen en prácticamente todos los hogares. Poseen una textura y un sabor agradable, son de fácil ingestión y gran comodidad de presentación, así como fáciles de transportar y conservar. La fabricación de galletas constituye un sector importante en la industria alimentaria; está bien arraigada en todos los países industrializados y con rápida expansión en las zonas del mundo en desarrollo. La principal atracción de la galletería es la gran variedad posible de tipos que se elaboran.

Planteamiento del problema

La soya comúnmente es utilizada en Chiapas para complemento de la alimentación del ganado vacuno, debido a la cantidad de proteína que presenta, por esa razón se plantea poder diversificar el uso del grano de soya para consumo humano a través de la elaboración de una galleta complementada con fibra, a través del uso de la pulpa del coco, esto para aprovechar las propiedades nutrimentales que presenta, los beneficios que otorga a la salud y otorgar un valor agregado a este grano para la obtención de un mayor margen de utilidad.

Objetivos

Elaborar galletas a base de harina de soya (*Glycine max*) y coco (*Cocos nucifera*) como alternativa de inclusión de la soya en la alimentación humana.

Conocer la aceptación de la galleta elaborada a base de harina de soya (*Glycine max*) y coco (*Cocos nucifera*) mediante la evaluación sensorial.

Determinar el contenido de proteína y fibra de la galleta por medio de un análisis bromatológico, así como conocer el grado de higiene de la galleta a través de un análisis microbiológico.

Hipótesis

H₁: La harina de soya (*Glycine max*) y coco (*Cocos nucifera*) permiten elaborar galletas.

H₂: El tratamiento 2 (50% soya + 50% coco) presenta la mayor aceptabilidad ya que posee las características organolépticas propias de una galleta.

H₃: Las galletas tienen un alto contenido de proteína y fibra debido a la materia prima (harinas) con que se elaboran.

Preguntas de investigación

- ¿Es factible la obtención de harina de soya y de coco para elaboración de galleta?
- ¿Habrá aceptación sensorial de la galleta a base de harina de soya y coco?
- ¿La galleta presenta alto contenido de proteínas y fibra?

Justificación

Dar valor agregado a los granos de soya a través de la elaboración de la harina, a partir del cual se elaboran una diversidad de productos como la galleta, las cuales son fuente de proteína. La adición de coco es para fortificar la galleta con fibra y hacerla más atractiva al consumidor.

Marco teórico

Origen de la soya (Glycine max) y su importancia económica

Guamán *et al.* (2005), indica que la soya se originó en provincias nororientales de China y Manchuria, región en que la soya era cultivada y apreciada para la alimentación humana y animal por un periodo no menor a 7,000 años.

La soya es la oleaginosa de mayor importancia a nivel mundial, debido a su alto contenido de proteína y calidad de aceite. En la actualidad los países que lideran en producción de soya son, Estados Unidos con 83.17 millones de toneladas (t), Brasil con una producción de 74 millones de t, Argentina con 50.5 millones de t, China con una producción de 13.5 millones de t y la India con 11 millones de t (Agrobio, 2015).

La Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA, 2010) reporta que México es considerado el

cuarto importador de soya a nivel mundial. En 2013, el rendimiento promedio a nivel nacional fue de 1.52 toneladas por hectárea ($t\ ha^{-1}$); entre los principales estados productores están Chiapas que se encuentra por encima de dicho promedio, con $2.3\ t\ ha^{-1}$ (*Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera* [SIAP], 2013).

Composición del grano de soya

La composición nutrimental del grano de soya se presenta en el cuadro 1.

CUADRO 1. ANÁLISIS PROXIMAL DEL GRANO DE SOYA

| Componentes | Grano con cáscara (%) | Grano sin cáscara (%) |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Proteína | 38 | 39 |
| Aceite | 18 | 18.5 |
| Carbohidratos (azúcares) | 18 | 21 |
| Carbohidratos insolubles (fibra dietética) | 11 | 6 |
| Lecitina | 2.1 | 2.3 |
| Humedad | 12 | 12 |

Fuente: Newman *et al.*, 2007.

Beneficios de la soya

Ridner (2006), señala la utilidad de la proteína de soya en la función renal, en el perfil lipídico del plasma y ejerce varios efectos antiaterogénicos. La ingestión de la proteína de soya reduce los niveles de colesterol, su acción antioxidante disminuye el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares (Sanz *et al.*, 2007).

Calvo (2003), indica que la eficacia de las isoflavonas de la soya frena o previenen la aparición de la osteoporosis. La introducción de la soya en la alimentación infantil no forma parte de la dieta del niño sano, utilizándose en situaciones de intolerancia, principalmente a la alergia por consumo de leche de vaca (intolerancia a la lactosa) y a rehabilitación en la anorexia nerviosa (Hernández, 2006).

El cocotero (Cocos nucifera) y su importancia económica

El cocotero se ha cultivado desde hace miles de años y su dispersión es tan amplia que existe un fuerte debate sobre su centro de origen geográfico; sin embargo, se ha sostenido que es originario de América (Granados y López, 2002).

Balderas y Gonzales (2013), señalan que las principales regiones productoras son Indonesia, India, Filipinas, Malasia, Centroamérica y África Tropical. En Latinoamérica, México y Brasil ocupan los primeros lugares.

SIAP (2013), indica que la superficie sembrada nacional fue de 14,480.72 hectáreas (ha); el total de superficie cosechada fue de 14,099.44 ha de la cual se obtuvo una producción de 189,312.86 toneladas, lo equivale a 355,777.96 miles de pesos, siendo Quintana Roo y Yucatán los estados con mayor producción.

Contenido nutrimental del coco

El contenido nutrimental del coco se puede observar en el cuadro 2.

CUADRO 2. COMPOSICIÓN NUTRIMENTAL DEL COCO POR CADA 100 GRAMOS DE PULPA CRUDA

| Componentes | Contenido |
|----------------|-----------------------------------|
| Energía | 354 kilocalorías = 1480 kilojoule |
| Proteína | 3.33 g |
| Carbohidratos | 6.23 g |
| Fibra | 9.00 g |
| Vitamina B1 | 0.066 mg |
| Vitamina B2 | 0.020 mg |
| Niacina | 1.19 mg |
| Vitamina B6 | 0.054 mg |
| Folatos | 26.4 microgramos (µg) |
| Vitamina C | 3.30 mg |
| Vitamina E | 0.730 mg |
| Calcio | 14.0 mg |
| Fosforo | 113 mg |
| Magnesio | 32.0 mg |
| Hierro | 2.43 mg |
| Potasio | 356 mg |
| Cinc | 1.10 mg |
| Grasa total | 33.5 mg |
| Grasa saturada | 29.7 mg |
| Sodio | 20.0 mg |

Fuente: Pamplona, 2004.

Beneficios del coco

Las propiedades del coco están definidas por sus principales componentes químicos como el sodio, potasio, fibra, calcio, hierro, azúcar. Las propiedades nutrimentales varían de acuerdo con las diferentes etapas de desarrollo de la fruta. Estimula la función saludable de la tiroide, alivia la tensión en el páncreas y sistemas de enzimas del cuerpo (Comité Nacional Sistema Producto Palma de Coco, A.C. [Conacoco], 2005).

Sus propiedades antivirales, antibacteriales y antoprotzoales, lo hace apropiado para su uso en productos alimenticios. Algunos estudios señalan que la grasa natural del coco normaliza los lípidos del cuerpo humano, protege contra el daño del alcohol en el hígado (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA], 2001). El consumo de pulpa ejerce un efecto beneficioso sobre el aparato locomotor ya que evita la descalcificación ósea, la artrosis (degeneración de cartilago de las articulaciones) osteoporosis, dolores osteomusculares y la debilidad del cabello y de las uñas; además debido a su contenido de fibra favorece al sistema digestivo e inmunológico (Pamplona, 2004).

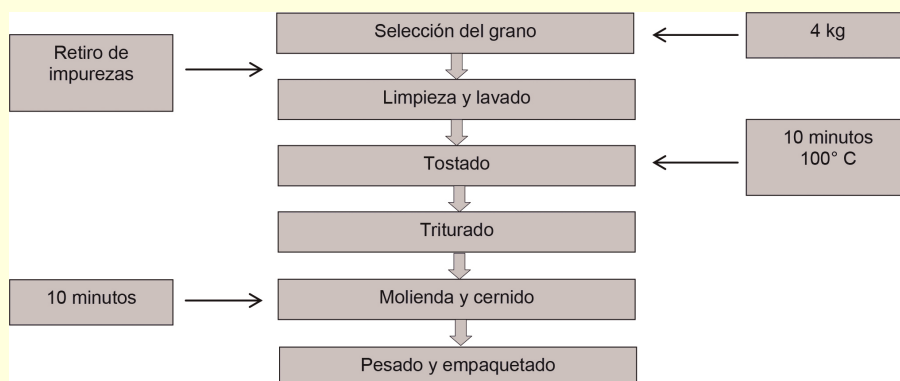
Metodología

Localización geográfica del área de estudio

El estudio se realizó en las instalaciones del taller de Frutas y Hortalizas de la Escuela de Ciencias y Procesos Agropecuarios Industriales Istmo-costá, Campus IX, Arriaga, Chiapas de la Universidad Autónoma de Chiapas.

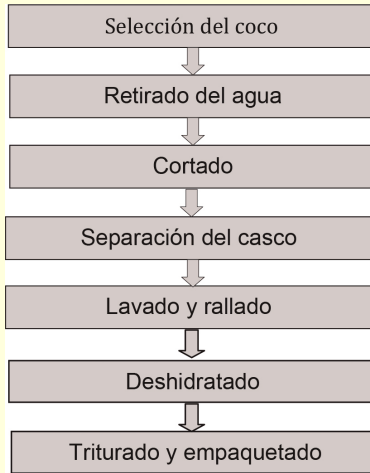
Obtención de la harina de soya

A continuación, se presenta el diagrama de flujo para elaborar la harina de soya.



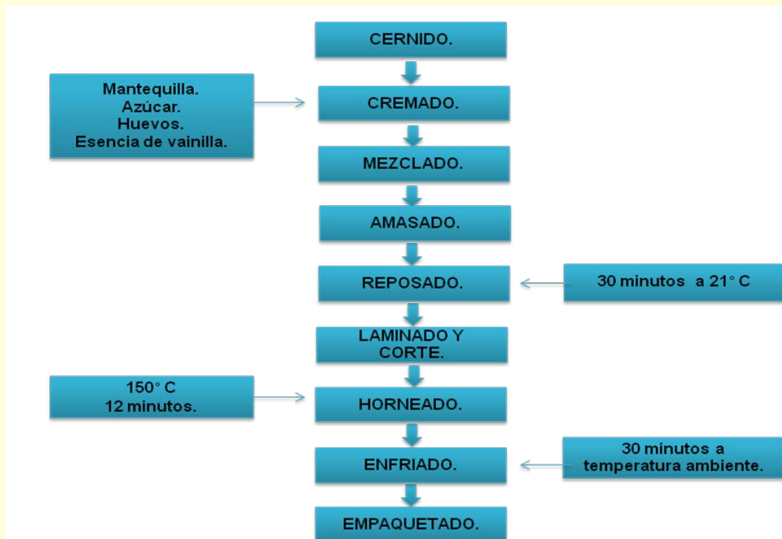
Obtención de la harina de la pulpa del coco

Para obtener la harina se procedió a realizar los siguientes pasos:



Elaboración de la galleta

La elaboración de la galleta se realizó mediante el siguiente proceso:



Diseño estadístico, tratamientos, repeticiones y unidades experimentales

El diseño estadístico que se utilizó fue Completamente al Azar (DCA), en donde se emplearon panelistas no entrenados para la degustación y medición de la aceptabilidad de los tratamientos establecidos para la galleta.

CUADRO 3. TRATAMIENTOS EN EL PROYECTO GALLETA A BASE DE HARINA DE SOYA Y COCO

| Tratamientos | Factores de estudio de la galleta |
|----------------|-----------------------------------|
| T ₁ | 100% soya |
| T ₂ | 50% soya + 50% coco |
| T ₃ | 70% soya + 30% coco |

El número de repeticiones para los tres tratamientos fue de 100 panelistas no entrenados; por tanto, se tuvo un total de 300 unidades experimentales en el proyecto.

Variables

Prueba hedónica

Se dieron a 100 panelistas no entrenados muestras de las galletas bajo estudio, para conocer su opinión respecto al color, olor, sabor y textura, para ello se utilizó la escala Likert o de nueve puntos descrita por Peryam y Pilgrim (1957).

Prueba bromatológica

Se enviaron muestras del tratamiento que obtuvo los mejores resultados obtenidos de la prueba hedónica, a la Facultad de Ciencias Químicas, Campus IV, Tapachula, de la Universidad Autónoma de Chiapas. La finalidad de un análisis de este tipo es determinar su composición nutrimental como lo refiere Acero (2007).

Análisis de la información

Los datos que se obtuvieron en el estudio se sometieron a un análisis de varianza a través del Diseño Completamente al Azar (DCA) en el programa MENÚ. En las variables que presentaron diferencias significativas se procedió

a realizar el análisis de rango múltiple de Tukey al nivel de 95% y 99% de confiabilidad.

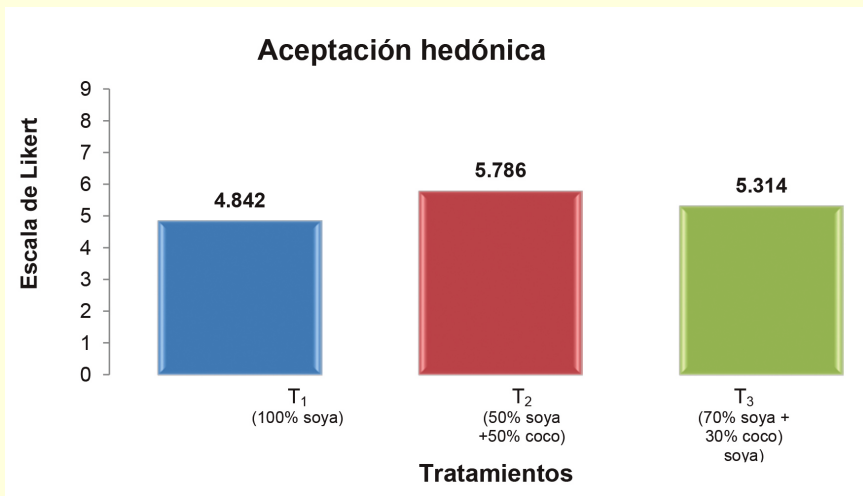
Análisis y discusión de resultados

Se plantearon tres tratamientos en la investigación, los cuales fueron evaluados a través de un análisis hedónico, para determinar su aceptación al tratamiento con mejores resultados hedónicos se le realizó un análisis bromatológico.

Análisis hedónico

La figura 1 muestra las medias de las variables evaluadas en la prueba hedónica de cada tratamiento de la galleta a base de soya (*Glycine max*) y coco (*Cocos nucifera*) como fuente de proteína y fibra para determinar el nivel de aceptación de cada tratamiento con base en los resultados que se obtuvieron en los atributos evaluados (color, olor, sabor y textura).

FIGURA 1: NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LA GALLETA A BASE DE SOYA Y COCO



El tratamiento 2, compuesto de harina de soya y coco (50 % soya + 50 % coco), presentó el valor promedio más alto con 5.75, con base en las cuatro características bajo estudio (color, olor, textura y sabor) en la

prueba hedónica realizada a los 100 panelistas no entrenados, a diferencia del tratamiento 1 con una concentración de 100% soya, el cual obtuvo un valor promedio de 4.842 (escala de Likert) para los panelistas.

El tratamiento 3 fue de 5.314, existiendo una diferencia de 0.472 con respecto al tratamiento 2, que presentó los mejores resultados. Tales resultados indicados en la figura 1 demuestran que la galleta elaborada con 100% de harina de soya es poco aceptable por los panelistas, mientras que al ser combinada con la harina de coco (T_2) mejora sus características organolépticas (sabor, color, olor y textura) permitiendo una mejor aceptabilidad y proporciona una alta concentración de proteína y fibra.

Al realizar el análisis de varianza con los datos obtenidos de las distintas variables bajo estudio, se encontró que existieron diferencias altamente significativas ($p > 0.01$) entre el tratamiento 2 y los restantes tratamientos para el color, olor, sabor y textura.

Análisis bromatológico

Se realizó el estudio bromatológico en la Facultad de Ciencias Químicas (UNACH), Campus IV, Tapachula, Chiapas, al tratamiento con la mejor aceptabilidad por los panelistas no entrenados a través de la escala de Likert ($T_2=50\%$ soya + 50% coco) para determinar aporte nutrimental, como se aprecia en el siguiente Cuadro 4.

CUADRO 4. RESULTADOS DEL ANÁLISIS BROMATOLÓGICO PRACTICADO A TRATAMIENTO 50% SOYA + 50% COCO DEL PROYECTO GALLETA A BASE DE HARINA DE SOYA Y COCO COMO FUENTE DE PROTEÍNA Y FIBRA

| Parámetros | Galleta de soya y coco |
|------------------------------------|------------------------|
| Humedad g/100 | 1.49 |
| Cenizas g/100 | 2.84 |
| Proteínas g/100 | 13.04 |
| Grasa g/100 | 42.84 |
| Fibra cruda g/100 | 16.04 |
| Azúcares reductores directos g/100 | 3.30 |
| Azúcares reductores totales g/100 | 22.87 |
| Sacarosa g/100 | 18.59 |
| Carbohidratos g/100 | 18.5 |
| Contenido energético Kcal | 511.72 |

Conclusiones

Con base en los resultados del proyecto elaboración de galleta de soya (*Glycine max*) y coco (*Cocos nucifera*) como fuente de proteína y fibra se concluye lo siguiente:

Se acepta la hipótesis 1, puesto que la harina de soya y coco al combinarlas permite elaborar galletas que cumplen con características sensoriales aceptables para los panelistas no entrenados.

La galleta a base de soya y coco en su tratamiento 2 (50% soya + 50% coco) obtuvo el mayor grado de aceptación por los panelistas no entrenados, en las variables hedónicas bajo estudio (color, olor sabor y textura) (figura 1).

El análisis bromatológico aplicado a la galleta a base de harina de soya y coco (T₂) permitió conocer su alto contenido de proteína y fibra básicamente, así como otros componentes nutrimentales (cuadro 4).

Recomendaciones

Con base en las experiencias obtenidas en este proyecto se hacen las siguientes recomendaciones:

La harina de coco se puede adquirir en tiendas naturistas y así ahorrar tiempo en la elaboración de la galleta, ya que el proceso de deshidratación de la pulpa del fruto del coco es un proceso lento.

Probar combinaciones de harina de soya y coco más tendientes al incremento de la harina de coco, para poder incrementar el contenido proteico.

Bibliografía

- Acero G. M. G. (2007), *Manual de Prácticas de Bromatología*, fecha de consulta: 10 de octubre de 2015, recuperado de: <http://www.uaa.mx/centros/cca/MVZ/M/6/Manualdepracticass29-1528.pdf>
- AGROBIO (2015), Trigo GM, fecha de consulta: 7 de septiembre de 2015, recuperado de: http://www.agrobiomexico.org.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=97:trigogm-cultivos&Itemid=31#sthash.iJO3kJp7.dpuf
- ASERCA (Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria) (2010), *La importancia del frijol de soya*, fecha de consulta: 5 de febrero de 2015, disponible en: <http://www.infoaserca.gob.mx/fichas/ficha30-Soya201007.pdf>.
- Balderas P. F. y González A. I. (2013), Cocotero híbrido intercalado con cultivos anuales y perennes, tecnología sustentable, *Revista Mexicana de Ciencias Forestales*, 4 (20): 58-71.

- Calvo A. D. (2003), *La soja: valor dietético y nutricional*, fecha de consulta: 14 de marzo de 2015, recuperado de: www.diodora.com/documentos/nutricion_soja.pdf.
- Conacoco (2005), *Impulsará Conacoco comercialización de fruta y agua de coco en tiendas de autoservicio*, comunicado de prensa núm. 002, fecha de consulta: 7 de marzo 2015, recuperado de: http://www.conacoco.com.mx/coco/nueva/boletines/boletin_coco_02_salud.pdf.
- Guamán J. R.; Andrade V. C.; Triviño G. C.; Arias L. M.; Espinosa M. A.; Peña Herrera C. L.; Valdivieso F.E.; Mite F.; Ampuño M.S.; Viteri V. G. (2005), *Programa Nacional de Oleaginosas: Manual del cultivo de la soja*, Guayaquil, Ecuador, Editorial Raíces.
- Granados S. D. y López R. G. F. (2002), Manejo de la palma de coco (*Cocos nucifera* L.) en México, *Revista Chapingo, Serie Ciencias Forestales y del Ambiente*, 8 (1): 39-48.
- Hernández. A. E. (2006), *Evaluación sensorial*, fecha de consulta: 21 de marzo de 2015, recuperado de: <http://es.slideshare.net/terelibomevaluacion-sensorial-alimentos>
- Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA) (2001), *Boletín de Mercado del Coco*. Nueva Salvador, San Salvador: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)-Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).
- Lifchitz A. (2006), *Plantas medicinales, Guía práctica de botánica universal*, 1a. edición, 1a. reimpresión, Editorial Kier, S.A., Buenos Aires, Argentina, pp. 73.
- Longo, Dan L. y Fauci Antony S. (2013), *Harrison Gastroenterología y Hepatología*, México: McGraw-Hill.
- Pamplona R. (2004), *El poder medicinal de los alimentos*, Madrid, España: Editorial Safeliz.
- Peryam, D.R., y F.H. Pilgrim (1957), Hedonic scale method for measuring food preferences, *Food Technology* 11: 9-47.
- Ridner E. (2006), *Soya, propiedades nutricionales y su impacto en la salud*, Buenos Aires, Argentina: Sociedad Argentina de Nutrición.
- Sanz. P. B.; Herrera C. E.; Yuste G. F.; Haya P. J.; Krimperfort L.; Hernández R. M.; Riobó S. P. y Jiménez F. R. (2007), *La salud y la soja*, Alsasua, Madrid: Editores Médicos, S.A.
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) (2013), *Producción agrícola, Ciclo: Cíclicos y Perennes 2013, Modalidad: Riego + Temporal, Coco fruta*, fecha de consulta: 6 de marzo de 2015, recuperado de: <http://www.siap.gob.mx>

Perspectivas contemporáneas desde la investigación en ciencias sociales

Este libro es producto del trabajo científico de la comunidad académica de universidades nacionales que aportan, desde su lugar de origen, al desarrollo económico, político y social.

En estas investigaciones se utilizaron diferentes enfoques y técnicas, las cuales permitieron el análisis e interpretación de resultados en la administración pública, empresarial, publicitaria, liderazgo y salud.

La obra pretende ayudar a contribuir y fortalecer las ciencias sociales a través de la difusión de las investigaciones que en ella vienen.

