



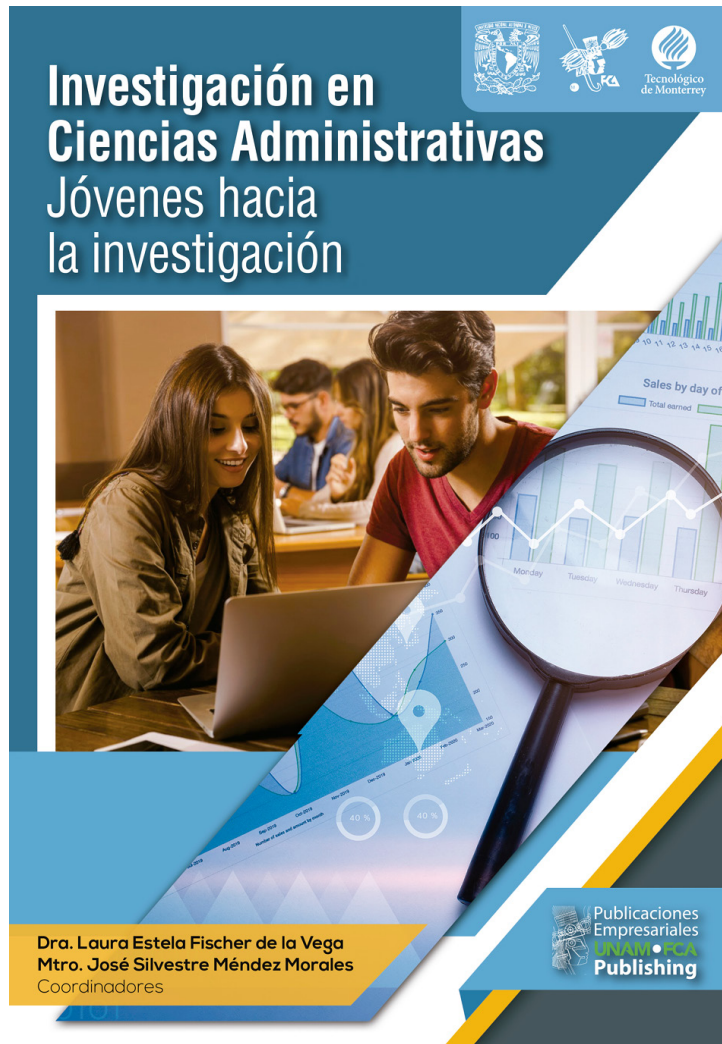
Investigación en Ciencias Administrativas Jóvenes hacia la investigación



Dra. Laura Estela Fischer de la Vega
Mtro. José Silvestre Méndez Morales
Coordinadores

Publicaciones
Empresariales
UNAM • FCA
Publishing

©Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey



De venta en: Amazon Kindle, Apple Books, Google Books y Amazon.

Fragmento editado, diseñado, publicado y distribuido por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio sin previo y expreso consentimiento por escrito del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Ave. Eugenio Garza Sada 2501 Sur Col. Tecnológico C.P. 64849 |

Monterrey, Nuevo León | México.





Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

**Investigación en
Ciencias Administrativas**

Jóvenes hacia
la investigación

Dra. Laura Estela Fischer de la Vega

Mtro. José Silvestre Méndez Morales

Coordinadores



Dr. Enrique Luis Graue Wiechers
Rector

Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez
Director

Mtra. Alejandra González Barranco
Líder de Editorial Digital

Dr. Leonardo Lomelí Vanegas
Secretario General

Dr. Armando Tomé González
Secretario General

Lic. Elizabeth López Corolla
Coordinador Editorial



Dr. José Ricardo Méndez Cruz
Secretario de Divulgación
y Fomento Editorial

Investigación en Ciencias Administrativas Jóvenes hacia la investigación

Primera edición: 2022
Fecha de la edición: junio 2022

D.R. © 2020 UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
Ciudad Universitaria, Delegación Coyoacán,
C.P. 04510, México, Ciudad de México
Facultad de Contaduría y Administración
Publicaciones Empresariales UNAM. FCA Publishing
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria
Delegación Coyoacán, C.P. 04510, México, Ciudad de México.

D.R. (C) 2020 INSTITUTO TECNOLÓGICO
Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY
Av. Eugenio Garza Sada 2501 Sur, Col. Tecnológico,
C.P. 64849, Monterrey, Nuevo León, México.
Editorial Digital Tecnológico de Monterrey

ISBNe UNAM: 978-607-30-6180-3
ISBNe ITESM: 978-607-501-703-7

El contenido de este libro fue evaluado por árbitros expertos en los temas.

"Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales".

"Reservados todos los derechos bajo las normas internacionales. Al pagar por este libro, se le otorga el acceso no exclusivo y no transferible para leer el texto de esta edición electrónica en la pantalla o, en caso de ser libro impreso, su lectura en papel. No tiene permitido reproducir total o parcialmente por cualquier medio, transmitir, descargar, descompilar, aplicar ingeniería de regresión, ni almacenarse o introducirse en sistemas de almacenamiento y recuperación electrónicos o mecánicos existentes o que se inventen en el futuro sin la autorización escrita del autor, casa editorial y/o titular de los derechos patrimoniales."

Hecho en México

ÍNDICE

PRÓLOGO 6

ANÁLISIS EXPLORATORIO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN 9

DE LAS PYME FLORÍCOLAS UBICADAS EN EL ESTADO DE MÉXICO

LA AUDITORÍA ANTICIPADA Y SU IMPACTO EN LOS RIESGOS TRIBUTARIOS 31

DE LAS MYPE FABRICANTES DE MUEBLES LIMA–PERÚ, 2017

DESARROLLO COMPETITIVO: ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO 53

Y LA INDUSTRIA DE AUTOTRANSPORTE DE CARGA MEXICANA

ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA INTEGRACIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD 81

COMO PARTE DE LAS ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA

AEROESPACIAL EN MÉXICO

EL MODELO DE LAS SEIS DIMENSIONES DE GEERT HOFSTEDE PARA LA TOMA 109

DE DECISIONES EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

INTERNALIZACIÓN DEL COSTO EXTERNO AMBIENTAL EN LA FABRICACIÓN 131

DE BLOQUES DE CEMENTO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL MEXICANO 151

EVOLUCIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES DE EDUCACIÓN Y SU IMPLEMENTACIÓN 165

LA IMPORTANCIA DEL *ROLE MODEL* PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL 185

DE MUJERES JÓVENES

MARKETING DIGITAL: UN ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR EN MÉXICO 203

ESTUDIO EXPLORATORIO ACERCA DE LAS LIMITANTES DE LA INCITACIÓN 215

INSTITUCIONAL PARA UN CONSUMO SUSTENTABLE EN MÉXICO

LA AGENCIA ESPACIAL MEXICANA COMO ORGANISMO GENERADOR DE UN ENTORNO 235

QUE IMPULSE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DEL SECTOR ESPACIAL MEXICANO:

EL CLÚSTER AEROESPACIAL

¿QUIÉNES SON LOS ANTAGONISTAS DEL DESARROLLO SUSTENTABLE? 257

LA NORMALIZACIÓN DE LA VIOLENCIA: OTRA DIMENSIÓN DE LA POBREZA URBANA 275

OPCIONES DE FINANCIAMIENTO PARA LOS ORGANISMOS DEL SECTOR SOCIAL 295

DE LA ECONOMÍA (OSSE) EN MÉXICO

SUSTENTABILIDAD DE LOS PROGRAMAS DE SALUD NACIONALES DE REDUCCIÓN 321

DE SOBREPESO Y OBESIDAD EN MÉXICO

¿QUIÉN ES EL VOTANTE INDECISO? 347

EL VOLUNTARIADO COMO POTENCIALIZADOR DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL 367

DE MUJERES INNOVADORAS Y EMPRENDEDORAS

Prólogo

Sin lugar a dudas, el fomento a la investigación siempre ha sido una actividad sobresaliente en la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y más aún desde hace cuatro años, en el que se implementó el Encuentro Internacional de Iniciación en la Investigación, que se enmarca dentro del Congreso Internacional de Ciencias Administrativas que organiza cada año la FCA-UNAM, desde hace 25 años.

Como fruto de ese esfuerzo académico me enorgullece presentar la siguiente obra: Investigación en Ciencias Administrativas, Jóvenes hacia la investigación, en el que un grupo destacado de jóvenes investigadores de diversas universidades tanto nacionales como internacionales presentan

sus trabajos en el que impera no sólo el rigor científico, sino también el talento de quienes han decidido dedicarse a indagar en temas de las áreas, contable, administrativa, informática, de negocios internacionales, así como áreas afines e incluso temas que han cobrado una gran relevancia como los relacionados con género y sustentabilidad, por mencionar algunos.

Así, en la presente edición de este libro se presentan 18 trabajos de investigación de jóvenes de licenciatura, maestría y doctorado que exponen sus proyectos, en los que, desde el título, se denota la amplia variedad de temas en los que impera una visión actual, propositiva, que es producto de semanas, meses de ardua labor académica y profesional que articula de manera precisa la teoría con la praxis educativa.

Se mencionan a continuación los 18 temas-capítulo que se presentan en este libro, Investigación en Ciencias Administrativas, Jóvenes hacia la investigación, con la finalidad de que el lector (alumno, profesor, investigador o persona interesada) constatare lo dicho anteriormente y con la invitación a que lo lean y comenten.

Así, el primer capítulo se titula: “Análisis exploratorio del proceso de internacionalización de las Pyme florícolas ubicadas en el Estado de México”; el capítulo 2 lleva por título: “La auditoría anticipada y su impacto en los riesgos tributarios de las mype fabricantes de muebles Lima-Perú, 2017”; el capítulo 3: “Desarrollo competitivo: abastecimiento estratégico y la industria de autotransporte de carga mexicana”; el capítulo 4: “Análisis exploratorio de la integración de la sustentabilidad como parte de las estrategias para el desarrollo de la industria aeroespacial en México”; el capítulo 5 se titula: “El modelo de las seis dimensiones de Geert Hofstede para la toma de decisiones en los negocios internacionales”.

De igual forma, el capítulo 6 lleva por título: “Internalización del costo externo ambiental en la fabricación de bloques de cemento en la Ciudad de México”; el capítulo 7: “Participación de la mujer en el mercado laboral mexicano”; el capítulo 8: “Evolución de las normas internacionales de educación y su implementación”; el capítulo 9: “La importancia del role model para el desarrollo profesional de mujeres jóvenes”; el capítulo 10 se titula: “Marketing digital: un análisis del consumidor en México”.

Asimismo, el capítulo 11 lleva por título: “Estudio exploratorio acerca de las limitantes de la incitación institucional para un consumo sustentable en México”; el capítulo 12: “La agencia espacial mexicana como organismo generador de un entorno que impulse las ventajas competitivas del sector espacial mexicano: el clúster aeroespacial”; el capítulo 13 es: “¿Quiénes son los antagonistas del desarrollo sustentable?”

El capítulo 14 lleva por título: “La normalización de la violencia: otra dimensión de la pobreza urbana”; en tanto que el capítulo 15 se tituló: “Opciones de financiamiento para los organismos del sector social de la economía (OSSE) en México”; el capítulo 16 es: “Sustentabilidad de los programas de salud nacionales de reducción de sobrepeso y obesidad en México”; el capítulo 17: “¿Quién es el votante indeciso?”, y, para finalizar, el capítulo 18 se titula: “El voluntariado como potencializador de la inteligencia emocional de mujeres innovadoras y emprendedoras”.

Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez
Director de la Facultad de Contaduría y Administración



1

ANÁLISIS EXPLORATORIO DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYME FLORÍCOLAS UBICADAS EN EL ESTADO DE MÉXICO

Área de investigación: Administración de la micro, pequeña y mediana empresa

Irma Carranza Díaz

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría
y Administración (FCA_UNAM)
irma_car20@hotmail.com

Lisette Farah Simón

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría
y Administración (FCA_UNAM)
lfarah@live.com.mx

Resumen

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pyme) constituyen el principal elemento del tejido económico en México debido a su participación en la generación de empleos y a su impacto en la producción nacional; a pesar de ello, muchas de estas empresas suelen desaparecer a los dos años de vida por diferentes causas, una de éstas es la falta de competitividad y un mercado local insuficiente para continuar con su proceso de crecimiento; ante tal situación, las Pyme deben considerar la internacionalización como una oportunidad para su desarrollo y crecimiento aun cuando se tenga éxito en el mercado nacional.

Existen varios métodos mediante los que una empresa puede lograr su integración al comercio exterior, es decir, su internacionalización, y es a raíz de estos métodos que se han desarrollado diferentes teorías para explicar dicho proceso en las empresas; éstas van desde un enfoque económico y de procesos, hasta las teorías recientes que han surgido a raíz de las nuevas empresas llamadas *born global*¹.

Dichas teorías de internacionalización han dado pauta para realizar una serie de estudios acerca de este proceso en diferentes sectores económicos; sin embargo, específicamente en el sector agropecuario existe una escasez de estudios con este tipo de análisis en cada una de sus ramas productivas, tal es el caso de la floricultura; es por ello que la presente investigación pretende analizar el proceso de internacionalización de las

Pyme dedicadas a la floricultura en el Estado de México, a fin de conocer las características de dicho proceso en esta rama de producción.

Palabras clave: Proceso, Internacionalización, Pyme, Floricultura.

Introducción

El comercio entre países se presenta ante las necesidades de cubrir los déficits que cada uno tiene de ciertos productos y así aprovechar sus potenciales por medio de economías de escala, que permiten detonar el desarrollo en cada región; esto se traduce como ventajas competitivas de cada país, que son un factor fundamental en los procesos de internacionalización tanto para las grandes empresas como para las Pyme, por lo que estas últimas deben plantearse la internacionalización como una oportunidad para su desarrollo y crecimiento ya que su éxito nacional puede verse amenazado ante la entrada de empresas extranjeras que cuenten con productos y/o servicios innovadores y precios más competitivos.

México cuenta con 15 tratados comerciales (SE, 2016) que son desaprovechados, por lo que se debe analizar las ventajas competitivas de cada sector económico en cada una de las ocho zonas o regiones económicas del país (Fouquet, 2002) para canalizar los esfuerzos hacia esas áreas específicas y, de esta manera, se fortalezca e impulse a las Pyme para expandir su mercado a nivel internacional. Uno de estos sectores económicos en los que se ha descuidado el desarrollo de estrategias es el agropecuario, en el que existen regiones económicas que cuentan con características particulares que las hacen ser poseedoras de un gran potencial para impulsar el desarrollo de proyectos que permitan a los productores incursionar en el mercado internacional.

En este estudio, se analizó la región económica centro-sur conformada por la Ciudad de México, Morelos y el Estado de México, este último es donde se desarrolla la floricultura, actividad agropecuaria que lo coloca como el principal productor y exportador de flores de corte a nivel nacional, con una producción de 6 900 hectáreas en el año 2015 a cielo abierto y bajo invernadero, registrada en 43 municipios del Estado entre los que destacan: Ixtapan de la Sal, Villa Guerrero, Amecameca, Texcoco, Valle de Bravo, Atlacomulco, Tenancingo y Coatepec Harinas (SIAP, 2016).

Sin embargo, las cifras en cuanto a exportaciones en esta rama de producción son poco significativas ya que según estadísticas del Consejo Mexicano de la Flor A.C. en el año 2012 alrededor de 12 000 personas se dedicaron a la floricultura, pero sólo 500 de ellas exportaron, es decir sólo 4% (San Juan, 2012). Ante tal situación, es importante realizar un análisis de esta rama productiva, así como de las empresas que se dedican a esta actividad a fin de conocer los procesos que éstas llevan a cabo para su internacionalización.

De allí que se pretenda desarrollar un trabajo que comprende tres etapas de investigación: la primera de éstas se encuentra plasmada en este documento y se refiere al análisis del estado del arte actual de las principales teorías de internacionalización de las empresas, así como al análisis exploratorio de dicho proceso en las Pyme florícolas del Estado de México; la segunda parte comprenderá una investigación a fondo acerca de los principales factores internos y externos que influyen el proceso de internacionalización de estas Pyme, y, finalmente, en la tercera parte estará la formulación de estrategias para mejorar este proceso.

Marco teórico

Internacionalización de empresas

La internacionalización de la empresa hacía referencia, hasta muy recientemente, a dos situaciones específicas: la primera “se refiere a los flujos comerciales, es decir, exportaciones e importaciones de bienes y servicios” (Canals, 1994, p. 5); la segunda manifestación de internacionalización de la empresa menciona que son “los flujos de inversión directa desde un país a otro” (Canals, 1994, p. 6), esta última concepción forma parte de la estrategia de desarrollo de mercados en el contexto internacional (Otero, 2008).

Por su parte, Pla Barber y León (2004, p. 31) definen que: “la estrategia internacional hace referencia a los procesos de dirección estratégica mediante los cuales, las empresas evalúan las condiciones cambiantes del entorno internacional y desarrollan una respuesta organizativa adecuada a sus recursos que implicará el traspaso de las fronteras nacionales”, por lo que el desarrollo integral de las naciones en la actualidad depende en gran medida de su desempeño en cuanto al establecimiento de relaciones internacionales en el ámbito político, comercial y cultural (Ball, 1997).

Al continuar con la línea de cooperación estratégica y desarrollo integral, Rodríguez (2007, p. 156) menciona que: “No hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente a sí misma y que no necesite del apoyo de los demás países. Aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas”, de ahí que la internacionalización pueda definirse como la adaptación de los procesos operacionales de las empresas a ambientes internacionales en lo referente a estrategia, estructura y recursos (Calof y Beamish, 1995).

Teorías de internacionalización de las empresas desde un enfoque económico

Las teorías contemporáneas de internacionalización, con enfoque económico, basan sus explicaciones exclusivamente en los costos y las ventajas económicas y en cómo se pueden canalizar hacia una producción óptima (Cardozo y otros, 2007). Una de las teorías con enfoque económico es la de la ventaja monopolística, también llamada teoría de la organización industrial, cuyos autores son Kindleberger (1969) y Hymer (1976), quienes explican que las empresas (multinacionales) deben tener algún tipo de ventaja competitiva y exclusiva (de ahí el término monopolística) ya sea en el aspecto de tecnología, producción, organización, dirección, comercialización o diversificación en su línea de productos; si se cuenta con esta ventaja, entonces es posible que puedan tener instalaciones de producción en el extranjero.

Bajo este mismo enfoque, se encuentra la teoría ecléctica de Dunning en que se menciona que la decisión de incursionar en mercados internacionales debe estar basada en el análisis de costos y en las ventajas que posea la empresa. La hipótesis principal de la teoría ecléctica es que la inversión directa en el extranjero podrá llevarse a cabo sólo si la empresa posee las ventajas de propiedad frente a las empresas locales, es decir, si le conviene explotar esa ventaja en lugar de cederla a terceros (Ramón, 2002).

Internacionalización de las empresas desde un enfoque de procesos

Existen otras teorías del proceso de internacionalización que lo conciben como una secuencia gradual de aprendizaje, por lo que su éxito en el mercado dependerá del conocimiento acumulado y de la experiencia de éste, así como de los recursos que tenga comprometidos (Villarreal, 2006). Las principales aportaciones de estos modelos son una visión integral de las distintas formas de ingresar al mercado internacional, distinguen que la internacionalización no tiene que ver exclusivamente con las ventajas que se posean en un determinado momento, sino también con la influencia de su evolución a lo largo del tiempo; además, dichas teorías describen cómo las empresas nacionales llegan a convertirse en internacionales y en qué etapa se encuentran preparadas para dar ese paso (Rialp y Rialp, 2001).

Uno de los primeros modelos desarrollados bajo este enfoque fue el de la Universidad de Uppsala propuesto por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), este enfoque explica que la empresa tiene sus inicios en un mercado doméstico y a partir de ahí sigue un proceso gradual en cuatro etapas, cada etapa representa el compromiso de la empresa con el mercado exterior y se hace hincapié en la adquisición de información para lograr la penetración progresiva con el menor nivel de incertidumbre y riesgo posible (Martínez, 2009).

Asimismo, Martínez (2009) clasifica el proceso de internacionalización en las siguientes etapas: 1) exportaciones esporádicas en las que la empresa no ha destinado recursos a las actividades de exportación y además no tiene información de los canales de distribución ni de los mercados internacionales; 2) exportación por medio de agentes independientes con los que la empresa empieza a conocer algunos factores que influyen en las ventas del mercado internacional; 3) establecimiento de sucursales de venta en diversos países, y 4) establecimiento de unidades de producción en el extranjero, que generan un compromiso mayor con los recursos.

Simultáneamente, en Estados Unidos se desarrolló los denominados modelos de internacionalización por etapas bajo el fundamento de que las empresas se internacionalizan mediante un proceso de innovación internacional *I-Model* (Bilkey y Tesar, 1977); estos modelos explican que la decisión de una empresa de internacionalizarse se desarrolla de manera conjunta con la innovación y se lleva cabo de acuerdo con los límites impuestos en el mercado y conforme a las propias capacidades de la empresa (Alonso y Donoso, 1998).

Por lo anterior, el proceso de exportación puede ser más como un proceso de aprendizaje, en el que las empresas se familiarizan con las operaciones que se llevan a cabo internacionalmente. Los precursores de los *I-Model* recomiendan que las Pyme antes de iniciar actividades al exterior deben contar con un plan y políticas de exportación; es decir, iniciar la exportación en países cercanos de forma gradual y contar con una investigación de mercado (Bilkey y Tesar, 1977).

Una de las principales teorías con este enfoque de innovación es la desarrollada por Bilkey y Tesar (1977), quienes plantean las siguientes etapas: 1) la dirección no está interesada en exportar, es decir, sólo se atiende un mercado doméstico; 2) la dirección no realiza ningún esfuerzo por explorar la viabilidad de exportar; 3) la dirección explora la viabilidad de exportar; 4) la empresa exporta a un país cercano; 5) la empresa es una exportadora experimentada, y 6) la empresa explora la viabilidad de exportar a países más distantes.

Teorías de internacionalización enfocadas en las Pyme

Actualmente, se ha desarrollado teorías contemporáneas de internacionalización que tienen nuevos enfoques que pretenden explicar los cambios en las empresas modernas, específicamente de las Pyme en sectores emergentes como el de las tecnologías, en las que se estudia el proceso desde una perspectiva holística en la que la internacionalización se puede presentar en cualquier parte de la cadena de valor (Cardozo y otros, 2007).

Al respecto, Jones (1999) explica las características en común que tienen las empresas que no necesariamente siguen un proceso gradual; este estudio describe que hay puntos de inicio de internacionalización comunes, pero la secuencia o combinación de pasos varía. No hay un patrón de velocidad en la internacionalización. Las empresas pueden concretar un tipo o combinación de vínculos entre las cadenas de valor; algunas empresas forman un amplio rango de vínculos, y éstos pueden ser comunes en las empresas, por ejemplo los vínculos de cooperación.

De las teorías desarrolladas bajo este enfoque, es la teoría de redes la que entiende el proceso de internacionalización como un desarrollo generado

por medio de las redes organizativas y sociales de las empresas. Autores como Johanson y Mattson (1998) consideran como redes de negocios a aquellas que se establecen con clientes, distribuidores, competidores y gobierno; este número de actores aumenta conforme se desarrolla el proceso de internacionalización y cuando se fortalecen las relaciones existentes entre ellos.

Por otra parte, se encuentra la teoría de enfoque, procesos y ciclos de vida, en la que Chen y Huang (2004) proponen cuatro etapas para que una empresa pueda llevar a cabo un proceso coherente de internacionalización, estas etapas son:

1. Alianzas de servicios post-venta con empresas extranjeras que tengan características tecnológicas similares para aprovechar la retroalimentación.
2. Alianzas para la distribución de productos que les permitirán reducir costos y riesgos operativos, así como mejorar su eficiencia.
3. Alianzas para desarrollar productos, la posibilidad de establecer alianzas a nivel regional para desarrollar productos y llevar a cabo actividades de marketing, puede ser una manera de integrarse al mercado global.
4. Alianzas para construir canales de distribución al menudeo en mercados globales y locales, y establecer una empresa de distribución interna y, posteriormente, una marca para la distribución conjunta en el extranjero.

Existe otra teoría que trata de explicar la internacionalización de las Pyme, se conoce como *born global*. Esta teoría habla de las empresas internacionales creadas recientemente, donde los factores que determinan su actividad hacen referencia a un enfoque global desde sus inicios; es decir, que éstas se internacionalizan en los primeros dos años de vida (Cardozo y otros, 2007).

Bajo este mismo concepto de Born Global, existen otras empresas llamadas New International Ventures² cuya característica principal es que no siguen un proceso secuencial o por etapas, como sucede en los modelos de internacionalización con enfoque de procesos (Welch y Luostarinen, 1988; Oviatt y McDougall, 1995); en estas empresas se observa que han llegado a situarse en la etapa de exportación sin haber pasado por otras etapas, es decir, desde su creación presentan ventajas

competitivas ya sea por el uso de recursos y/o por la venta de productos en diferentes países (Oviatt y McDougall, 1994).

Para explicar cómo surgen las New International Ventures y cómo es su comportamiento en el proceso de internacionalización, Oviatt y McDougall (1994) desarrollaron una teoría que propone cuatro elementos necesarios: 1) estructura organizacional basada en la internacionalización de algunas transacciones; 2) uso de alternativas gubernamentales para acceder a recursos; 3) establecimiento de ventajas de localización en el extranjero, y 4) control de recursos exclusivos.

Por otro lado y de manera más reciente, Villarreal (2008) propone un modelo estratégico para la internacionalización de las Pyme, llamado modelo de las diez estrategias, que está basado en cuatro etapas: I) análisis estratégico internacional; II) determinación del sistema de objetivos de las actividades internacionales; III) formulación de la estrategia internacional, donde se busca plantear cómo la empresa desarrolla la estrategia de internacionalización con base en varios aspectos estratégicos, de ahí el nombre de las diez estrategias: 1) estrategia de localización, 2) estrategia de entrada y permanencia, 3) estrategia de crecimiento, 4) estrategia de convivencia, 5) estrategia corporativa, 6) estrategia de internacionalización, 7) estrategia competitiva, 8) estrategia de estructura, 9) estrategia de enfoque, 10) estrategia de secuencia; y IV) implantación de la estrategia internacional.

Métodos de internacionalización

En virtud de lo anterior, Pla (1998), citado en Escolano y Belso (2003), menciona que existen básicamente tres métodos o estrategias mediante los que las empresas pueden lograr integrarse a los mercados globales, es decir, su internacionalización, éstos son: I) acuerdos contractuales, II) Inversión Extranjera Directa (IED), y III) la exportación de bienes, que por sus implicaciones podría ser el método más accesible para las Pyme.

El primer método es mediante los acuerdos contractuales, que se refieren de manera general a la cooperación o alianzas estratégicas que establecen las empresas para poder expandir su mercado a nivel internacional, en este método se encuentran las licencias, *joint venture*, franquicia, contrato de administración y contrato de manufactura (Jarillo, 1991).

El segundo método es por medio de la Inversión Extranjera Directa (IED), que tiene como propósito crear un interés duradero y con fines económicos a largo plazo por parte de un inversionista extranjero en el país receptor (SE, 2010). En esta modalidad de internacionalización, la empresa se compromete en el exterior con recursos propios y aunque es la opción con mayor riesgo, también es la más rentable a largo plazo; de ahí que las empresas con mayor experiencia internacional prefieran esta alternativa (Pla Barber y Len, 2004).

Por último, el tercer método para ingresar a los mercados internacionales, es mediante la exportación; de manera concreta, la exportación consiste en la producción de bienes en un determinado país de origen que posteriormente se transfiere por tierra, mar o aire para ser comercializada con clientes de países extranjeros (Huerta, Estroz y San Martín, 2010). Para Mercado (2000), la exportación es una venta que se lleva a cabo más allá de las fronteras arancelarias en las que está situada la empresa; por lo tanto, la exportación de mercancías se refiere a “productos tangibles (bienes) que se envían fuera del país” (Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2010, p. 20).

Metodología

Diseño de la investigación

El presente documento expone por un lado la revisión documental que se hizo acerca de las teorías de internacionalización de las empresas; en segundo lugar, se llevó a cabo una búsqueda de información respecto de la floricultura en el Estado de México, y, finalmente, se realizó un análisis exploratorio del proceso de expansión internacional de las Pyme florícolas en el Estado mediante la observación de casos como la empresa *Quaility Growers* que permiti obtener un panorama general de los aspectos relacionados con su contexto operacional. Se llevó a cabo un estudio transversal descriptivo en el que se observó la situación existente respecto del proceso de internacionalización de las Pyme florícolas en el Estado de México y se describió de manera general dicho proceso al contrastar la información obtenida con las teorías existentes acerca de éste.

Método de investigación

1. Se llevó a cabo una revisión documental de las principales teorías de

internacionalización de las empresas vistas desde los distintos enfoques; esto para comparar estas teorías con el proceso o la forma en que las Pyme florícolas incursionan en el mercado internacional y así conocer las características de las etapas que llevan a cabo las Pyme que pertenecen a esta rama productiva.

2. Se realizó un acercamiento con dependencias gubernamentales relacionadas con el comercio exterior y el sector agropecuario en el Estado de México, las dependencias visitadas fueron la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación y ProMéxico; esto con la finalidad de conocer la situación actual de la floricultura en el Estado.
3. Se hizo una búsqueda de información acerca de la producción y comercialización de flores en el Estado de México, a fin de tener un panorama general de la situación actual de esta rama de producción.
4. Se realizó un análisis exploratorio de los procesos de internacionalización de las Pyme del sector agropecuario dedicadas a la floricultura en el Estado de México, en el que se observó las actividades que éstas llevan a cabo para expandir su mercado al exterior, así como los problemas enfrentados en su desarrollo internacional.

Resultados

Situación actual de la floricultura en el Estado de México

Se tiene el registro de 13 empresas formales, nueve de éstas ubicadas en el Estado de México; las otras cuatro se encuentran en la Ciudad de México, aunque se consideran parte de la producción del Estado de México debido a que sus cultivos se encuentran en diferentes municipios de éste. Dichas empresas realizan exportaciones a diferentes países como Canadá, Países Bajos, Australia, La Unión Europea, El Salvador, Costa Rica, pero principalmente a Estados Unidos como se muestra en la siguiente Tabla:

¹ Knight y Cavusgil mencionan que son “Pequeñas compañías (usualmente) orientadas hacia la tecnología que operan en mercados internacionales desde los primeros días de su establecimiento” (1996, p. 11).

² De acuerdo con Oviatt y McDougall, éstas pueden considerarse como: “Una organización empresarial que, desde el principio, busca obtener ventajas competitivas del uso de recursos y de la venta de productos en múltiples países. La característica esencial de este tipo de empresas es que

sus orígenes son internacionales, como se puede demostrar en el compromiso de sus recursos (materiales, humanos, financieros, etc.) en más de una nación” (1994, p. 49).

No	Empresa	Estado	Contacto	Especia	Destinos de exportación	Certificaciones
1	Rancho La Era	Estado de México	Eduardo Díaz Gasca	Agapanto, Ave de Paraiso, Girasol	USA	SENASICA
2	Buenavista Floral	Estado de México	Juan Carlos Jasso	Agapanto, Alstromeria, Follaje, Liliés Asiáticas, Eucalipto, Gerberas, Iris, Liliés Orientales, Rosas	Canadá, USA	SENASICA
3	Rancho Los Pinares	Estado de México	Javier Migoya von Bertrab	Campanas de Irlanda, Aster Matsumoto, Flor de Cártamo	Canadá, USA	ISO 9001:2008
4	Coriflor	Estado de México	Marco A. Boltrán Bernal	Gerberas, Liliés Asiáticas, Alstromeria, Iris, Rosas, Tulipanes	USA	Rainforest Alliance Certified
5	Flores de Chaltepec	Estado de México	Miguel Andrés Rubio Castillo	Alstromeria, Liliés Asiáticas, Crisantemos, Gerberas, Iris, Orquídeas, Rosas, Tulipanes	USA	Certificado de Cumplimiento NO-970
6	Flores de San Francisco	Estado de México	Arturo Pérez Sánchez	Gerberas, Rosas	USA	SENASICA
7	Grupo Floristar	Estado de México	Raúl Maldonado Díaz	Gerberas, Rosas	USA	
8	Rio Verde	Estado de México	Sandro Cusi Alleivi	Orquídeas	USA	SENASICA
9	Rancho Los Oyamales	Estado de México	Arturo Guadarrama González	Rosas	USA	Certimex
10	Sabornex	Ciudad de México	Guadalupe Clemente	Agapanto	Australia, Costa Rica, El Salvador, USA, Guatemal, Union Europea	C-TPAT, HACCP, ISO 9001:2008
11	Flores La Vereda	Ciudad de México	Alfonso Duque Tobar	Alstromeria, Rosas	USA	
12	Desarrollo Agrícola de Yautepic (Daysa)	Ciudad de México	Alejandra Yslas de Femat	Liliés Asiáticas, Crisantemos, Gerberas, Orquídeas	Canadá, USA, Países Bajos	SENASICA
13	Kaidú (Productores del Sur del Estado de México)	Ciudad de México	Antero González	Crisantemos, Gerberas, Rosas	USA	

Fuente: Elaboración propia con información de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo rural, Pesca y Alimentación (2016). Directorio de exportadores MexBest disponible en <http://www.mexbest.com/>

La información obtenida en las dependencias gubernamentales visitadas, refleja que se ha llevado un registro en lo referente a la producción de flores, que contiene: hectáreas cultivadas y producción obtenida en toneladas y en valor económico, así como el rendimiento de producción y clasificación de especies cultivadas; sin embargo, también se detectó que no se ha realizado una caracterización de productores y que existe una carencia de información respecto de los temas de comercialización; es decir, se cuenta con información general de las exportaciones realizadas en esta rama productiva, pero no hay registros detallados del número de empresas o asociaciones que cultiven flores, al igual que aquellas que realizan ventas internacionales.

En el año 2007, se presentó un diagnóstico para la creación del Sistema Producto Ornamentales en el Estado de México; esta organización estaría encargada de concentrar la información referente a la producción de flores en el Estado. En este diagnóstico, además, se propuso varios proyectos tales como: la elaboración de una monografía del estado del arte de los ornamentales en México; la realización de un estudio de mercado para identificar nichos de comercialización, y la creación del portal del Comité Estatal del Sistema Producto Ornamentales, que pondría a disposición de los productores y consumidores información confiable y actualizada acerca de la producción de flores en el Estado de México (Sagarpa, 2007).

No obstante, al realizar la visita a las oficinas de la Sagarpa en el Estado de México, específicamente en el departamento del Sistema Producto Ornamentales, se pudo constatar que todavía no se ha realizado ninguno de estos proyectos y que esto en parte se debe a temas económicos y de interés político, lo que finalmente afecta a los productores pues no hay políticas públicas que permitan el crecimiento y desarrollo del sector.

Método de internacionalización de las Pyme florícolas en el Estado de México

Como se ha mencionado anteriormente, los métodos de internacionalización de las empresas son: inversión extranjera directa, acuerdos contractuales y la exportación (Pla, 1998, citado en Escolano y Belso, 2003). Con base en el análisis exploratorio realizado de la situación actual de las Pyme florícolas respecto de la forma en que éstas ingresan al mercado internacional, se detectó que el método que aplican estas empresas es la exportación, llevada a cabo de la siguiente manera:

1. Las empresas más grandes y registradas formalmente como exportadoras (ver Tabla 1), realizan la exportación de flores de manera directa y algunas cuentan con un local que funge como centro de distribución en el país extranjero, las exportaciones se realizan principalmente a Estados Unidos y Canadá.
2. Por otra parte, existen en el Estado empresas más pequeñas que no cuentan con la capacidad de producción ni con la infraestructura logística para realizar exportaciones de manera directa, algunas de estas empresas trasladan su producción a centros de acopio en los municipios de Villa Guerrero y San Antonio la Isla, para que estos centros realicen la comercialización de flores ya sea a nivel nacional o internacional; es decir, llevan a cabo la exportación indirecta.

La empresa Quality Growers, ubicada en el municipio de Donato Guerra, es un ejemplo de estas unidades con poca capacidad de producción que, sin embargo, exportan flores de manera indirecta mediante empresas más grandes o centros de acopio de Villa Guerrero; otro de los problemas de esta empresa, además de la capacidad, es la falta de transporte adecuado para el traslado de las flores. Sin embargo, el esquema que maneja Quality Growers podría aplicarse para otras pequeñas empresas que no exportan y que en

múltiples ocasiones tienen que malbaratar su producción en mercados locales o, en el mejor de los casos, dejar perder la cosecha ya que resulta más costoso llevar a cabo el corte que la venta que pueden obtener en el mercado local.

3. Finalmente, también se detectó que existen empresas exportadoras que son firmas establecidas, ubicadas en la Ciudad de México, estas actúan como si fueran el departamento de exportación de varias empresas (Jarillo, 1991) situadas en el Estado de México, pero, de manera similar al caso anterior, no tienen la capacidad ni el conocimiento para realizar la exportación directamente.

Estas dos últimas formas de exportación de flores en el Estado de México, obedecen a lo planteado por Jarillo (1991), quien menciona que las empresas pueden efectuar la exportación de sus productos de manera indirecta sólo con producir y dejar en manos de terceros las actividades de exportación.

De una u otra forma, se puede decir que las Pyme florícolas realizan su internacionalización por medio del método de la exportación, ya sea directa o indirecta con ayuda de intermediarios; este método, como menciona Hill (2015), les permite aprovechar las ventajas competitivas de la región, que en este caso específico son la ventaja de localización (microclimas adecuados para la producción de flores) y la ventaja de mano de obra barata, y permite a las Pyme que exportan directamente evitar los costos de establecer operaciones en un país extranjero.

Proceso de internacionalización de las Pyme florícolas del Estado de México

Al realizar la revisión documental de las principales teorías del proceso de internacionalización de las empresas, y contrastarla con el análisis de la situación actual de este proceso en las Pyme florícolas, se determinó que éstas llevan a cabo su internacionalización con un enfoque de proceso como lo presenta el modelo de Uppsala planteado por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975); sin embargo, de acuerdo con las etapas planteadas por este modelo, sólo se efectúan las dos primeras: exportaciones esporádicas y la exportación mediante agentes independientes (ver Figura 1).

Las otras dos etapas comprendidas en este modelo son: el establecimiento de sucursales en el extranjero y el establecimiento de unidades de producción igualmente en el extranjero, ambas etapas no se presentan en el proceso de internacionalización de las Pyme florícolas, ya que éstas sólo llevan a cabo dicho proceso mediante la exportación. Las etapas mencionadas comprenden tanto el método de inversión extranjera directa como el de acuerdos contractuales.

También se encontró relación con el modelo de internacionalización propuesto por Bilkey y Tesar (1977), que de igual manera está desarrollado con un enfoque de procesos; este modelo habla específicamente de la exportación y menciona que se trata de un proceso de aprendizaje, en el que las empresas van familiarizándose con las operaciones en el extranjero por medio de exportaciones esporádicas hasta convertirse en empresas exportadoras experimentadas con operaciones en diversos países, es así como algunas empresas de este giro han logrado expandir sus mercados a nivel mundial mediante este proceso de aprendizaje.

Figura 1. Proceso de internacionalización de las Pyme florícolas del Estado de México
Fuente: Elaboración propia con base en Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), y Bilkey y Tesar (1977).

Recientemente, Chen y Huang (2004) propusieron un nuevo modelo específicamente para la internacionalización de las Pyme, que, de acuerdo con lo observado, podría complementar el proceso que llevan actualmente las Pyme florícolas del Estado de México, ya que este modelo considera las alianzas estratégicas como un elemento fundamental para la reducción de costos y el crecimiento de la empresa. Asimismo, las etapas de análisis estratégico internacional y la formulación de una estrategia internacional, propuestas por Villareal (2008) en su modelo de las diez estrategias, podrían coadyuvar a mejorar el proceso de internacionalización de las Pyme florícolas.

Es por eso que se propone complementar el proceso de internacionalización con los modelos planteados por Chen y Huang y Villarreal, con la finalidad de disminuir el tiempo en que una Pyme dedicada a la floricultura puede lograr su internacionalización, disminuir riesgos por medio de alianzas y permanecer en el mercado mediante la competitividad (ver Figura 2).

Figura 2. Integración de modelos de internacionalización para las Pyme florícolas

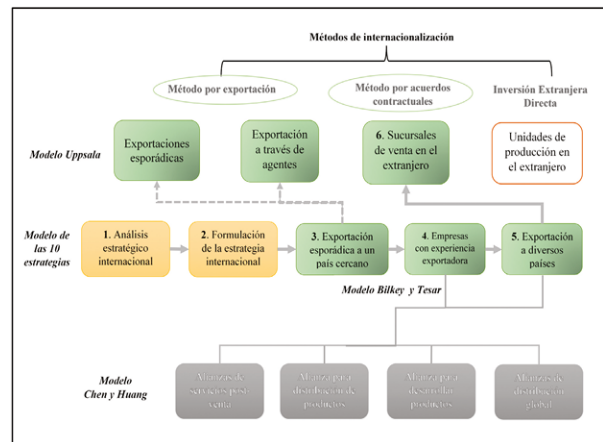
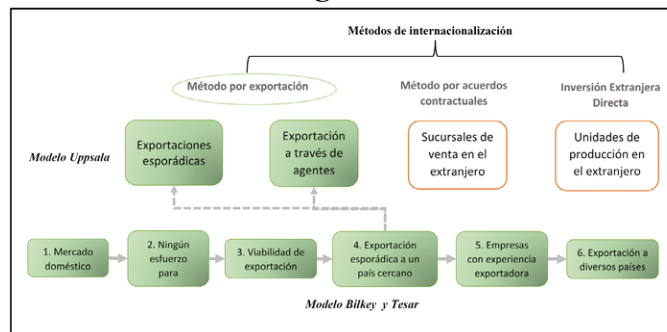
Fuente: Elaboración propia con base en Johanson y Wiedersheim-Paul (1975); Bilkey y Tesar (1977); Chen y Huang (2004), y Villarreal (2008).

En este esquema, se puede apreciar que el proceso de internacionalización se debe iniciar con la etapa de 1) **análisis estratégico estructural**, tanto de manera interna como externa; a partir de este análisis se debe 2) **formular la estrategia internacional** bajo la que se registrará la empresa para sus actividades en el ámbito internacional; esto llevaría a las empresas a 3) **realizar exportaciones esporádicas** para familiarizarse con el mercado y para adecuar los procesos de producción y comercialización conforme a la oferta y demanda internacional. Esta etapa, a manera de estrategia, se complementaría con los aspectos del modelo de Chen y Huang que hacen referencia a las alianzas de servicio de post-venta, así como a las alianzas para distribución y desarrollo de productos; estas alianzas permitirían a las empresas convertirse en 4) **empresas con experiencia exportadora**, ya que las exportaciones serían continuas y existiría una retroalimentación constante para ofrecer productos competitivos; 5) **realizar exportaciones a diversos países**, contar con experiencia en el ámbito de la exportación ayudar a las empresas a exportar a diversos países y no sólo a los países cercanos; el 6) **establecimiento de sucursales de venta en el extranjero** sería viable en esta etapa, ya que los costos y los riesgos serían compartidos por las empresas que conformen dichas alianzas.

Conclusiones

El objetivo de este trabajo fue analizar, por medio de un marco teórico, el proceso de internacionalización de las Pyme florícolas del Estado de México para conocer las características de dicho proceso. Por medio de la investigación realizada, se concluye que las empresas de esta rama de producción llevan a cabo su internacionalización mediante el método de exportación. Las empresas de mayor tamaño realizan las exportaciones de manera directa, mientras que las pequeñas realizan sus exportaciones de manera indirecta puesto que recurren al uso de intermediarios, como casas exportadoras, o envían su producción a las empresas con mayor capacidad de producción para que éstas realicen la exportación.

Debido a esta situación, habría que preguntarse: ¿Cuáles son los principales factores que influyen en el desarrollo exportador de las Pyme florícolas del Estado de México? ¿Qué características debe poseer una Pyme florícola para poder ingresar al mercado internacional con el menor grado de incertidumbre posible? ¿Qué estrategias podrían mejorar su proceso de internacionalización? O, en todo caso, si sería necesario realizar una caracterización del tipo de empresas florícolas tanto en el Estado como a nivel nacional, para generar esquemas o modelos de internacionalización específicos en los que se considere el tamaño de la empresa, e incluso, el tipo de flores de exportación, lo que sin duda daría pauta hacia nuevas líneas de investigación.



Referencias

- Alonso, J. A. y Donoso, V. (1998). *Competir en el exterior: La empresa española y los mercados internacionales*. Madrid: Instituto Español de Comercio Exterior.
- Ball, Donald A. y Mc CullochWendell, H. Jr. (1997). *Negocios Internacionales, Introducción y Aspectos Esenciales*. México: Mc Graw Hill.

- Bilkey, W. J. y Tesar, G. (1977). The export behavior of smaller Wiscosing manufacturing firms. *Journal of International Business Studies*, 9, pp. 93-98.
- Calof, J. y Beamish, P. (1995). Adapting to foreing Markets: Explaining Internationalization. *International Business review*, 4(2), pp. 115-131 (revista electrónica).
- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa: Cómo evaluar la penetración en mercados exteriores*. Madrid: McGraw-Hill.
- Cardozo, P. P., Chavarro, A. y Ramírez, C. A. (2007). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 1(3).
- Chen, H. y Huang, Y. (2004). The Establishment of Global Marketing Strategic Alliances by Small and Medium Enterprises. *Small Business Economics*, 22, pp. 265-377.
- Daniels, J., Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. México: Prentice Hall.
- Escolano, C. y Belso, J. A. (2003). Internacionalización y PYMES: conclusiones para la actuación pública a partir de un análisis multivariante. *Revista Asturiana de Economía*, 27, pp. 169-181.
- Fouquet, A. (2002). *Disparidades regionales en México: ¿Cuestión de herencia o de geografía?*
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Hill, C. (2015). *Negocios internacionales: cómo competir en el mercado global*. México: McGraw Hill.
- Huerta, P., Estroz, B. y San Martín, R. (2010). Estrategias de entrada a mercados externos: un estudio comparativo entre empresas chilenas y españolas. *Horizontes Empresariales*, 9, pp. 7-28.
- Hymer, S. (1976). *The international operations of national firms. A study of direct foreign investment*. Boston: MIT Press. Publicación a título póstumo de su tesis doctoral, Universidad de Cambridge, 1960.
- Jarillo, J. (1991). *Estrategia internacional*. España: McGraw-Hill.
- Johason, J. y Mattson, L. (1998). Internationalization in industrial systems. A network approach. *Strategies in global competition*, Londres: Croom Helm.
- Johason, J. y Wiedersheim, Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), pp.

305-322.

- Jones, M. (1999). The internationalization of small high technology firms. *Journal of international Marketing*, Chicago, 4.
- Kindleberger, C. (1996). *American Business Abroad*. New Haven: Yale University Press.
- Knight, G. y Cavusgil, T. (1996). The Born Global Firm: A Challenge to traditional Internationalization Theory. *Advances in International Marketing*, 8, pp. 11-26.
- Martínez, P. C. (2009). *PYME: Estrategia para su internacionalización*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Mercado, S. (2000). *Comercio internacional I: mercadotecnia internacional importación– exportación*. México: Limusa.
- Otero, M. A. (2008). *Internacionalización: cómo iniciar la expansión de su empresa en el mercado internacional*. España: Netbiblo, S. L.
- Oviatt, B. y McDougall, P. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), pp. 45-64.
- Oviatt, B. y McDougall, P. (1995). Global Start-ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage. *Academy of Management Executive*, 9(2), pp. 30-43.
- Pla Barber, J. y León, F. (2004). *Dirección de empresas internacionales*. España: Prentice Hall.
- Ramón, A. B. (2002). Un análisis de las dimensiones del paradigma OLI en la internacionalización del sector hotelero español. *ICE Tribuna de Economía*, 803, pp. 141-161.
- Rialp, A. y Rialp, J. (2001). Conceptual frameworks on SME's internationalization: past, present and future trends of research. *Reassessing the internationalization of the firm, advances in international marketing*, Amsterdam: JAI/Elsevier Inc.
- Rodríguez, A. (septiembre, 2007). Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México. *International Journal of Good Conscience*, 2(2), pp. 156.
- San Juan, M. (06 de junio del 2012). Le falta abono a la exportación de la flor. *El Economista*, recuperado de <http://eleconomista.com.mx/estados/2012/06/26/le-falta-abono-exportacion-flor>.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo rural, Pesca y Alimentación (diciembre, 2016). MexBest. Recuperado de

<http://www.mexbest.com/>.

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo rural, Pesca y Alimentación (diciembre, 2007). *Plan rector del Sistema Producto Ornamentales en el Estado de México*. Recuperado en http://dev.pue.itesm.mx/sagarpa/estatales/ept%20comite%20sistema%20producto%20ornamentales%20edo%20de%20mex/plan%20rector%20que%20contiene%20programa%20de%20trabajo%202012/pr_ornamentales_edo_mex_2012.pdf.

Secretaría de Economía (2016). Recuperado de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/comunidad-negocios/inversion-extranjera-directa>.

Secretaría de Economía (mayo, 2016). Recuperado de <http://www.gob.mx/se/articulos/mexicocuentacon-12-tratados-de-libre-comercio>.

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (noviembre, 2016). Recuperado de http://infosiap.siap.gob.mx:8080/agricola_siap_gobmx/ResumenDelegacion.do.

Villarreal, O. (2006). La estrategia de internacionalización de la empresa. Un estudio de casos de multinacionales vascas. *La globalización: conceptos, evolución y fundamentos*. Universidad del país Vasco.

Villarreal, O. (2008). La internacionalización de la empresa: el modelo de las diez estrategias. *Revista internacional administración y finanzas*, 1(1), pp. 67-82.

Welch, L. S. y Luostarinen, R. K. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. *Journal of General Management*, 14(2), pp. 36-64.



2

LA AUDITORÍA ANTICIPADA Y SU IMPACTO EN LOS RIESGOS TRIBUTARIOS DE LAS MYPE FABRICANTES DE MUEBLES LIMA–PERÚ, 2017

Área de investigación: Contabilidad, costos y auditoría

Roberto Cotrina Llamocca

Universidad Nacional Mayor de San Marcos,

Facultad de Ciencias Contables

roberto.cotrinal@unmsm.edu.pe

Christian Jhonnatan Montoro Mendoza

Universidad Nacional Mayor de San Marcos,

Facultad de Ciencias Contables

Christian.montoro@unmsm.edu.pe

Alessandro Martín Rodríguez Chumpitaz

Universidad Nacional Mayor de San Marcos,

Introducción

Actualmente, la globalización de los mercados exige que las empresas sean competitivas para asegurar su permanencia y crecimiento en este escenario económico. Pero no sólo las grandes empresas tienen que ajustar sus procesos a esta gran globalización, sino también las micro y pequeñas empresas (Mype), ya que estas organizaciones en estos últimos años se han constituido como el brazo productivo del país al estimarse que conformarían 98.35% del tejido empresarial peruano (Sunat, 2007), un buen ejemplo de ellas son las Pyme fabricantes de muebles de Villa el Salvador, que en estos últimos años representan un soporte importante para el desarrollo de dicho distrito, y en general, para la economía nacional.

Gráfico N° 1

En Perú, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat) es la encargada de fiscalizar o verificar el estricto cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, para tal efecto cuenta con un conjunto de normas que conforman la actual legislación tributaria. Asimismo, resulta notable la creciente preocupación de los distintos entes del entorno empresarial por todo lo que de alguna forma signifique declarar información razonable ante la Administración Tributaria; esta preocupación por los procedimientos tributarios y su razonabilidad se encuentra en todas las micro y pequeñas empresas (Mype), que tienen que alinearse bajo las exigencias tributarias vigentes para tener entornos favorables y desarrollar su giro competitivamente; es por ello que el control anticipado de cumplimiento tributario toma cada vez mayor importancia, ya que este examen no sólo verifica el cumplimiento correcto de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes, sino que también mediante sus resultados permite conocer de antemano la situación tributaria en una fecha dada; además, se tiene la posibilidad de corregir y regularizar los errores y de determinar el importe que significa regularizar voluntariamente alguna omisión, lo que ayuda a reducir los riesgos tributarios de la empresa.

Las leyes del Código Tributario peruano establecen que las obligaciones tributarias tanto formales como sustanciales deben ser cumplidas con oportunidad y exactitud, por lo que el cumplimiento parcial incorrecto o tardío de las obligaciones tributarias por parte de la empresa corre el riesgo de incurrir en infracciones que serán sancionadas por la Administración Tributaria, lo que conllevará a la empresa a hacer desembolsos innecesarios que se reflejarán en pérdidas financieras.

Es por ello que la implementación de un examen de control anticipado ofrece minimizar los riesgos y contingencias tributarias mediante procedimientos y formalidades que permitan tener un control previo y permitan verificar el adecuado cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Auditoría tributaria

El autor Reyes Ponte (2015) menciona que “Es el proceso sistemático de obtener y evaluar objetivamente la evidencia acerca de las afirmaciones y hechos relacionados con actos y acontecimientos de carácter tributario, a fin de evaluar tales declaraciones a la luz de los criterios establecidos y comunicar los resultados a las partes interesadas; ello implica verificar la razonabilidad con que la entidad ha registrado la contabilización de las operaciones con los principios de la Contabilidad Generalmente Aceptados, debiendo para ello investigar si las declaraciones juradas se han realizado razonablemente con arreglo a las normas tributarias vigentes y de aplicación”.

El Instituto de Administración Tributaria de la Sunat (2017) indica que: “La auditoría tributaria es un control crítico y sistemático que usa un conjunto de técnicas y procedimientos destinados a verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias formales y sustanciales de los contribuyentes. Se efectúa teniendo en cuenta las normas tributarias vigentes en el periodo a fiscalizar, para determinar la base imponible al periodo y tributos auditados, las infracciones y sanciones que corresponden y la deuda actualizada”.

Objetivos de la auditoría tributaria

Flores (2012) manifiesta que los objetivos de la auditoría son los siguientes:

- a) Determinar la veracidad de la información en las declaraciones juradas presentadas.
- b) Verificar que la información declarada corresponde a las operaciones anotadas en los registros contables, a la documentación sustitutoria, así como a todas las transacciones económicas efectuadas.
- c) Verificar que las bases imponibles, créditos, tasas e impuestos estén debidamente aplicados y sustentados.
- d) Contrastar las prácticas contables realizadas con las normas tributarias correspondientes a fin de detectar diferencias temporales y/o permanentes y establecer reparos tributarios de conformidad con las normas contables y tributarias vigentes.

Auditoría tributaria anticipada o preventiva

Reyes Ponte (2015) indica que es aquella que “Se encarga de la revisión de los libros contables y la documentación sustitutoria de las transacciones comerciales; es realizada por compañías de auditoria especialistas en tributación, antes de ser notificados por la Sunat para iniciar un procedimiento de fiscalización tributaria, es saludable para que los deudores tributarios auditar su contabilidad que está relacionada con la determinación de la base imponible para el cálculo de los diferentes impuestos; con el fin de comprobar el correcto cumplimiento de las obligaciones formales y sustanciales, su cargo y de ser el caso efectuar las correcciones y ajustes que sean necesarios dentro del marco legal”. Por lo tanto, la auditoría tributaria preventiva se puede definir como el proceso de prevención, es decir, el conocimiento anticipado de hechos, circunstancias y situaciones que deben resolverse de la mejor forma para evitar posibles errores que, de no ser corregidos a tiempo, podrían ocasionar graves problemas con la Administración Tributaria.

Pastor y Pablo Rocano Consultores S.A.C señalan que “Se trata de un control que consiste en la verificación del adecuado cumplimiento de las obligaciones tributarias sustanciales y formales. La finalidad de este examen es ayudar a descubrir las contingencias y plantear soluciones para una significativa reducción de los reparos”.

Asimismo, Ramírez (2016) desarrolla una investigación titulada *Auditoría tributaria y las contingencias tributarias en la empresa GFK conecta SAC. Años 2012-2015*, en la que evidencia que el control interno o una auditoría anticipada de las obligaciones tributarias permite detectar las posibles contingencias tributarias que se pueden presentar en un periodo al identificar los posibles gastos innecesarios y/o posibles sanciones de parte de la autoridad tributaria.

Micro y Pequeña empresa (Mype) en Perú

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando la ley hace mención del acrónimo Mype, se refiere a las Micro y Pequeñas empresas.

La Mype debe reunir las siguientes características concurrentes:

Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (1 UIT= S/. 3 950). Tal límite en el año 2016 correspondería a un monto de 592 500 soles.

Pequeña empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores y ventas anuales hasta el monto máximo de 1 700 Unidades Impositivas Tributarias (1 UIT= S/. 3950). Este máximo en el año 2016 correspondería a un monto de 6 715 000 soles.

Marco jurídico legal de las Mype

“El estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades”. Esto es lo que se manifiesta en el artículo 59 de la Constitución Política de Perú.

Según esta última, en su artículo 36 manifiesta: “El estado fomenta la formalización de las Pyme a través de la simplificación de los diversos

procedimientos de registros, supervisión, Inspección y verificación posterior” (PYMEX, 2017).

Riesgo tributario

Definiremos el riesgo tributario como la inseguridad de que la declaración y pago de las obligaciones tributarias incumplan con las condiciones de forma y fondo, lo que conllevaría un efecto material en las compañías y obligaciones agregadas por las sanciones impuestas en las leyes correspondientes.

“El riesgo tributario está relacionado a un sistema como el vigente y por ello resulta necesario para las empresas como contribuyentes el tratar en primer lugar de detectarlos y luego reducirlos. Este objetivo permite una mejoría en la administración de la empresa tanto desde el aspecto fiscal como desde otros aspectos como el contable o inclusive el económico” (Vargas, 2011, p. 93).

Infracciones y sanciones administrativas

Baldeon (2007) menciona que en la aplicación del principio de legalidad, la tipificación de las infracciones tributarias y la determinación de las sanciones respectivas se establecen sólo por ley, tal como lo dispone la norma IV del Título Preliminar del Código Tributario, que señala que “Solo por ley o por Decreto Legislativo, en caso de delegación de facultades discrecional en la forma y condición que dicho ente administrativo establezca”.

Obligaciones formales y sustanciales

Son obligaciones que todo contribuyente debe cumplir ante la Sunat.

Obligaciones formales: inscribirse en el RUC u otros registros; fijar su domicilio fiscal; determinar y declarar cada tributo dentro de ciertas fechas o plazos fijados legalmente; emitir comprobantes de pago por sus operaciones económicas; sustentar el traslado de bienes con guías de remisión; registrar sus operaciones en libros contables; retener y pagar tributos; depositar los montos de detracciones efectuadas a otros contribuyentes en el banco que señalen las normas vigentes.

Obligaciones sustanciales: Pagar oportunamente los tributos como el impuesto a la renta, el impuesto General a las Ventas, entre otros; pagar oportunamente las retenciones de impuestos efectuadas y las

percepciones; depositar los montos de las deducciones efectuadas a otros contribuyentes en el banco que señalen las normas vigentes.

Arancibia (2005, p. 72) lo define como “El vínculo jurídico causado por el tributo, cuyo origen es la ley y establece el vínculo entre Estado y el responsable o contribuyente que se expresa en un compromiso de dar (pago o tributo) o en obligaciones complementarias de hacer y presentar balances y declaraciones juradas o de tolerar las revisiones fiscales”.

Infracción tributaria

Toda acción u omisión que importe violación de las normas tributarias, constituye infracción sancionable siempre que se encuentre tipificada como tal, de acuerdo con las normas del Código Tributario.

Multa

La multa es una sanción que impone la Administración Tributaria por la comisión (entendida como acción u omisión) de una infracción tributaria. Es una sanción pecuniaria, es decir expresada en un monto de dinero, que debe pagarse por haber cometido una infracción.

Sanción tributaria

Es el castigo aplicado a los contribuyentes que cometen infracciones tributarias. La sanción tributaria se extingue por los siguientes medios: Pago, compensación, condonación, consolidación, prescripción, resolución de la Administración Tributaria acerca de las deudas de cobranza dudosa o de su recuperación onerosa, que consta en las respectivas resoluciones de determinación, resoluciones de multa u órdenes de pago.

Análisis e interpretación de los resultados

A continuación, detallamos el contenido de la evaluación de la situación tributaria de la empresa:

1. Evaluación de los Estados Financieros.
2. Cálculo del impuesto a la renta de las Mype de Villa el Salvador.
3. Evaluación de la situación tributaria con base en la información proporcionada.

Figura 1. Estado de la situación financiera del Parque Industrial de Villa el Salvador

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas y entrevistas en el Parque Industrial.

En el 2016, el activo corriente total de la empresa representó 69% del activo total y tuvo una variación de 16% respecto del año 2015. Los mayores rubros dentro del activo corriente corresponden a los suministros, que equivalieron a 33% y que tuvieron un aumento de 28% respecto del año 2015; de acuerdo con lo indicado por la empresa, esto se debe a las adquisiciones e importaciones de piezas y accesorios de muebles que son destinados a las ventas del año. El otro rubro corresponde a las cuentas por cobrar comerciales, que representaron 17% del activo corriente total y que tuvieron un aumento de 34% respecto del año 2015; de acuerdo con lo indicado por la empresa, esto se debe a que en el año 2016 la Mype tuvo un importante proyecto de prestación de servicios, que consistía en la evaluación y prevención mensual de las máquinas de fabricación de muebles durante 10 meses.

El activo no corriente total de la empresa equivalió 31% del activo total y tuvo una variación de 25% respecto del año 2015. El mayor rubro dentro del activo no corriente total corresponde a mobiliarios y equipos, que representaron 24% y que tuvieron un aumento de 35% respecto del año 2015; de acuerdo con lo indicado por la empresa, esto se debe a la adquisición de un montacargas de marca Caterpillar P5000.

Asimismo, en el 2016 el pasivo corriente total de la empresa equivalió 72% del pasivo total y tuvo una variación de -4% respecto del año 2015. El mayor rubro dentro del pasivo corriente total corresponde a obligaciones financieras, que representaron 34% y que tuvieron un aumento de 44% respecto del año 2015; de acuerdo con lo indicado por la empresa, esto se debe a la celebración de un nuevo préstamo con el Banco de Crédito del Perú que ha sido destinado al capital de trabajo. Los rubros cuentas por pagar comerciales y tributos por pagar representaron 26% y 13% respectivamente del pasivo corriente total y tuvieron una variación de -24% y -29% respecto del año 2015; de acuerdo con lo indicado por la empresa, esto se debe al pago de facturas de los proveedores y al pago de la renta anual 2015. El pasivo no corriente equivalió 28 por ciento del total del pasivo total y no ha tenido ninguna variación.

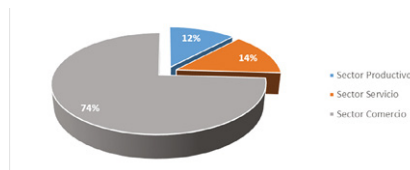
Por otro lado, el patrimonio está representado por los rubros capital, resultado del ejercicio y resultado acumulado, que equivalieron a 35%, 33% y 32% respectivamente del total del patrimonio. Este último rubro

tuvo una variación de más de 100% debido a que en el año 2013 la Mype fabricante de muebles presentaba una pérdida contable que fue compensada durante los años posteriores, por ello el resultado se ve incrementado significativamente.

Figura 2. Estado de resultados del Parque Industrial del distrito de Villa el Salvador

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas y entrevistas en el Parque Industrial.

Fuente: Gerencia de desarrollo económico local del distrito de Villa el Salvador



Las actividades económicas del distrito de Villa el Salvador

Mype (Fabricante de muebles) – Parque Industrial del distrito de Villa el Salvador									
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA									
Al 31 de diciembre 2016 (Expresado en soles)									
ACTIVO	2015	2016	%	%	PASIVO	2015	2016	%	%
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Efectivo y equivalente de efectivo	95,089	81,659	-14%	12%	Obligaciones Financieras	78,078	112,502	44%	34%
Cuentas por cobrar comerciales	89,237	119,237	34%	17%	Cuentas por Pagar Comerciales	112,951	86,084	-24%	26%
Suministros	178,090	228,408	28%	33%	Tributos por pagar	60,678	43,000	-29%	13%
Gastos Pagados por Anticipado	50,659	50,659	0%	7%					
Total Activo Corriente	413,075	479,964	16%	69%	Total Pasivo Corriente	251,707	241,586	-4%	72%
					PASIVO NO CORRIENTE				
					Cuentas por pagar diversas	93,404	93,404	0%	28%
					Total pasivo no corriente	93,404	93,404	0%	28%
					Total Pasivo	345,111	334,990		
					PATRIMONIO				
ACTIVO NO CORRIENTE					Capital	125,462	125,462	0%	35%
Activos Intangibles	48,452	48,452	0%	7%	Resultado del Ejercicio	89,260	118,337	33%	33%
Instalaciones, mobiliario y equipos	120,790	162,790	35%	24%	Resultados Acumulados	23,158	112,418	385%	32%
Total Activo no Corriente	169,242	211,242	25%	31%	Total Patrimonio	237,679	356,216		
TOTAL ACTIVO	582,317	691,206			TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	582,990	691,206		

Mype (fabricante de muebles) – Parque Industrial del distrito de Villa el Salvador				
ESTADO DE RESULTADOS				
Al 31 de Diciembre 2016 (Expresado en soles)				
	2015	2016	%	%
Ingresos por Servicios	2,124,360	2,300,911	8%	100%
Costo del Servicio	-1,177,936	-1,091,084	-7%	47%
Utilidad Bruta	946,424	1,209,827	28%	53%
Gastos de Administración	-378,090	-535,100	42%	23%
Gastos de Ventas	-338,898	-354,206	5%	15%
Utilidad Operativa	229,436	320,522	40%	14%
Otros gastos	-105,464	-155,230	47%	7%
Resultado antes de impuestos	123,972	165,292	33%	7%
Impuesto a la Renta	-34,712	-46,954	35%	2%
Utilidad neta del ejercicio	89,260	118,337	33%	5%

Durante el año 2016, la Mype fabricante de muebles tuvo una utilidad neta de S/.118 337 que representa 5% de las ventas totales del ejercicio, y tuvo una variación de 33% respecto del año 2015, eso se debe mayormente al incremento en las ventas de 8% específicamente por las ventas a provincias.

Por otro lado, la utilidad operativa del ejercicio 2016 equivalió 14% de las ventas totales y tuvo una variación de 40% respecto del año 2015; de acuerdo con lo indicado por la empresa, esto es debido a la contratación de dos especialistas, quienes se encargaron de supervisar el desempeño del Parque Industrial de Villa el Salvador, que se encuentra en el rubro de otros gastos.

El resultado antes de impuestos de 2016 asciendió a S/. 165 292 que representó 7% de las ventas totales y tuvo una variación de 33% respecto del año 2015; de acuerdo con lo indicado por la empresa, esto es por los talleres utilizados y otros gastos de gestión de la Mype que se encuentran en el rubro de otros gastos.

El impuesto a la renta 2016 calculado por la empresa asciendió a S/. 46 954, que equivalió 2% de las ventas y ha sido determinado al aplicar la tasa de 28% de acuerdo con el artículo 55 del impuesto a la renta.

Cálculo del impuesto a la renta del Parque Industrial de Villa el Salvador

Figura 3. Determinación del Impuesto a la Renta del Parque Industrial del distrito de Villa el Salvador

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas y entrevistas en el Parque Industrial.

Mype (fabricante de muebles) - Parque Industrial del distrito de Villa el Salvador	
Determinación del Impuesto a la Renta Ejercicio 2016 (Expresado en Soles)	
Utilidad antes de impuestos	165,292
Adiciones	
Multas y sanciones	2,403
Deducciones	
Renta Neta	167,695
Participación de utilidades	0
Renta Neta Imponible	167,695
Impuesto a la Renta (28%)	46,954
Pagos a cuenta del Impuesto a la Renta	-34,514
Impuesto a la Renta a pagar	12,441

El impuesto a la renta anual 2016 determinado por la Mype asciendió a S/. 46 954, que fue calculado como resultado de aplicar sobre la venta neta del ejercicio la tasa de 28%. De acuerdo con lo establecido en el artículo 37 del impuesto a la renta (Sunat, Impuesto a la Renta, s.f.), la renta neta estará dada por la diferencia existente entre la renta bruta y los gastos deducibles hasta el límite máximo permitido por la ley, por lo que la empresa ha considerado adicionar a la renta neta los gastos por multas y sanciones que ascendieron a S/. 2 403.

Evaluación tributaria de la empresa con base en la información proporcionada

De acuerdo con lo indicado por la empresa, las declaraciones juradas del impuesto a la renta de los años 2015 y 2016 se encuentran pendientes de fiscalización por parte de la Administración Tributaria, por lo que una auditoría tributaria ayudaría a la empresa a conocer cuáles podrían ser los riesgos tributarios que podría afrontar en una eventual fiscalización.

A continuación, presentamos los procedimientos de auditoría tributaria aplicados en la revisión del cálculo del impuesto a la renta del ejercicio 2016 de acuerdo con la información proporcionada por la Mype a fin de determinar la situación tributaria en la que se encuentra respecto de los impuestos antes mencionados. Para tal fin, la Mype proporcionó la siguiente información y documentación:

- Estados financieros del 2015 al 2016
- Cálculo del impuesto a la renta hasta el 31 de diciembre de 2016
- Balance de comprobación hasta el 31 de diciembre del 2016
- Resumen de los pagos a cuenta

En este sentido, cabe indicar que la auditoría tributaria abarcó los siguientes procedimientos de acuerdo con la información proporcionada:

- Evaluación conceptual de los rubros de mayor importancia consignados en los estados financieros que pudieran tener efectos tributarios.
- Análisis selectivo de los gastos con la finalidad de verificar el correcto tratamiento tributario con base en una muestra selectiva mediante el registro de compra.
- Evaluación conceptual y selectiva de los gastos de ejercicios anteriores.
- Cálculo del impuesto a la renta como resultado de la evaluación hecha.
- Determinación de los intereses y sanciones asociados con las potenciales contingencias.

Al tomar en consideración la documentación sometida a la evaluación, debemos mencionar que el examen no representa una manifestación integral de la problemática impositiva que pudiera estar comprendida en el periodo de revisión.

Multas y sanciones

Figura 4. Multas y sanciones de la empresa

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de encuestas y entrevistas en el Parque Industrial.

Durante el 2016, la empresa registró gastos por multas por omisión de tributo y por declarar fuera de los plazos establecidos, cabe indicar que la Mype audicionó a la renta neta del total de los gastos multas que ascendieron a S/. 2 403. De acuerdo con el inciso c del artículo 44° del impuesto a la renta (Sunat, Impuesto a la Renta, s.f.), “las multas, recargos, intereses moratorios previstos en el código tributario y, en general, las sanciones aplicadas por el sector Público Nacional” no son aceptados como gastos para fines tributarios. Por lo tanto, se adiciona un importe de S/. 2 403 a la determinación de la renta imponible del ejercicio.

Cálculo del impuesto a la renta como resultado de la evaluación realizada
Figura 5. Determinación del impuesto a la renta según auditoría tributaria

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de encuestas
y entrevistas en el Parque Industrial.

El impuesto a la renta calculado por la auditoría tributaria difiere por S/. 16 078 respecto del cálculo de la empresa, esto se debe a las adiciones identificadas en la evaluación.

Determinación de los intereses y sanciones asociados con las potenciales contingencias.

Figura 7. Cálculo de multas e intereses de la empresa

Fuente: Información de la Mype del Parque Industrial de Villa el Salvador.

De acuerdo con lo observado, la empresa no había realizado la declaración de los impuestos del periodo de diciembre, por lo que se determinó la multa e intereses transcurridos, de acuerdo con lo establecido en el numeral 1 del artículo 176 del Código Tributario, hasta la fecha de regularización que es el 9 de febrero de 2017.

Luego de la aplicación y evaluación de la auditoría tributaria, se puede concluir en base en los resultados que la Mype en estudio se encuentra propensa a ser intervenida y sancionada por la Administración Tributaria, pues debe realizar el pago de multa e intereses por no haber declarado los impuestos del periodo de diciembre y presentar situaciones de riesgo en el cálculo del impuesto a la renta. Todos estos hechos generan una situación de inestabilidad, es por ello que para contrarrestar esta última es necesaria la aplicación de una auditoría tributaria preventiva.

Resultados específicos

Primer objetivo: Analizar de qué manera los procedimientos de un control anticipado de cumplimiento tributario influyen en la disminución de riesgos tributarios en las micro y pequeñas empresas fabricantes de muebles del distrito de Villa el Salvador.

Cuadro 1. Distribución de datos acerca de la opinión de los micro y pequeños empresarios del parque industrial del distrito de Villa el Salvador.

Tabla de frecuencia 1

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta: ¿Considera usted que los procedimientos de la auditoría tributaria anticipada inciden en la reducción del riesgo tributario de la empresa?

Interpretación: Los resultados obtenidos muestran que 95% de los encuestados está de acuerdo con que los procedimientos de análisis de información financiera, como los gastos e ingresos, son importantes para disminuir los riesgos tributarios, pues dan a conocer aquellas partidas de los estados financieros que pudiesen presentar riesgos tributarios.

Segundo objetivo: Determinar en qué medida el informe de un control anticipado de cumplimiento tributario incide en la disminución de riesgos de las micro y pequeñas empresas fabricantes de muebles de Villa el Salvador.

Cuadro 2. Distribución de datos acerca del informe anticipado para la disminución de riesgos de las micro y pequeñas empresas fabricantes de muebles de Villa el Salvador.

Tabla de frecuencia 2

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta: ¿Considera usted que la aplicación del informe de auditoría tributaria preventiva incide en la mitigación de los riesgos tributarios de la empresa?

Interpretación: Los resultados obtenidos muestran que 93% de los encuestados está de acuerdo con que la aplicación del informe de auditoría tributaria preventiva incide en la mitigación de los riesgos tributarios de la empresa, pues sirve para comunicarle las observaciones y

recomendaciones, y para la toma de decisiones ante los resultados obtenidos por el trabajo efectuado.

Conclusiones del trabajo de investigación

Las micro y pequeñas empresas fabricantes de muebles del distrito de Villa el Salvador, por la actividad que realizan, deben cumplir con las obligaciones formales y sustanciales que les corresponden, por lo que luego de realizar esta investigación, que tuvo como finalidad determinar si la auditoría anticipada de cumplimiento tributario impacta en la mitigación de riesgos, se ha determinado que efectivamente dicha auditoría es un mecanismo para mitigar los riesgos tributarios, puesto que se ha detectado una serie de deficiencias en el cumplimiento de sus obligaciones formales y sustanciales como: mantener los libros contables de acuerdo con la ley y normas establecidas; declarar sus liquidaciones mensuales y anuales; calcular los impuestos o tributos según les corresponda, y hacer el pago correspondiente. Con base en esto, se constató que la empresa en desarrollo de sus actividades ha incurrido en faltas tributarias, y que su inmediato control y regularización podría reducir de manera significativa estos riesgos tributarios.

Conclusiones específicas

Se aprecia que la falta de procedimientos de auditoría anticipada en las Micro y Pequeñas empresas fabricantes de muebles del distrito de Villa el Salvador, genera deficiencias en los resultados de gestión de riesgo y dirección en las áreas de producción, almacén, logística, productos terminados y ventas. Asimismo, el análisis de los datos obtenidos permitió demostrar que 95% de los encuestados está de acuerdo con que los procedimientos de análisis de una auditoría anticipada son importantes para cumplir con el logro de los objetivos de la empresa y determinar errores que pueden ser corregidos antes de la fiscalización efectuada por la Administración Tributaria.

Se concluye que la implementación de un informe de auditoría anticipada repercute de manera positiva en las micro y pequeñas empresas fabricantes de muebles, esto se comprueba en el análisis de los resultados en el que 93% de los encuestados está de acuerdo con su implementación, ya que va a servir como instrumento de supervisión y ejecución de un nuevo sistema del control interno; además, el parque industrial de Villa el

Salvador pertenece al Instituto Tecnológico de la Producción CITE madera del Perú y, en comparación con las demás, cuenta con los recursos necesarios para poder llevarla a cabo, pero para ello debe contar con el personal idóneo que asuma las responsabilidades de las funciones asignadas, puesto que en el trabajo de campo pudimos comprobar la falta de preparación de los contadores de la empresa, lo que constituye un latente riesgo de reparos tributarios ya que ellos están desactualizados o no están debidamente capacitados con respecto de los cambios constantes en las normas tributarias.

Recomendaciones del trabajo de investigación

Es conveniente que las micro y pequeñas empresas fabricantes de muebles de Villa el Salvador apliquen e incorporen una auditoría preventiva de cumplimiento tributario como un mecanismo o política institucional que permita disminuir el riesgo tributario y evitar gastos innecesarios, así como contrarrestar las contingencias que se pudieran suscitar en ejercicios posteriores y acceder a beneficios e incentivos por parte de la Administración Tributaria y al régimen de gradualidad con las tasas de 95%, 85%, 70%, 60% y 40 % por parte de la Administración Tributaria.

Recomendaciones específicas

Se recomienda implementar y gestionar una unidad de procedimiento de auditoría preventiva en las micro y pequeñas empresas (Mype) fabricantes de muebles de Villa el Salvador, con la finalidad de que la empresa tenga un mejor manejo en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, puesto que los procedimientos de control brindarán el apoyo necesario ante situaciones relevantes e identificarán los riesgos futuros a los que está expuesta la empresa, con el fin de salvaguardar sus recursos; asimismo, esta unidad ayudará a la organización al cumplimiento de sus objetivos y a mejorar la gestión de calidad en las áreas de producción, almacén, logística, productos terminados y ventas.

Las micro y pequeñas empresas fabricantes de muebles del distrito de Villa el Salvador deben establecer, como estrategias, políticas y un buen planeamiento tributario de control, que conlleven a un beneficioso informe de auditoría y que brinden información importante acerca de la situación tributaria de la empresa, esto permitirá subsanar los errores u omisiones de manera preventiva ante una eventual fiscalización del Sunat.

Asimismo, es indispensable que los trabajadores relacionados con temas tributarios y contables se capaciten, ya que la falta de conocimientos respecto de las leyes y normas genera errores que se ven reflejados en las infracciones y sanciones tributarias. Es por ello que la Mype debe contar con manuales de normas y procedimientos para cada uno de sus trabajadores para que ellos realicen un buen cumplimiento de la reglamentación tributaria vigente. Por ende, la capacitación debe ser constante y rotatoria para tener personal calificado y actualizado en cuanto a modificaciones de las normas y leyes.

Finalmente, se sugiere que el gobierno central realice cambios a la actual legislación tributaria respecto de las sanciones que son genéricas, por ejemplo: las establecidas en los artículos 174 y 176 del Código Tributario; el cierre de establecimientos comerciales; el numeral II del inciso b) del artículo 118 de la Ley del Impuesto a la Renta; Bancarización (referencia Ley N° 29707, derogado por el Decreto Legislativo N° 1118); medidas cautelares previas; entre otros con el propósito de que la legislación tributaria permita a las Mype cumplir con sus obligaciones de acuerdo con su realidad económica. Una legislación tributaria que fortalezca el principio de capacidad contributiva e igualdad en materia contributiva, permitirá el desarrollo óptimo de las Mype.

Auditoría tributaria preventiva		
Periodo	Descripción	Importe
Dic-15	Multa e intereses por omisión de tributo IGV	745
Dic-15	Multa e intereses por declarar fuera de los plazos establecidos	890
Mar-16	Multa e intereses por declarar fuera de los plazos establecidos	768
TOTAL		2403

Auditoría tributaria preventiva

DETERMINACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA Ejercicio 2016 (Expresado en soles)	
Utilidades antes de impuestos	165,292
Adiciones	18,481
a) Gastos no causales	2,770
b) Gastos que no cuentan con CdP	5,900
c) Gastos con CP emitidos por No Habidos	2,153
d) Gastos no devengados en le ejercicio	2,405
e) Gastos que no cuentan con documentación fehaciente	2,850
f) Multas y Sanciones	2,403
Deducciones	0
Renta Neta	183,773
Participación de las utilidades	0
Renta Neta Imponible	183,773
Impuesto a la Renta (28%)	51,456
Pagos a cuenta del Impuesto a la Renta	-34,514
Impuesto a la renta a pagar	16,943

Auditoría tributaria preventiva

CÁLCULO DE MULTA E INTERESES	
Tributo IGV - Diciembre	14,675
Tributo pago a cuenta - Diciembre	2,992
Total	17,667
Numeral 1 del artículo 176	
1 UIT	3,950
Rebaja del 90%	3,555
Multa a pagar	395
Fecha de infracción	23/01/2017
Fecha de regulariz de multa	9/02/2017
Días transcurridos	17
Tasa de interes	0.0004
Intereses transcurridos	3
Total de multa e intereses	398

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	215	77,0	77,0	77,0
De acuerdo	50	18,0	18,0	95,0
Parcialmente de acuerdo	13	5,0	5,0	100,0
Total	278	100,0	100,0	

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de	230	83,0	83,0	83,0
De acuerdo	28	10,0	10,0	93,0
Parcialmente de acuerdo	20	7,0	7,0	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Referencias

- Alvin y Randal (2007). *Auditoría, un enfoque integral*. México: Pearson.
- Baldeón, N. A. (2007). Acerca de la determinación de las infracciones tributarias y la aplicación del nuevo Régimen de Gradualidad. *Actualidad Empresarial*, (132), primera quincena.
- Burgos, C. y Gutiérrez, G. (2013). *La Auditoría Tributaria Preventiva y su Impacto en el Riesgo Tributario en la Empresa Inversiones Padre Eterno EIRL*. Perú: Universidad privada Antenor Orrego.
- Código Tributario*. Decreto Supremo 133-2013-EF.
- Effio, F. (2011). *Manual de auditoría tributaria: planteamiento, ejecución, informe, caso práctico integral*. Perú: Entre líneas.
- Flores, J. (2012). *Auditoría Tributaria*. Lima: Centro de especialización en contabilidad y finanzas EIRL.
- Mantilla, S. (2005). *Control Interno Informe Coso*. Bogotá: Ediciones Eco.
- Mejía, P. (2013). *La responsabilidad social y ambiental en la gestión de las empresas mineras formales en América Latina* (Tesis para obtener el grado académico de doctor en Contabilidad y Finanzas). Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Ramírez, S. (2016). *Auditoría tributaria y las contingencias tributarias en la empresa GFK Conecta SAC. Año 2012-2015*. Lima: Universidad Nacional del Callao.
- Reyes Ponte, M. (2015). *Auditoría Tributaria*. Trujillo: Contafinanzas.
- Ríos, S. y Ugarte, R. (2004). *Administración del conocimiento para las pequeñas y medianas empresas*. México: Universidad de las Américas Puebla.
- Salinas, E. (2010). *Efectos tributarios en la gestión de las pymes de la actividad minera del oro en la región de Arequipa*. Perú: Universidad del Callao.
- Slosse, C. (2016). *Auditoría. Temas relevantes a la luz de las nuevas normas*. La Plata: Editorial de la Universidad Nacional de la Plata.
- Sunat (s.f.). *Guía tributaria*.
- Toledo, C. (2012). *Relevancia de la planificación tributaria para una multinacional domiciliada en el extranjero que importa bienes o insumos chilenos*. Chile: Universidad de Chile.



3

DESARROLLO COMPETITIVO: ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO Y LA INDUSTRIA DE AUTOTRANSPORTE DE CARGA MEXICANA

Área de Investigación: Administración de la micro, pequeña y mediana empresa; Entorno de las organizaciones.

Héctor Mauricio Molina Romo

Escuela de Negocios de la Universidad de Monterrey, México

hecmol1986@gmail.com

Karla María Nava Aguirre

Escuela de Negocios de la Universidad de Monterrey, México

karla.nava@udem.edu

Resumen

La creciente importancia de las economías emergentes en la escena global, la representatividad de las pequeñas y medianas empresas (Pyme) en su composición y la dependencia de ellas para la generación de empleo y

crecimiento sostenido, presentan una complejidad que demanda ser abordada de una manera diferente dados los bajos grados de profesionalización que las caracterizan y que han derivado en el estancamiento de la productividad, innovación y competitividad de sus industrias.

La industria del autotransporte de carga mexicana no es la excepción y hasta hoy es una industria compleja, altamente fragmentada, que mayormente opera de manera ineficiente y que busca competir mediante una estrategia de liderazgo en costos. La insostenibilidad de dicha estrategia, el bajo grado de profesionalización y la resistencia de sus integrantes al cambio, han generado una percepción de bajo valor agregado a la cadena de suministro por parte de sus transportistas, lo que dio pie a la gradual comoditización de sus servicios.

La presente investigación analiza la industria de autotransporte de carga mexicana, vista por medio de las Teorías de la Agencia, de Recursos y Capacidades y de Capacidades Dinámicas, y propone una solución a su problemática mediante la aplicación de mejores prácticas de abastecimiento estratégico al modelo de negocio actual con el objetivo de catalizar la profesionalización de esta industria de apoyo que hoy impacta a 71 ramas de actividad económica en México, representa más de la mitad de la totalidad de las mercancías transportadas en el país y contribuye con 589 313 000 000 de pesos o con 3.2% del PIB del país a precios del 2013 (Canacar, 2018).

Palabras clave: Abastecimiento estratégico, Profesionalización, Autotransporte, Logística, Industria de apoyo.

Introducción

Hoy en día, es innegable la importancia de las economías emergentes y las pequeñas y medianas empresas (Pyme) para el crecimiento económico global. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en su publicación del año 2017 titulada *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digital Economy*, el impacto económico y la generación de empleo de las Pyme conllevan elementos multidimensionales que engloban la creación de oportunidades mediante múltiples sectores y áreas geográficas. Al dar empleo a amplios segmentos de la fuerza laboral sin importar el grado de especialización, las Pyme se

convierten en un facilitador para la inclusión, reducción de la pobreza, crecimiento económico e innovación, especialmente en economías emergentes y de bajo nivel de ingresos.

A modo de contexto, en México las Pyme representan un bloque productivo conformado por más de 4 000 000 de empresas, que en conjunto generan 72% del empleo y 52% del producto interno bruto (PIB) del país (INEGI, 2015). Estas cifras superan considerablemente el promedio de las economías emergentes dentro de la OCDE, donde las Pyme contribuyen con 45% del empleo y 33% del PIB.

Asimismo, de acuerdo con la misma publicación de la OCDE, uno de los retos principales en el diseño y ejecución de estrategias y políticas públicas es la falta de especificidad de las industrias a las que van dirigidas, por lo que se ignora la tipología, retos y dinámicas de interacción de dichas organizaciones con aquellas compañías grandes con las que interactúan en la cadena de valor de clústeres determinados, ya sea en la forma de clientes, proveedores o competidores.

Por tal motivo, la presente investigación se enfoca en una de las industrias más dinámicas y de mayor interacción entre clientes y proveedores: el transporte y, de forma más específica, la industria del autotransporte de carga mexicana. Reconocida como una de las industrias determinantes en el crecimiento económico y social de los países, el transporte ha sido tema de estudio desde que Adam Smith lo identificó como factor clave en el análisis competitivo y determinación de la riqueza de las naciones (1776). Fundamentalmente, el transporte tiene un objetivo principal: facilitar el acceso y movilidad de personas, bienes e información entre diferentes puntos, tanto para individuos como para organizaciones. Sin embargo, el desarrollo de sistemas y capacidades de transporte tiene una implicación socioeconómica cuyo efecto va, más allá del modelo transaccional tradicional, a uno que impacta factores sociales, políticos y económicos, y, por ende, el bienestar general de la sociedad (Rodríguez, 2017).

Por su parte, la relevancia de la industria del autotransporte de carga mexicana en la economía del país es incuestionable. En el 2017, representó 55.7% del movimiento total de carga nacional, así como 62% de las exportaciones y 48% de las importaciones totales del país. Dicha representatividad crece exponencialmente al delimitar los flujos de mercancías a aquellos correspondientes al comercio entre México y

Estados Unidos, con 82.2% de los 442 129 000 000 de dólares que sumaron los bienes intercambiados con el principal socio comercial mexicano en el último año (Canacar, 2018a).

No obstante, en la actualidad la industria de autotransporte de carga en México es una industria compleja y altamente fragmentada, conformada por más de 145 000 empresas formalmente constituidas (Canacar, 2018b), principalmente Pyme, que en su mayoría operan con un bajo grado de profesionalización y están carentes de tecnología. Es una industria que se ha desarrollado de manera reactiva ante la creciente demanda de servicios de transporte y ha perdurado por el conocimiento empírico de sus transportistas, quienes frecuentemente operan de manera ineficiente y buscan competir mediante una estrategia basada principalmente en el liderazgo en costos (Porter, 1985). Esta estrategia insostenible, el bajo grado de profesionalización y la resistencia al cambio por parte de sus integrantes, aunados a la gradual duplicación de recursos y homogenización de capacidades, han provocado en una percepción de bajo grado de valor agregado a la cadena de suministro por parte de transportistas mexicanos, lo que dio pie al fenómeno gradual de la comoditización de sus servicios.

En virtud de lo anterior, la presente investigación tiene como objetivo analizar la situación actual de la industria de autotransporte de carga, su grado de competitividad y los roles que han jugado el sector público y privado en su desarrollo y en el de sus integrantes. Por último, propone una alternativa para el desarrollo competitivo y profesionalización de empresas de transporte por medio de mejores prácticas de abastecimiento estratégico en conjunto con los principales actores de la industria.

Antecedentes

El desarrollo de proveeduría e integración de cadenas productivas, así como los foros de vinculación con aquellas empresas tractoras usuarias finales y compradoras de sus productos y servicios no son conceptos o iniciativas de desarrollo económico nuevas en México. Existe evidencia de ya ser parte de la agenda de la Secretaría de Economía (SE) y de instituciones como la Cámara de la Industria de Transformación (Caintra) en programas de fortalecimiento de cadenas de valor en sectores industriales desde hace varios años. Como ejemplo, la reciente Expo

Manufacturera 2019 que tuvo lugar en Nuevo León, incluyó un foro de vinculación para proveedores potenciales con empresas manufactureras en México. Sin embargo, dado el alcance limitado e ineficaz operacionalización, esos esfuerzos han rendido escasos frutos y pudiera argumentarse que han perpetuado la ineffectividad en la asignación de fondos por parte del sector público, así como la intensificación de competencia sesgada en la constante búsqueda de menores precios por parte de estas grandes empresas, al mantener el modelo transaccional que históricamente ha caracterizado dichas relaciones comerciales.

Por otra parte, no se encontró en bases de datos disponibles al público evidencia de una estrategia integral dirigida a un conjunto específico de proveedores de una misma industria o industrias de apoyo, que facilitan, mediante sus productos y servicios, las actividades de otra industria principal. Industrias de apoyo tales como la del autotransporte de carga, cuya aplicabilidad e impacto corren en horizontal en todos los sectores productivos nacionales al dar servicio a más de 71 ramas de actividad económica en México (Canacar, 2018), sirven como ejemplo del inadecuado diseño, aplicación y medición del impacto de iniciativas de esta índole.

Existe material de investigación similar para economías comparables, por ejemplo el estudio titulado “La capacitación en las empresas del sector transporte terrestre de carga y logística en América Latina: Perspectiva actual y desafíos” (2009), hecho por Graciela Guidobono en representación de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal); sin embargo, éste se enfoca de manera exclusiva en el análisis de la variable de la capacitación laboral, o falta de ésta, y su impacto en la competitividad de la región. De igual forma, analiza los esfuerzos y el marco regulatorio en materia de capacitación, así como los retos y desafíos de las empresas transportistas, pero no trata de manera más holística la problemática de la competitividad más allá del factor humano, e ignora la importancia de otros recursos y capacidades como lo son la tecnología, la gestión formal del conocimiento del mercado y la vinculación con empresas tractoras para el desarrollo competitivo de las empresas transportistas.

Estos enfoques contrastan con el reconocimiento del gobierno chino de la importancia que tiene el transporte, y en términos macros la logística, en

el desarrollo económico, y el porqué debe tomarse un enfoque proactivo, estratégico y holístico en su potencialización. De tal forma que, ante los ineludibles estragos de la crisis financiera del 2008, se propuso en el 2009 la estrategia denominada Top Ten Industry Promotion Planning para estimular su crecimiento económico, y ésta tenía a la logística como única industria en el sector servicios contemplada en dicho plan. Esto no sólo por el crecimiento potencial de la industria misma, sino también por el efecto derrame que tendría en el desarrollo de infraestructura, de creación de ‘capital logístico’ (Chu, 2012) y de su posicionamiento como ventaja competitiva para la atracción de mayor manufactura e inversión extranjera directa al país.

Si bien, al igual que China, México ha vivido un desarrollo importante en materia de transporte desde la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, éste se ha enfocado exclusivamente en el desarrollo de recursos tangibles tales como infraestructura de carreteras, conectividad de las principales rutas de entrada y salida de mercancías y el crecimiento del parque vehicular. Como resultado, al ignorar el desarrollo de la industria en su conjunto, incluidas las empresas transportistas, se propició una dinámica de baja expectativa de vida de sus integrantes por la insostenibilidad de su enfoque de competitividad exclusiva en costos, falta de diferenciación y falta de conocimiento gerencial de sus emprendedores.

No sorprende, entonces, que, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México las Pyme dentro del sector de servicios no financieros tengan una expectativa de vida promedio de tan sólo ocho años (INEGI, 2014). Este supuesto pudiera ser extrapolado a empresas transportistas mexicanas, siempre y cuando en el periodo del 2010 al 2018 solamente los grandes transportistas, definidos por la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (Canacar) como aquellos que cuentan con más de 100 unidades vehiculares en sus flotillas, hayan incrementado tanto el número de empresas transportistas como las unidades vehiculares en circulación.

Tabla 1. Composición de la industria de autotransporte mexicana 2010 – 2017

Fuente: Elaborado por los autores con información de DGAF-SCT (2017).

Fundamentación teórica

Es importante entender la situación actual, los actores clave y el rol que juegan para comprender no sólo la problemática sujeta a análisis en esta investigación, sino también la correlación conceptual entre dichos actores y el marco teórico aquí expuesto. A nivel macro, se debe comprender que como reacción a un ambiente cada vez más volátil, incierto, complejo y ambiguo (*Volatile, Uncertain, Complex and Ambiguous*, o VUCA), las organizaciones han tenido que buscar nuevos modelos y formas de trabajo que tengan mayor flexibilidad, velocidad e interconectividad con sus bases de recursos internos y externos para mejorar su capacidad de adaptación al cambio constante de sus mercados. Dicho ambiente ha dado pie a que gradualmente las organizaciones migren a estructuras, formas de trabajo y culturas características de organizaciones líquidas.

Las *organizaciones líquidas* son aquellas empresas que contienen un elemento de desorganización deliberadamente construido, y donde la estructura es más plana y prioriza la delegación de responsabilidades a expertos. Estas organizaciones reconocen la importancia de adaptarse rápidamente a su entorno, retan el saber establecido y reconocen la sabiduría contenida en la experiencia acumulada como axioma de efectividad y productividad. Hacen una transición a una cultura de redes, equipos y coaliciones; de influencias en lugar de control, y de liderazgo sobre administración. Se caracterizan por su falta de rigidez, su adaptabilidad y flexibilidad, ya que su formación, desmantelamiento y reensamble puede hacerse de acuerdo con las demandas del contexto organizacional y de mercado por las que atraviesan en un determinado momento (Bauman, 2000). Cabe mencionar que, en la actualidad, dichas redes, equipos y coaliciones no están limitados a las barreras de la organización al exterior, sino que también consideran relaciones estratégicas con externos, quienes contribuyen al éxito de la organización y, consecuentemente, al propio. Bajo el marco de esta investigación, se potencializa el término de organizaciones líquidas al referirse a las empresas tractoras.

Las *empresas tractoras*, en este caso clientes finales o usuarios de las empresas transportistas, son aquellas empresas que fomentan el desarrollo y crecimiento económico a nivel macro, por lo que representan un

mercado fundamental para el crecimiento y apuntalamiento de las pequeñas y medianas empresas mediante la subcontratación de sus servicios y la adquisición de sus bienes, que integran a su cadena de valor para impulsar la competitividad de sus industrias (Secretaría de Economía, 2006).

Al tomar como base el Modelo de Diamante de Michael Porter y de acuerdo con su aplicación, se define como *industrias relacionadas y de apoyo* a aquellas industrias complementarias conformadas por proveedores competitivos que facilitan la(s) actividad(es) de la industria principal o clúster. Bajo el marco de esta investigación, la industria de autotransporte de carga mexicana toma la forma de industria de apoyo para las empresas tractoras en numerosas y diversas ramas de actividad económica.

De igual forma, al partir del supuesto de que por la cantidad de empleados y nivel de facturación anual la mayoría de las empresas transportistas en México es Pyme, y de que mayormente son empresas familiares, se define su *profesionalización* como la acción de diseño, difusión y desarrollo de: (1) mecanismos de gestión formales, tales como mesas directivas o consejos de administración; (2) procesos de gestión estratégicos y operativos formales, así como sistemas de control de éstos; y (3) el involucramiento de gerentes profesionales externos a la familia dentro de su gestión (Dyer, 1996). En adición, se propone ampliar el alcance conceptual para incluir la inversión en recursos y capacidades tales como herramientas, tecnología, certificaciones relevantes a la industria y mecanismos de trabajo estructurados y rigurosos, que aporten a la productividad y generación de ventaja competitiva sostenible de la organización.

Por último, el *abastecimiento estratégico* es el proceso que tiene como objetivo la búsqueda, evaluación y adquisición de servicios y bienes de consumo y de capital solicitados por los grupos de interés de la organización en óptimas condiciones en términos de costo, calidad y niveles de servicio, en adición a la contribución de generación de valor e innovación de la organización, con la responsabilidad paralela de mitigar los diferentes riesgos producto de dichas interacciones con proveedores y grupos de interés externos (Bruehl, 2016).

Bajo un contexto en el que cada vez más empresas tractoras migran a diferentes grados de modelos organizacionales líquidos, el abastecimiento estratégico toma mayor importancia como proceso interno mediante el que interactúan con los competidores pertenecientes a sus industrias de apoyo y, por medio de ellos, adquieren de manera externa los recursos y capacidades críticos para la creación de valor y ventaja competitiva.

Teoría de la Agencia

La Teoría de la Agencia, según Jensen y Meckling (1976), establece los fundamentos de la estructura de la propiedad, los costos de la agencia y el comportamiento gerencial. La premisa básica es la de una relación contractual en la que una parte, denominada el principal, involucra a otra parte, denominada agente, para solicitar algún servicio y delega autoridad para que pueda tomar decisiones a su nombre. Sin embargo, al operar bajo el supuesto lógico de que ambas partes buscaran maximizar utilidades según sus roles e intereses individuales, se puede asumir que el agente no siempre tomará las decisiones que tengan el mejor interés del principal en mente. De tal forma que, con el propósito de prever y limitar dicha divergencia de intereses, el principal recurre a una serie de incentivos para el agente, que derivan en tres tipos de costos monetarios y no monetarios para la agencia: los costos de monitoreo y control del agente por parte del principal; los costos fianza por la garantía de lealtad del agente, y los costos por concepto de pérdida residual del principal – definidos como los costos de oportunidad resultantes de la divergencia en el actuar del agente y el deber-ser, si su objetivo fuese maximizar el bienestar del principal.

Jensen y Meckling (1976) definen a las organizaciones como “ficciones legales, cuyo objetivo es servir de nexo para el establecimiento de relaciones contractuales entre individuos”. Facilitan el proceso por medio del que los conflictos de interés entre las partes son balanceados mediante un marco contractual, de esta manera influyen en su comportamiento. El propósito es minimizar los costos totales de la agencia al no exceder los costos mínimos necesarios para el monitoreo, control y fianza, y al alinear en la medida de lo posible los intereses y recompensas del agente y el principal por medio de dicho contrato.

Cabe resaltar el hecho de que no es condición mandataria la existencia de una relación agente-principal o de un contrato formal de por medio para que se incurra en costos de la agencia –basta con requerirse cualquier grado de esfuerzo cooperativo entre dos o más partes para el cumplimiento de un objetivo.

Se visualiza entonces a las empresas tractoras como el principal y a sus bases de proveeduría, en este caso transportistas, como los agentes. La teoría dicta que, al formalizar la relación por medio de contratos con sus debidos incentivos, los transportistas buscarán actuar siempre con el mejor interés para las empresas tractoras a expensas de maximizar sus propias utilidades. Sin embargo, entran aquí tres supuestos importantes de la industria de autotransporte de carga mexicana sujetos a análisis en esta investigación: (1) el que todas las empresas transportistas operen dentro del marco legal aplicable; (2) el que los intereses e incentivos de ambas partes sean explícitos y formalizados mediante un contrato que regirá la gobernabilidad legal de dicha relación comercial, y (3) que los costos totales, no sólo los directos por concepto de contraprestación del servicio de transporte, son visibles y que el valor producto de dicha relación los excede a satisfacción mutua de las partes.

Teoría de los Recursos y Capacidades

Edith Penrose (1959) define como una ‘firma’, o una compañía, el conjunto de recursos productivos, humanos y tangibles, que son gestionados por la gerencia con el objetivo de crecer y maximizar la rentabilidad de dicha organización. Por su parte, Birger Wernerfelt (1984) propone analizar la competitividad de la organización no con base en sus productos y la posición que ésta tiene en dichos mercados, si no de acuerdo con su base de recursos y la posición que tiene en estos mercados de consumo correspondientes. Wernerfelt identifica como recursos no sólo a aquellos tangibles, sino también a los intangibles, con los que cuenta la organización y sobre los que la gerencia debe adoptar una estrategia para generar una posición de ventaja competitiva.

Para efectos de esta investigación, se parte de la definición de recursos y capacidades de Jay Barney (1991), quien en su obra *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage* define a los recursos como “todos aquellos activos, capacidades, procesos organizacionales, atributos,

información y conocimiento de una organización, en los cuales basa la generación de estrategias para generar una ventaja competitiva sostenible”. Barney propone examinar la relación entre las características internas de la firma y su desempeño –de esta manera elimina los supuestos de homogeneidad e inmovilidad de los recursos como posibles fuentes de ventaja competitiva. Los sustituye por la posibilidad de heterogeneidad de los recursos estratégicos que poseen las firmas de una industria determinada, y la posible inmovilidad de éstos, de tal forma que su heterogeneidad puede perdurar por un periodo de tiempo extendido.

Según Barney, para poder ser fuente de ventaja competitiva los recursos de una organización deben tener las siguientes características: (1) ser valiosos, en el sentido que permiten explotar oportunidades o neutralizar amenazas en el ambiente; (2) ser raros o escasos dentro del contexto de competencia actual o futura; (3) ser imperfectamente imitables, y (4) no existir sustitutos estratégicos que no sean raros o inmóviles, de tal forma que no puedan ser utilizados para lograr el mismo fin.

Por último, propone una variación en lo que se considera sostenibilidad de la ventaja competitiva, por lo que le da una connotación de posibilidad de duplicación y no de temporalidad, y reconoce que aun cuando dicha ventaja no pueda ser duplicada los cambios disruptivos de una industria pueden eliminar el valor de dicha ventaja y convertirlo en un atributo irrelevante para los objetivos de la organización.

Al hacer un breve análisis del crecimiento y desarrollo de la industria de autotransporte de carga mexicana, resalta que, salvo un porcentaje mínimo de transportistas considerados *premium*, su crecimiento ha sido únicamente en términos del número de unidades que componen el parque vehicular nacional –esto es un recurso abundante, móvil e imitable por cualquier competidor, actual o potencial, del mercado. Inclusive en los casos de aquellos transportistas *premium* que lideran el mercado y que han logrado un mayor grado de profesionalización, los agregados en recursos y capacidades tangibles e intangibles no han hecho más que darles posiciones de paridad competitiva o, en el mejor de los casos, ventajas competitivas temporales.

Teoría de las Capacidades Dinámicas

Al igual que la Teoría de Recursos y Capacidades de Barney (1991), la Teoría de Capacidades Dinámicas y Gestión Estratégica de David Teece (1997) tiene como objetivo explicar las fuentes de ventaja competitiva sostenida de las organizaciones, con un enfoque particular en el cómo y por qué algunas organizaciones son capaces de crear dicha ventaja en ambientes altamente volátiles y de cambio continuo.

Teece define a las capacidades dinámicas como aquellos procesos específicos e identificables, tales como innovación de productos, toma de decisión estratégica, diseño y formulación de alianzas, entre otros, por medio de los que la organización adquiere, integra, reconfigura y libera recursos en paralelo al surgimiento, evolución, separación y declive de los mercados, con la intención de adaptarse o, inclusive impulsar su cambio. Todo con la finalidad de generar nuevas estrategias de creación de valor para formar una nueva posición de ventaja competitiva. Algunos de sus elementos característicos son el hecho de ser guiados por mecanismos internos de aprendizaje; el que, dado que pueden replicarse, su valor radique en la configuración del recurso final y no en el proceso mismo; su utilidad para generar y entender la sostenibilidad de la ventaja competitiva en ambientes volátiles, y, por último, el hecho de ser condiciones necesarias, mas no determinantes, para la creación de una ventaja competitiva.

Las capacidades dinámicas evolucionan, pues pasan de ser procesos lineales dependientes de una rutina definida a uno de mecanismos de aprendizaje que enfatiza el que, dado que pueden replicarse por medio de la práctica y repetición, los errores y la experiencia. Dicha enseñanza acelera la generación de conocimiento situacional y, a su vez, forma nuevas capacidades dinámicas. Estas capacidades dan un rol fundamental al valor estratégico del “tiempo” y la “adaptabilidad” que hasta cierto grado se pierden en la visión de recursos y capacidades de Barney.

En esta investigación, se analiza las capacidades dinámicas en dos sentidos. Primeramente, en la influencia, integración y aportación de valor por parte de los transportistas a las cadenas de suministro de las empresas tractoras; en otras palabras, el grado de incorporación o adhesión de los primeros a las capacidades dinámicas de los segundos. En segundo lugar, según la facultad de los transportistas para generar capacidades dinámicas

propias que les faciliten generar diferenciación y, consecuentemente, su propia posición de ventaja competitiva.

Metodología

La investigación es de tipo cualitativa con un enfoque exploratorio-descriptivo. Las fuentes de información secundarias provienen de en la revisión de literatura, consultas bibliográficas y páginas web, así como publicaciones oficiales por parte de la Secretaría de Economía de México, la Secretaría de Comunicaciones y Transporte de México, el Instituto Mexicano de Transporte, así como asociaciones específicas de dicha industria tales como la Cámara Nacional de Autotransporte de Carga de México. Las fuentes primarias son ocho entrevistas realizadas a gerentes, directores y empresarios expertos en la materia quienes actualmente son miembros de organizaciones clave de la industria de autotransporte de carga, como cámaras, asociaciones representativas, empresas tractoras, operadores/integradores logísticos y transportistas. Dichas entrevistas semiestructuradas se dividieron en dos grupos diferentes. Por una parte, se entrevistó a los actores clave, no propiamente competidores directos en la industria de autotransporte, sino un cliente final (empresa tractora), un cliente intermediario (operador/integrador logístico), un representante de cámara y otro representante de una asociación. El segundo grupo de entrevistas se realizó a cuatro transportistas, uno de cada segmento, según lo definido por la SE y Canacar (micro, pequeño, mediano y grande).

El enfoque de las entrevistas fue limitado a seis variables de análisis: importancia, percepción, factores de éxito, alternativas, profesionalización y rentabilidad. Se entiende por importancia al impacto que tiene la industria de autotransporte de carga en la competitividad nacional y su posible contribución en la atracción de inversión extranjera directa. La percepción se refiere a la apreciación de los entrevistados respecto del estado actual de la industria de autotransporte de carga en términos de factores dentro de su gestión y control (fortalezas y debilidades) y aquellos que están fuera de éstos y son condiciones exógenas a ellos (oportunidades y amenazas) –así como el alineamiento de lo que es ‘valor’ en la prestación del servicio para cada uno de los actores que interactúan en él. Los factores de éxito son aquellos que influyen directamente en la selección de transportistas por parte de empresas tractoras y

operadores/integradores logísticos. Por alternativas nos referimos al posicionamiento de transportistas *asset based* y operadores/integradores logísticos y a las ventajas y desventajas que tiene el uno sobre el otro. Profesionalización es el desarrollo de las empresas transportistas mexicanas. Por último, la rentabilidad se refiere a la rentabilidad misma de la industria de autotransporte de carga según un análisis basado en el Modelo de Cinco Fuerzas de Michael Porter.

Para procesar la información, se utilizó el programa MAXQDA para un análisis cualitativo de datos. De acuerdo con las variables sujetas a análisis, se asignó seis categorías y un total de veintitrés códigos en los que se agruparon todos los conocimientos relevantes por parte de los entrevistados.

Resultados y discusión

Algo digno de mención al analizar el contenido de las entrevistas es que los códigos con mayor número de asociaciones son los retos para la profesionalización del autotransporte de carga y las debilidades actuales de la industria. Esto es seguido por las amenazas y oportunidades de la industria. El factor principal de éxito en la selección de servicio de autotransporte de carga es el precio y los dos factores con mayor influencia en la rentabilidad de la industria son los clientes y proveedores, cuyos intereses son diametralmente opuestos a los intereses de los transportistas, con quienes tienen un alto grado de poder de negociación.

Tabla 2. Resumen de resultados – categorías y códigos de entrevistas.

Nota: E1 significa Entrevista 1, E2 significa Entrevista 2, y así sucesivamente.

La situación actual de la industria de autotransporte de carga mexicana es paradójica. En su conjunto, las debilidades superan a las fortalezas y hay muchas amenazas que son común denominador en el factor riesgo del país mexicano; sin embargo, las oportunidades que tiene y el potencial de remediar/eliminar las debilidades y mitigar algunas amenazas con una mejor vinculación entre actores clave de la industria, presentan la posibilidad de un futuro más prometedor. Esto es un dato alentador, dado el grado de criticidad que tiene esta industria de apoyo en la productividad nacional. “El día que nos demos cuenta que un proveedor

de transporte es tan importante como tu proveedor de materias primas, ese día (la situación) va a cambiar” (Entrevista 3, 2019).

Dada la interdependencia entre las partes, por la necesidad de distribución de mercancías y el pago correspondiente como contraprestación del servicio, es evidente la existencia de una relación de principal y agente entre ellas. Aun cuando es común que no se haya fortalecido la relación comercial por medio de un contrato, dicha relación consume las condiciones necesarias para incurrir en costos de la agencia. Esto a pesar del bajo grado de formalidad en las prácticas de la industria de autotransporte de carga y en la constitución legal de gran parte de sus integrantes, condiciones que perpetúan la imposibilidad de establecer contratos que sirvan como medio para alinear los intereses de las partes y salvaguardar aquellos de las empresas tractoras o principales. El establecer estos contratos es crítico para el funcionamiento óptimo de las relaciones comerciales estratégicas con organizaciones externas a la propia. De tal forma que, en adición a los costos directos por concepto de prestación de servicio de transporte, resulta necesario agregar los crecientes costos relacionados con el monitoreo y control de los transportistas y la pérdida residual por la divergencia en el actuar del transportista o agente. “Las empresas (tractoras) tienen que ver que realmente se cumpla con la prestación del servicio... y muchas veces llevar el contrato de manera directa con la empresa transportista equivale a un desgaste que no necesitan y por eso trabajan con logísticas y no necesariamente con la empresa transportista” (Entrevista 1, 2019). Esto significa, por supuesto, que de entrada existe la posibilidad de un contrato con el transportista. De lo contrario, el grado de desgaste, los costos y el riesgo asociado serían potencialmente mucho mayores.

A modo de ejemplo, se puede establecer los intereses del principal como concepto intercambiable o sinónimo de la propuesta de valor en la prestación del servicio de autotransporte de carga. Sorprende y demanda atención inmediata de las partes interesadas su inhabilidad de articular una propuesta de valor uniforme. Al profundizar en sus diferentes perspectivas, se encuentran dos puntos claves. En primer lugar, existe una discrepancia importante en la percepción de valor entre los transportistas/cámara y las empresas tractoras/operadores logísticos, es decir entre los prestadores de servicio y sus clientes. Segundo, aun cuando

los transportistas *premium* definen ‘valor’ en términos más allá de un precio competitivo, su enfoque se limita a la prestación del servicio de transporte como tal. Por su parte, las empresas tractoras y los operadores/integradores logísticos definen valor en términos no propiamente relacionados con la prestación directa del servicio de transporte. Para ellos, ‘valor’ es la profesionalización de la prestación del servicio por medio de recursos y capacidades (procesos, herramientas y sistemas de gestión de calidad), enfocados en la creación de una experiencia de uso positiva para el cliente. Lo anterior como parte de la búsqueda de optimización de sus recursos y con la finalidad de generar certidumbre, credibilidad y confianza.

Es sencillo, entonces, explicar por qué, con la excepción de algunos transportistas *premium* quienes representan menos de 20% de la industria, al día de hoy no existe ventaja competitiva o factor de diferenciación alguno y, por ende, el grueso de las empresas transportistas mexicanas encuentra en la competencia basada en costos la única forma de mantenerse dentro del mercado. Una problemática que en ocasiones propicia el actuar fuera del marco regulatorio para reducir costos y tiempos y maximizar la rentabilidad de manera oportunista, lo que agrava la divergencia de intereses entre las partes.

De igual forma, al delimitar el enfoque a los recursos con los que actualmente cuentan las empresas transportistas en México, tales como unidades de transporte, sistemas de rastreo, sistemas de trazabilidad, sistemas de seguridad, pólizas de seguros, certificaciones, operadores y gerentes operativos y administrativos, se concluye que incluso aquellas consideradas *premium* y que lideran el mercado se posicionan entre una paridad competitiva o ventaja competitiva temporal. Los primeros cuentan con recursos valiosos tales como unidades, operadores y sistemas de seguridad, pero estos recursos se han homogeneizado gradualmente mediante la industria. Los segundos cuentan con recursos que en adición a ser valiosos son raros, más no son imposibles de imitar. Tal es el caso de sistemas de gestión de calidad, certificaciones de cualquier tipo y/o tecnología de rastreo, de seguridad, de trazabilidad, etc. No obstante, la situación característica de la mayor parte del mercado es la de los primeros, de paridad competitiva, que una vez más resulta en baja diferenciación y competencia basada en costos.

He aquí donde la posibilidad de desarrollar centros de inteligencia que apalanquen el conocimiento adquirido mediante sus múltiples clientes, aunado a la posibilidad de desarrollar departamentos de tráfico *asset based* externos a la organización que funjan como centros de servicio compartidos para clientes no-competidores, presenta una oportunidad atractiva no sólo por el conocimiento situacional y las capacidades que se podrían generar, sino también porque brindaría beneficios tangibles a la empresa tractora más allá de ahorros directos en el costo por prestación del servicio de transporte –en adición a menores costos de transacción de la agencia en general.

De igual forma, es interesante ver casos aislados de principios de capacidades dinámicas que surgen de manera instintiva y por reforzamiento positivo del mercado. En dichos casos, los transportistas han logrado posicionarse sobre sus competidores en segmentos selectos al remediar/eliminar debilidades generales de la industria y mitigar sus amenazas. Lo han logrado por medio de una mayor proximidad a sus clientes, al tratarlos como extensiones y el principal activo de su organización, lo que generó una mayor integración y logró una diferenciación ante micro y pequeños transportistas. También, se consiguió mitigar la presión de costos de sus proveedores, ciclos de pago más cortos por parte de sus clientes y el acceso a mejores fuentes de financiamiento. A su vez, estos beneficios se traducen en mayor rentabilidad para dichos transportistas, que les permite retener y atraer personal capacitado, lo que evita la problemática del desabasto que asecha a la industria. Algunos ejemplos de beneficios tangibles que salieron a relucir en las entrevistas son la reducción de accidentes y siniestralidad que permitió disminuir costos de primas de pólizas de seguros –aun ante la fuerte consolidación de compañías aseguradoras; el tener mejores créditos dado que la percepción de riesgo por parte de las instituciones financieras se reducía al tener contratos formales con clientes de buena reputación, y mejores salarios y prestaciones para sus empleados, lo que mitiga la alta rotación de la industria.

Es determinante para el *desarrollo competitivo y profesionalización de la industria del autotransporte de carga* que existan las condiciones de mercado que permitan su correcto funcionamiento. Sin embargo, los principales detractores y amenazas al día de hoy se resumen en tres

elementos que en principio están bajo la entera responsabilidad del gobierno y las autoridades competentes. En primer lugar, está la inseguridad que fue identificada por todos los participantes como la principal amenaza y reto de la industria. Algunas de las particularidades mencionadas fueron la asociación de transportistas con organizaciones delictivas para el lavado de dinero y/o tráfico de sustancias ilícitas; los altos índices de robos, y los secuestros de operadores. En segundo lugar, están la corrupción e impunidad. En este caso, las particularidades mencionadas fueron experiencias testimoniales de actos de corrupción en los que transportistas y empresas tractoras han sido partícipes, en los que organismos designados por las autoridades otorgan licencias sin que se haya cumplido con los requisitos de manera exhaustiva, y actos de competencia desleal en los que no se aplica el marco regulatorio respectivo. Por último, está la falta de regulación y supervisión de quienes participan en la industria de manera informal. Se estima un alto número de empresas transportistas no formalmente constituidas, que operan fuera del marco regulatorio y que, con base en esto, crean una ventaja competitiva artificial que les permite reducir sus costos significativamente y fungir como ancla a sus competidores.

Si bien se han hecho esfuerzos importantes por parte del sector público y privado para la atracción y desarrollo de talento, éstos no han sido efectivos. Esto podría ser en parte por la percepción actual que se tiene de la industria del transporte y de quienes trabajan en ella. De igual forma, podría contribuir a esta problemática la falta de capacidades dentro de las empresas transportistas para dar seguimiento, auditar, reforzar y garantizar la sostenibilidad del conocimiento transferido a las empresas transportistas. Para dar solución a esto, es necesario no sólo diseñar estrategias de comunicación que dignifiquen la profesión del operador de autotransporte profesional, sino también desarrollar las capacidades internas en las organizaciones en términos de capital humano. Ésta es una responsabilidad compartida entre el gobierno y las empresas transportistas. Como ejemplo, algunas de las capacidades básicas a desarrollarse en el capital humano giran en torno al liderazgo, estrategia, gestión del cambio, auditoría y control, análisis de riesgo, distribución y logística –hasta otras muy específicas en términos de capacitación y certificación de operadores, montacarguistas, almacenistas, etcétera.

Por su parte, el sector privado representado por las empresas tractoras, ha tenido un papel muy limitado en el desarrollo y profesionalización de la industria, con algunas claras excepciones. Si bien es cierto que existe un gradual crecimiento en los elementos de análisis cualitativos en los procesos de selección de transportistas, los factores de mayor peso aún son el precio directo y los términos de pago o crédito. Asimismo, es mayoritaria la cantidad de transportistas que operan sin un contrato de por medio, por lo que se pierde parte del valor intrínseco de la formalización de su *modus operandi* y, a su vez, se generan mayores costos para la agencia (mencionados en la sección anterior).

Por último, contrario a lo que se consideraba en la hipótesis inicial, a los ojos de algunos entrevistados la potencial liberalización de servicios de transporte en Norteamérica no representa una oportunidad para la industria, sino una amenaza por la posible pérdida de participación de mercado de transportistas mexicanos. Los entrevistados atribuyen este riesgo a su base de recursos y a las de las empresas extranjeras, así como a las condiciones comerciales y de mercado bajo las que tienen acceso a ellos. Por esto, resulta imperativo el desarrollo y profesionalización de las empresas transportistas en tiempo y forma para hacerle frente a éste y otros cambios disruptivos inminentes para el mercado mexicano.

Conclusiones

Un fenómeno de creciente importancia en el mundo empresarial es la migración a estructuras organizacionales con características, objetivos y formas de trabajo propios de las organizaciones líquidas que, al no estar sujetas a los límites de su organización, buscan mediante el abastecimiento estratégico, en su forma de capacidad dinámica, obtener los recursos y capacidades necesarios para la generación de valor por medio de organizaciones externas.

Visto desde la perspectiva de la industria de apoyo sujeta a análisis, al día de hoy no se puede afirmar que ya existan capacidades dinámicas en la industria de autotransporte de carga mexicana. Principalmente porque el eslabón entre el ambiente interno (comportamiento de la gerencia, conocimiento previo, cultura corporativa, conocimiento organizacional y capital social) y el acto de detectar, dimensionar y reconfigurar la base de recursos de la organización es inexistente. En otras palabras, al carecer de

mecanismos de aprendizaje formales, no tener claramente definidos los procesos específicos mediante los que se logra dicha adaptabilidad y, más importantemente, no dirigirlos a la creación de valor y posicionamiento competitivo, no se puede afirmar que son capacidades dinámicas *per se*. Aquí radica, en el contexto actual de la industria, la importancia de una vinculación e integración real, con una convergencia de objetivos e intereses que giren en torno a una propuesta de valor mutua.

En consideración de esto y del hecho de que existen programas enfocados al desarrollo de industrias mediante su integración a la cadena productiva de las denominadas empresas tractoras, el abastecimiento estratégico presenta la posibilidad única de fungir como capacidad dinámica compartida entre la empresa tractora y la empresa proveedora, que en este caso serían las empresas transportistas.

Dicha reciprocidad y el potencial alineamiento de intereses, objetivos y generadores de valor en la relación facilitan la migración de un modelo de interacción confrontativo a uno colaborativo. Bajo dicho modelo que sirve para la *vinculación, desarrollo competitivo y profesionalización*, ambas partes, el principal y el agente, establecen de manera transparente, directa y expresa sus intereses respectivos al agregar dimensiones a la negociación y al establecer los criterios de éxito en la prestación del servicio. Una vez corrido el modelo y al haber logrado un grado de madurez razonable, pueden agregar elementos de compensaciones variables basadas en resultados, lo que alinea aún más los intereses de ambas partes a un resultado común. Si bien el costo siempre será un elemento de discusión, pasa de ser un análisis de costo directo, transaccional, a uno de costo total, de adquisición, mantenimiento y terminación –pero siempre teniendo el objetivo final y criterio de éxito predefinido en mente.

De tal forma que el *modelo propuesto* es el concepto de *Supplier Relationship Management* (SRM) y parte de la premisa de que, si bien todos los proveedores son importantes para una organización, no todos tienen el mismo grado de importancia. Sin embargo, todos requieren un grado de interacción e involucramiento acorde con los objetivos, relevancia y valor potencial que representan para la organización (O'Brien, 2014). Si bien existen múltiples modelos y versiones de SRM, conceptualmente todos parten de esta misma premisa y siguen una serie de pasos resumidos a continuación.

Como punto de partida, todos los proveedores actuales de la organización se analizan, segmentan y posicionan de acuerdo con la categoría de compra, el tipo de relación que se desee tener y la propuesta de valor que cada uno presente a la organización. Posteriormente, esto mismo se hará con aquellos proveedores con quienes se haya determinado que el grado de complejidad, riesgo y valor potencial amerita una interacción más cercana; ambas partes colaboran para entender la percepción y objetivo de cada uno en la relación. Una vez aclarado el objetivo común, se desarrolla una propuesta de valor conjunta. Ambas partes establecen métricas para determinar el valor financiero y no financiero generado, cuáles serán los generadores de valor y cómo se relacionan con los objetivos clave de la organización. Por último, se llega a un acuerdo acerca de cómo se definirá el éxito en el nuevo modelo. Al tener una estrategia mutua, se diseña(n) el (los) procesos(s) por medio de los que interactuarán y materializarán la propuesta de valor. Luego, se define el plan de implementación, el plan de gestión del cambio, y el equipo que servirá para guiar el programa y como ruta de escalación para la resolución de conflictos o disputas.

Para efectos ilustrativos, se utilizan los tres pilares determinados por Jonathan O'Brien en su libro titulado *Supplier Relationship Management – Unlocking the Hidden Value in your Supply Chain*, que se pueden ver a detalle en la Figura 1.

Figura 1. Los tres pilares del SRM

Fuente: O'Brien, J. (2014).

Contrario a la mayoría de los modelos de desarrollo de Pyme actuales, en los que se encuentran, al menos, cinco partes involucradas (gobierno, empresas clientes, asociaciones, incubadoras y Pyme), se propone que la operacionalización de este modelo se ejecute directamente entre las empresas clientes, representadas por un colectivo de sus profesionales de abastecimiento estratégico, al trabajar en conjunto con el gobierno y asociaciones de forma directa con las Pyme –de esta manera se elimina la intermediación de las incubadoras.

La importancia de eliminar esta intermediación radica en dos principios fundamentales: por una parte, el uso óptimo de los recursos disponibles para el desarrollo de dichas empresas; por la otra, el hecho de que las estrategias con mayor probabilidad de éxito son aquellas desarrolladas

por la parte que será responsable de su correcta implementación. Eric Van den Steen (2013) enfatiza la importancia de quien desarrolla la estrategia en su obra titulada *Strategy and the Strategist: How it Matters who Develops the Strategy*, y resalta algunos elementos críticos a considerarse en el diseño de estrategias de desarrollo económico y competitividad de industrias, que sirven como argumento a favor de la eliminación de dicha intermediación.

Entre ellos, destaca el hecho de que las personas tienen diferentes percepciones de qué es estratégico –tal como se vio en la investigación, existe una importante discrepancia entre las percepciones acerca del valor, lo que resulta en la inexistencia de una propuesta de valor uniforme en la industria. Esto no es algo que una incubadora independiente pueda formular de manera efectiva. De igual forma, él considera que la ruta óptima de una estrategia es aquella que con el menor número de decisiones clave conduce al éxito, y que es de suma importancia que quien formule la estrategia tenga el poder de toma de decisión para materializarla y cumplir sus objetivos. Nuevamente, la interacción directa entre los responsables de la compra de dichos servicios como enlace a la industria de apoyo es crítica y, a menos que existan dentro de la incubadora expertos en el mercado final al que va dirigido el producto o servicio, estas características no se cumplirán. Por último, Van den Steen (2013) reconoce que los elementos fundamentales para el éxito de las estrategias son las relaciones humanas y el conflicto constructivo que de ellas se deriva para su certera formulación e implementación.

De tal forma que la operacionalización de esta estrategia basada en mejores prácticas de abastecimiento estratégico, fluiría tal como se describe en la Figura 2.

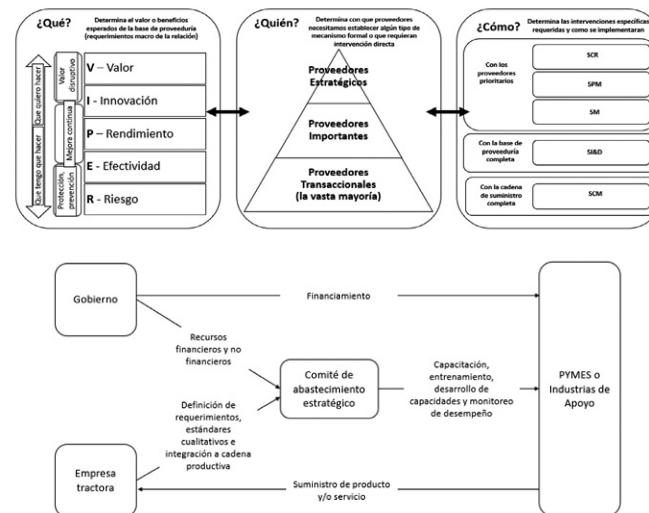
Figura 2. Modelo de trabajo entre empresas tractoras e industrias de apoyo

La puesta en marcha de dicha metodología y la medición de resultados del desarrollo de proveedores de servicios de transporte, serán tratados en una segunda investigación bajo la metodología de estudio de caso de tipología intrínseca, exploratorio y descriptivo, con múltiples unidades de caso. Esto con el objetivo de determinar el índice de correlación entre el tamaño de la organización y el grado de éxito en la adopción, integración

y reconfiguración de sus bases de recursos, lo que detona su profesionalización.

Año	Micro - 1 a 5		Pequeñas - 6 a 30		Medianas - 31 a 100		Grandes - >100		Total	
	Empresas	Unidades	Empresas	Unidades	Empresas	Unidades	Empresas	Unidades	Empresas	Unidades
2010	94,020	176,476	17,810	200,861	2,104	107,826	607	150,305	114,541	635,468
2011	103,787	191,387	18,427	207,068	2,202	112,318	603	147,987	125,019	658,760
2012	110,385	203,219	19,544	220,676	2,373	121,583	693	170,205	132,995	715,683
2013	104,429	194,369	19,862	225,518	2,380	122,750	720	186,409	127,391	729,046
2014	106,762	199,475	20,574	234,538	2,493	127,234	776	202,233	130,605	763,480
2015	109,890	206,416	21,389	245,066	2,610	132,571	837	222,352	134,726	806,405
2016	114,308	215,163	22,793	260,455	2,826	142,953	903	246,264	140,830	864,835
2017	117,598	221,284	23,721	272,665	2,976	151,592	970	271,840	145,265	917,381

Sistema de códigos	Segmentos codificados	Documentos	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	
Categorías	Códigos	479	8	168	20	40	65	54	71	12	49
Importancia	Impacto	8	5	2	3	1	1	0	0	0	1
Importancia	Relevancia	10	4	0	5	0	3	0	1	1	0
Percepción	Fortalezas	14	5	4	0	0	2	0	2	1	5
Percepción	Oportunidades	51	7	9	1	14	18	2	9	0	8
Percepción	Debilidades	75	8	25	7	5	9	8	14	2	5
Percepción	Amenazas	51	7	33	1	0	2	2	7	1	5
Percepción	Valor	19	7	5	0	3	3	1	2	1	4
Factores de éxito	Terminos de pago	4	3	2	0	1	1	0	0	0	0
Factores de éxito	Garantías	11	5	3	0	1	5	0	1	0	1
Factores de éxito	Disponibilidad	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Factores de éxito	Precio	46	7	6	1	3	16	12	0	7	7
Factores de éxito	Calidad	6	3	4	0	0	1	0	1	0	0
Alternativas	Costos (Contras)	15	6	5	0	2	3	2	1	0	2
Alternativas	Oportunidades (Pros)	16	7	1	0	2	1	3	6	2	1
Profesionalización	Vinculación	30	8	9	1	3	5	2	5	1	4
Profesionalización	Detonantes	14	4	9	0	1	0	2	0	0	2
Profesionalización	Barreras	3	2	2	0	0	0	1	0	0	0
Profesionalización	Retos	76	8	30	1	4	10	11	9	4	7
Rentabilidad	Sustitutos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Rentabilidad	Rivalidad	4	3	0	0	1	2	0	0	1	1
Rentabilidad	Nuevos entrantes	4	1	4	0	0	0	0	0	0	0
Rentabilidad	Proveedores	13	3	10	0	1	0	2	0	0	0
Rentabilidad	Clientes	8	4	4	0	1	2	1	0	0	0



Referencias

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), pp. 99-120.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A.
- Bruel, O. (2016). *Strategic Sourcing Management - Structural and Operational Decision Making*. London: Kogan Page.
- Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (2018). Indicadores Económicos Nacionales. Recuperado el 13 de marzo de 2019 de

<https://canacar.com.mx/servicios/estadistica/indicadores-economicos-nacionales/>

_____ (2018a). Indicadores del Sector Autotransporte de Carga. Recuperado el 13 de marzo de 2019 de <https://canacar.com.mx/servicios/estadistica/indicadores-del-sector-autotransporte-carga/>

_____ (2018b). Estructura Empresarial del Autotransporte de Carga. Recuperado el 13 de marzo de 2019 de <https://canacar.com.mx/servicios/estadistica/indicadores-del-sector-autotransporte-carga/>

Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (2018). *Agenda Económica del Autotransporte de Carga*. Recuperado el 13 de marzo 2019 de <https://canacar.com.mx/servicios/estadistica/>

Chu, Z. (2012). Logistics and economic growth: A panel data approach. *Annals of Regional Science - ANN REG SCI*. 49.

Dyer, W. G. Jr. (1996). Integrating professional management into a family owned business, in R. Beckhard (ed.). *The Best of FBR: A Celebration*, Boston: Family Firm Institute, pp. 44–50.

Guidobono, G. (2009). *La capacitación en las empresas del sector transporte terrestre de carga y logística en América Latina, Perspectiva actual y desafíos*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Enaproce). Recuperado el 13 de marzo de 2019 de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enaproce/2015/doc/ENAPROCE_15.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). Esperanza de vida de los negocios en México. Recuperado el 13 de marzo de 2019 de <https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/>

Jensen, M. & Meckling, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, pp. 305-360.

O'Brien, J. (2014). *Supplier Relationship Management: Unlocking the Hidden Value in your Supply Base*. Great Britain: Kogan Page Limited.

- Organization for Economic Co-operation and Development (2017). Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalized Economy. Meeting of the OECD Council at Ministerial Level.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. United States: The Free Press.
- Porter, M. (2008). *On Competition*. United States: Harvard Business Review Press.
- Porter, M. (2008). The Five Competitive Forces that Shape Strategy. *Harvard Business Review*, pp. 78-93.
- Rodrigue, J. (2017). *The Geography of Transport Systems*. New York: Routledge.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2009). Glosario de términos. Recuperado el 13 de marzo de 2019 de http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGAF/EST_BASICA/EST_BASICA_2008/EB2008-12-GLOSARIO.pdf
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2018). *Principales Estadísticas del Sector Comunicaciones y Transportes 2017*. Recuperado el 30 de marzo de 2019 de http://www.sct.gob.mx/fileadmin/DireccionesGrales/DGP/estadistica/Principales-Estadisticas/PE_2017.pdf
- Secretaría de Economía (2006). *Desarrollo de Proveedores: Casos de Éxito*. Recuperado el 2 de octubre de 2018 de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/casos-de-exito/19-mexico-emprende/362-programa-de-desarrollo-de-proveedores>
- Secretaría de Economía (2018). Convocatoria Pública 02-2018 ‘Categoría III’ para acceder a los Apoyos de Asistencia Técnica del Fideicomiso Público para Promover el Desarrollo de Proveedores y Contratistas Nacionales de la Industria Energética. Recuperado el 30 de marzo de 2019 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/389848/Conv_CIII_02-2018_Final_Final_ampliado.pdf
- Smith, A. (2009). *The Wealth of Nations*. New York: Thrifty Books.
- Songini, L. (2006). The professionalization of family firm: theory and practice, pp. 269-297, in Poutziouris, P., Smyrnios, K. X. & Klein, S.

- B. (Eds.), *Handbook of Research on Family Business*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Teece, D., Pisano, G. & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), pp. 509-533.
- Van den Steen, E. (2018) Strategy and the Strategist: How it Matters Who Develops the Strategy. *Management Science*, 64(10), pp. 4533–4551.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), pp. 171-180.

Entrevistas

Grupo 1:

- E1: Director de la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (Canacar), Delegación Noreste, 5 de marzo de 2019.
- E2: Presidente del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación (Index), Delegación Occidente, 5 de marzo de 2019.
- E3: Gerente senior Latam de abastecimiento estratégico (categoría logística) para empresa tractora, 6 de marzo de 2019.
- E4: Director nacional de ventas para Geodis Wilson, 22 de mayo de 2019.

Grupo 2:

- E5: Director general y dueño de transportista nivel micro, 01 de junio de 2019.
- E6: Director general y dueño de transportista nivel pequeño, 29 de mayo de 2019.
- E7: Gerente general de transportista nivel medio, 25 de mayo de 2019.
- E8: Director general y dueño de transportista nivel grande, 27 de mayo de 2019.



4

ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA INTEGRACIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD COMO PARTE DE LAS ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA AEROESPACIAL EN MÉXICO

Área de investigación: Administración y sustentabilidad

Teresa de Jesús Amador Sánchez

Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México
(UNAM)

tereamador.1304@gmail.com

Lorena Trinidad Chávez

Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México
(UNAM)

trinidad.lore@gmail.com

Lisette Farah Simón

Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Nacional Autónoma de México

(UNAM)

lfarah@live.com.mx

Resumen

La Industria Aeroespacial (IA) en México tiene una gran oportunidad de crecimiento al incorporarse con una visión sustentable en la cadena global de valor y aprovechar las ventajas competitivas con las que cuenta. Por esta razón, esta investigación describirá la situación actual de la IA en México respecto de la implementación de estrategias con perspectiva sustentable que proponen los organismos reguladores de este sector, para que las empresas consideren incorporarlas en las actividades productivas de dicho sector.

Asimismo, se describirá las acciones, directrices, estrategias, planes y programas que se han puesto en marcha para posicionar a la Industria Aeroespacial de México en la cadena de valor global, y se presentará un análisis para saber de qué manera se incorpora la perspectiva sustentable en el desarrollo de la IA en México como un eje directriz para su inserción en la cadena.

Para lograr este objetivo, se examinó el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND) y el Programa Nacional de Actividades Espaciales (PNAE), que se contrastarán con las acciones propuestas en el primer Plan de Órbita y en el Plan de Órbita 2.0 para finalmente corroborar que los objetivos, estrategias, líneas de acción, etc. propuestos en ellos están alineados con el PND, el PNAE y la sustentabilidad.

Palabras clave: cadenas de valor global, Industria aeroespacial y sustentabilidad.

Introducción

El comienzo de la Industria Aeroespacial (IA) internacional data principalmente después de la Segunda Guerra Mundial, cuando el mundo quedó dividido en dos polos ideológicos, un periodo conocido como la Guerra Fría. Esta época se caracterizó por un rápido avance en la industria aeronáutica con el desarrollo de motores a reacción y turbinas,

que sustituyeron a los grandes motores radiales recíprocos; posteriormente, las amenazas de una guerra nuclear obligaron a los países a retomar los estudios en lanzamiento de cohetes balísticos, lo que dio como origen la llamada “carrera espacial”¹, y fue la Unión Soviética la que disputó la supremacía espacial con Estados Unidos por décadas (Nava Amezcua, 2016).

La IA es considerada como estratégica no sólo por motivos de telecomunicaciones o por la seguridad nacional, sino también por razones económicas. Por ello, su implementación en un país puede generar beneficios como: inversiones iniciales, creación de empleo y beneficios a largo plazo vinculados con los flujos de conocimiento establecidos entre las empresas (López Galindo & Perez Rueda, 2018).

Actualmente, el acelerado despegue del sector aeroespacial en los últimos años, ha permitido un crecimiento de la IA en México; muestra de ello es el desarrollo que se ha tenido en el país en los últimos años bajo un esquema de tres etapas: I) en la primera etapa, México inició sus actividades en la industria manufacturera al fabricar piezas simples, ensambles y aeropartes sencillas; II) en la segunda etapa, se incluyó procesos más complejos como fabricación de turbinas, fuselajes, arneses y trenes de aterrizaje, en esta etapa se generó mayor valor agregado y es en la que se encuentra actualmente el país, y III) la tercera etapa dependerá de la evolución de la IA mexicana y se basará en el diseño, ingeniería y ensamblaje de vehículos completos (Secretaría de Economía, 2013).

Situación actual de la Industria

Aeroespacial en México

En el desarrollo de la IA, se ha establecido acciones, directrices, estrategias, planes y programas a seguir, esto con el fin de lograr la consolidación de México como un actor importante de la IA e incluso como promotor de la sustentabilidad; sin embargo, a pesar de los esfuerzos que sean hecho, aún no se cuenta con normativas que regulen y verifiquen que las empresas de este sector lleven a cabo de manera correcta esas directrices.

Actualmente, el sector aeroespacial mexicano está conformado por empresas dedicadas a: a) manufactura, servicios de mantenimiento,

reparación y operaciones (MRO, *Maintenance, Repair and Overhaul*); b) ingeniería y diseño, y c) servicios auxiliares (aerolíneas, laboratorios de pruebas y centros de capacitación, entre otros) para aeronaves de tipo comercial y militar. Algunas compañías que ya tienen presencia en el país y que se dedican a realizar actividades dentro de esta industria son: Bombardier, Grupo Safran, General Electric (GE), Honeywell y Eurocopter; éstas han encontrado en el país las condiciones para desarrollar centros de diseño e ingeniería, laboratorios y líneas de producción (ProMéxico, 2017).

Figura 1. Manufactura de partes, ensamblado de aeronaves, revisión, mantenimiento y reciclado

Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes (11 de noviembre de 2014). Sector Aeroespacial. Recuperado el 13 de mayo de 2018 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/63679/FC_Aeroespacial_ES.pdf

Según la Secretaría de Economía (2013), México se ha consolidado como uno de los líderes globales en el sector aeroespacial, ya que esta industria representa una de las de mayor dinamismo en el nivel mundial; su mercado se ha estimado en el orden de los 450 000 000 000 de dólares y se reporta que en el 2014 hubo un crecimiento de las exportaciones de 17.2% anual (Secretaría de Economía, 2013).

Asimismo, la Secretaría de Economía en el 2012 reportó las proyecciones esperadas del crecimiento de la IA mexicana para el 2020, que son:

- Para el 2011, la perspectiva de crecimiento esperada fue de 12% y el número de exportaciones estimado fue cerca de los 4 000 000 000 de dólares, con una inversión de 1 200 000 000 de dólares.
- Para el 2015, se proyectó que la industria tuviera establecida más de 350 empresas, que generaran más de 37 000 empleos y facturaran más de 7 500 000 000 de dólares en exportaciones con más de 30% de contenido nacional.
- Para el 2020, se proyectó que México tuviera una plataforma industrial competitiva para ser un centro de operaciones/conexión/distribución de manufactura aeroespacial mundial, y que se consolidara como uno de los proveedores principales de Estados Unidos.

De los datos anteriores, se puede apreciar que las proyecciones del 2011, de acuerdo con las estadísticas de la Secretaría de Economía (2017),

fueron superadas ya que los datos reportados (Figura 2) al final de este periodo fueron de 4 337 000 000 de dólares, cuando se estimaba 4 000 000 000 de dólares por exportaciones.

Figura 2. Exportaciones e importaciones mexicanas del Sector Aeroespacial 2011-2016

Asimismo, en 2015 se obtuvo 6 686 000 000 de dólares, casi 11% menos de lo estimado por esta Secretaría, ya que se estimaba 7 500 000 000 de dólares; es decir, no se obtuvo los resultados en exportaciones como se estimaba. Por esta razón, una conclusión adelantada es la siguiente: México tiene que analizar las estrategias que le dan resultados efectivos y cuáles son aquellas que no le permiten obtener los resultados esperados, para así poder alcanzar las metas establecidas para el 2020.

Para poder entender de manera más clara la IA en México, es importante señalar que actualmente existen 330 empresas, reportadas en 2016 (Figura 3) en el país, que están localizadas principalmente en cinco estados y emplean a más de 32 600 profesionistas de alto valor; la mayoría de éstas cuenta, según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2014), con certificaciones del Programa Nacional de Acreditación de Contratistas Aeroespaciales y de Defensa (NADCAP, National Aerospace and Defense Contractors Accreditation Program) y con la certificación del sistema de gestión de la calidad AS9100. ²

Figura 3. Número de empresas* del Sector Aeroespacial en México 2011-2016

Fuente: Secretaría de Economía (2017), disponible en http://mim.promexico.gob.mx/es/mim/Perfil_del_sector

Para lograr los objetivos planeados por las instituciones que están a la cabeza del desarrollo de la IA, se diseñó el Programa Nacional de Actividades Espaciales (PNAE), que está alineado al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND); con base en ellos, la Agencia Espacial Mexicana (AEM) ha realizado un plan estratégico a seguir y lo ha presentado mediante el primer Plan de Órbita y el Plan de Órbita 2.0.

El papel de la Agencia Espacial Mexicana

De acuerdo con el artículo segundo del reglamento interior de la Agencia Espacial Mexicana, ésta fue establecida como un organismo descentralizado; tiene por objeto realizar actividades correspondientes a las áreas estratégicas o prioritarias con el fin de garantizar el interés público y la protección, así como servir de instrumento a la rectoría del Estado en materia espacial (Consultoría y Asesoría Empresarial, Rural y Urbana, S.C., 2015).

Éste es el objetivo que engloba la naturaleza de la Agencia Espacial Mexicana como una institución estratégica para el desarrollo nacional al incluir dentro de sus atribuciones el apoyo a acciones vinculadas con la seguridad nacional, la paz, la protección de la población, la protección de la integridad del territorio nacional y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población (Consultoría y Asesoría Empresarial, Rural y Urbana, S.C., 2015).

Por tanto, el acuerdo por el que se expide el PNAE, publicado el 17 de marzo de 2015, establece la visión de la Agencia Espacial Mexicana: “contar con una infraestructura espacial soberana y sustentable, de observación de la tierra, navegación y comunicaciones satelitales de banda ancha, que contribuya a mejorar la calidad de vida de la población y al crecimiento económico de México” (DOF, 2015); es decir, en esta visión ya se considera que las actividades espaciales deben ser sustentables.

Existen distintos documentos oficiales que establecen la integración de la sustentabilidad en dicho sector, como lo son:

- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Es “un documento de trabajo que rige la programación y presupuesto de toda la Administración Pública Federal”, es decir, es el eje que articula las políticas públicas que el Gobierno de la República realiza (Presidencia de la República, 2013).
- Programa Nacional de Actividades Espaciales 2011-2015. Está alineado al Plan Nacional de Desarrollo; deberá regir las actividades de la Agencia Espacial Mexicana de tal forma que ésta logre un rumbo y dirección clara; establece cinco ejes/metás nacionales, así como los objetivos, estrategias y líneas de acción en materia espacial (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2012).
- Acuerdo por el que se expide el Programa Nacional de Actividades Espaciales. El programa institucional de este organismo

descentralizado tiene sustento en el PND 2013-2018, que se originó con base en el PNAE 2011-2015 para dar seguimiento a los objetivos, estrategias y líneas de acción que permitan contribuir al desarrollo del sector espacial en México (DOF, 2015).

- Plan de Órbita. Es un documento que expresa en hitos estratégicos, proyectos y programas de acción la forma en que México pretende desarrollar la IA nacional (Agencia Espacial Mexicana, ProMéxico, 2012).
- Plan de Órbita 2.0. Surge como una propuesta que le da continuidad a la primera versión; fue desarrollado en forma colaborativa con el modelo de triple hélice; es un documento que presenta una estrategia con una visión a futuro y ubica las alternativas de procesos, productos, servicios y tecnologías más recientes (ProMéxico, 2017).

Con base en lo anterior y para fines de esta investigación, se hará un análisis de estos documentos para ver de qué manera se han alineado los objetivos, estrategias, líneas de acción, etc. de los planes mencionados con el PND y el PNAE, así como analizar si en ellos se han integrado estrategias con perspectiva sustentable.

Estrategias implementadas en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018

El PND expone la ruta que el Gobierno de la República se ha trazado para contribuir de manera más eficaz a que todos podamos lograr que México alcance su máximo potencial (Gobierno Federal, 2013).

Las cinco grandes metas nacionales tienen los siguientes propósitos (Presidencia de la República, 2013):

- La primera meta es “alcanzar un México en Paz”, esto significa tener un México que nos “garantice el avance de la democracia, la gobernabilidad y la seguridad de la población”.
- La segunda meta es “lograr un México Incluyente”, tiene como objetivo consolidar “un país donde se asegure el ejercicio efectivo de los derechos sociales”.
- La tercera meta es “construir un México con Educación de Calidad”; se “busca asegurar el desarrollo integral de nuestros niños y jóvenes para que su preparación les permita triunfar en un mundo que cada

vez es más competitivo”.

- La cuarta meta es “impulsar un México Próspero”, tiene “como prioridad en la política económica elevar el crecimiento y que esto se refleje en los bolsillos de los mexicanos”.
- La quinta meta es “consolidar un México con Responsabilidad Global”. En este Plan, se propone acciones que permitan “proyectar a nuestro país como una nación que defiende el derecho internacional, que promueve el libre comercio y que es solidaria con los distintos pueblos del mundo”.

Estrategias implementadas en el Programa Nacional de Actividades Espaciales para el desarrollo de la IA

Por medio del PNAE, la IA en México ha desarrollado estrategias nacionales y regionales que están alineadas a las directrices del PND; de éstas, las estrategias nacionales conservan el enfoque de convertir a México en un destino que atienda el ciclo completo del desarrollo de aeronaves, esto contempla desde el diseño e ingeniería, la manufactura de piezas y partes, el mantenimiento y el ensamble de aviones, hasta el reciclado y la reconversión, y las estrategias regionales se alinean a la estrategia nacional en el desarrollo de la IA y de defensa (A+D) en México (FEMIA & SE, 2012).

Inicialmente, se definieron las estrategias para identificar y desarrollar las vocaciones productivas de los clústeres aeroespaciales en el país, que se han localizado en cinco regiones principales (Secretaría de Economía, 2013) ubicadas en:

Chihuahua. Tiene una capacidad industrial y de manufactura avanzada, es una de las entidades federativas que tiene un mayor desarrollo y potencial en el sector aeroespacial y de defensa del país.

Baja California. Centrará sus capacidades de innovación en servicios basados en la IA y de defensa (A+D). Este estado tiene potencial para desarrollar sistemas de fuselaje y plantas de poder, lo que lo puede convertir en un importante proveedor de manufactura con una cadena de valor integrada.

Sonora. Su estrategia se basa en el desarrollo de la cadena de suministro. Tiene un enfoque en la innovación, principalmente en la fabricación de turbinas y en la generación de talento con especialidad en las necesidades que tiene la industria.

Querétaro. Tiene potencial para poder especializarse en el diseño de turbinas, manufactura, ensamblado y MRO de partes complejas de fuselajes, turbinas y trenes de aterrizaje.

Nuevo León. Busca convertirse en un centro de excelencia especializado en la innovación, ingeniería y proveeduría de partes y componentes en América del Norte. Su objetivo principal es promover la innovación y la transferencia de tecnología entre la industria y la academia en esa entidad (Secretaría de Economía, 2014).

Figura 4. Principales regiones para la industria aeroespacial mexicana

Fuente: Principales regiones, tomado de Secretaría de Economía, 2013.

En cumplimiento con el artículo 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece que habrá un PND al que se sujetarán, obligatoriamente, los programas de la Administración Pública Federal, y de conformidad con la Ley de Planeación y demás disposiciones aplicables, el Ejecutivo presentó el PND 2013-2018 en el que se establecen cinco metas/ejes nacionales:

- 1) Fortaleza institucional para un México en Paz
- 2) Desarrollo social para un México Incluyente
- 3) Capital humano para un México con Educación de Calidad
- 4) Igualdad de oportunidades para un México Próspero
- 5) Proyección internacional para un México con Responsabilidad Global

El PNAE 2011-2015 indica que, si el espacio se utiliza de manera efectiva, México podría gozar de mayor seguridad y prosperidad, de tal modo que atenderá de manera eficiente las necesidades sociales de la población, además de abarcar una esfera más de la sustentabilidad (social), tener una IA cada vez más competitiva y avanzar hacia una sociedad más educada en ciencia y tecnología (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2012).

El PNAE (Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2012) presenta cinco ejes de actividades estratégicas:

1. Formación de capital humano en el campo espacial.

2. Investigación científica y desarrollo tecnológico espacial.
3. Desarrollo industrial, comercial y competitividad en el sector espacial.
4. Asuntos internacionales, normatividad y seguridad en materia espacial.
5. Financiamiento, organización y gestión de la información en materia.

Las tecnologías y aplicaciones espaciales permiten contribuir de manera clara a las metas nacionales del PND; en la siguiente tabla, se describe en forma resumida la contribución del PNAE a éstas (DOF, 2015).

Tabla 1. Contribución del Programa Nacional de Actividades Espaciales

Fuente: Elaboración propia con base en Contribuciones del PNAE al PND (DOF, 2015).

En la Tabla 1, se presenta las estrategias a seguir para que México alcance su máximo potencial; asimismo, se destaca la importancia de la IA, el papel que juega la sustentabilidad como nicho de oportunidad, el impacto de dichas estrategias tanto en el desarrollo de ciencia y tecnología como en el crecimiento de México prospectado en el PNAE, y su alineación con el PND.

Para poder analizar de qué manera se llevan a cabo las acciones establecidas en el PNAE, es necesario establecer los puntos de referencia que tienen relación con la sustentabilidad propuestos en el Plan de órbita y el Plan de órbita 2.0; en la siguiente Tabla (2), se presenta las estrategias, proyectos y nichos de oportunidad descritos en estos dos documentos.

Tabla 2. Plan de órbita vs Plan de Órbita 2.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Plan de Órbita y Plan de Órbita 2.0.

En la tabla 2, se puede observar que el primer Plan de órbita sólo considera estrategias para la promoción de la tecnología y el desarrollo sustentable dentro de la IA (Agencia Espacial Mexicana, ProMéxico, 2012); en cambio, el Plan de Órbita 2.0 establece estrategias y acciones para dar soluciones eficientes y eficaces a los problemas que enfrenta la industria (Agencia Espacial Mexicana, ProMéxico, 2017).

Cabe destacar que son consideradas dos esferas de la sustentabilidad (ambiental y económica). En el Plan de Órbita 2.0, se propone la realización de proyectos en los que se aproveche las capacidades actuales y las oportunidades de la industria, y se reconoce a la sustentabilidad espacial como un nicho de oportunidad (Agencia Espacial Mexicana,

ProMéxico, 2017) en el que México puede destacar ya que cuenta con personal capacitado en la realización de investigación y desarrollo de esta misma.

Análisis de la integración de la sustentabilidad en las Actividades Espaciales en México

La integración de la sustentabilidad en las estrategias propuestas debería tener lugar en diferentes niveles organizacionales, desde el nivel de gobierno corporativo, luego al nivel estratégico y de modelo de negocio, hasta el nivel de gestión, medición e información, así como se muestra en la siguiente Figura (Giovannoni & Giacomo, 2014).

Figura 5. Implementación de la sustentabilidad integrada: niveles clave

Fuente: Elaboración propia con base en datos de What Is Sustainability?

A Review of the Concept and Its Applications

(Giovannoni & Giacomo, 2014).

En la figura 5, se analiza los diversos niveles, procesos, diseños, estructuras y sistemas que deberían diseñarse con una visión más integrada. Los niveles mencionados anteriormente estuvieron basados en algunos estudios clave que han abordado cuestiones de gobernanza, modelos comerciales, sistemas de gestión y medición desde un enfoque integrado y multidimensional. Lo que se pretende con esto es sugerir cómo incluir cuestiones más amplias de sustentabilidad desde una perspectiva integrada (Giovannoni & Giacomo, 2014).

Por ello, es importante describir el término sustentabilidad, que primero comenzó a ser utilizado en relación con los problemas ambientales (Giovannoni & Giacomo, 2014), pero que actualmente es el término “sustentabilidad” es muy usado en diferentes contextos. De manera general, se puede definir como: “el equilibrio que existe entre una comunidad y su medio para satisfacer sus necesidades” (Estrella Suárez & González Vázquez, 2017).

El concepto de *sustentabilidad* sufrió diferentes transformaciones a lo largo del tiempo hasta llegar al concepto moderno basado en el desarrollo de los sistemas socioecológicos para lograr una nueva configuración en las

tres dimensiones centrales del desarrollo sustentable: la económica, la social y la ambiental (Calvente, 2007).

Este sistema contiene los tres componentes esenciales para el desarrollo sustentable de la especie humana. Pero mucho más importante aún, al ser un sistema, tienen una relevancia primordial las relaciones que existen entre las partes, ya que nos permiten comprender de qué forma dichas partes o “agentes” interactúan, se afectan y regulan entre sí. A este sistema se le conoce también como sistemas socio ecológicos o sistemas eco-socio-técnicos (Calvente, 2007).

Figura 6. Dimensiones o esferas de la sustentabilidad

Distintos autores han explorado diferentes dimensiones y consideran que en estas tres se incluye todo aquello que el sistema contiene; por ejemplo, la esfera social abarca la tecnología, la educación, la salud, la vivienda, etc.; la económica incluye el dinero, los sistemas financieros, etc., y la ambiental comprende el suelo, agua, aire, energía y biodiversidad.

La gestión de estas esferas no significa que necesariamente van a lograr una proporción estable entre ellas al abordarlas de manera simultánea (social, económico, ambiental). Éstas requieren una gestión adecuada al momento de su implementación en la sustentabilidad para conocer el potencial que pueden generar (Giovannoni & Giacomo, 2014).

El crecimiento sustentable significa crear valor para nuestros accionistas y para la sociedad mediante el desarrollo de productos que el mercado demanda y, al mismo tiempo, que sean buenos para el medioambiente y para la salud, seguros y adecuados para el bienestar de las personas. Lo que es beneficioso para los negocios tiene que serlo para el medioambiente y para las personas del mundo entero (Escuela de Organización Industrial, 2010).

Por ello, el proceso de generación de valor en sustentabilidad acompaña a la cultura empresarial de éxito. Los índices de sustentabilidad son los que califican a las empresas y orientan a los inversores socialmente responsables hacia compañías que desarrollan políticas de sustentabilidad económica, social, ambiental, y de buen gobierno corporativo (Escuela de Organización Industrial, 2012).

Hart y Milstein (2003) definen a la empresa sustentable como aquella que contribuye al desarrollo sustentable y genera al mismo tiempo beneficios económicos, sociales y ambientales, lo que se conoce como la *triple cuenta*

de resultados. La generación de valor sustentable consiste en la identificación y utilización de estrategias y prácticas que contribuyen a un mundo más sustentable al contemplar los retos globales asociados con la sustentabilidad mediante un conjunto apropiado de perspectivas de negocio, y que generan valor para los accionistas (Hart & Milstein, 2003). A finales de la década de los 80, el concepto de cadena de valor fue popularizado por Porter (1986) en los textos como ventaja competitiva y en los estudios de sectores industriales y de la competencia. Al mismo autor, se atribuye la introducción del análisis del costo estratégico, que implica la comparación de la forma en la que los costos por unidad de una compañía se pueden contrastar con los costos por unidad de los competidores clave, actividad por actividad, lo que señala cuáles son las actividades clave, con el origen de una ventaja o desventaja de costo (Quintero & Sánchez, 2006).

La cadena de valor genérica está constituida por tres elementos básicos (Quintero & Sánchez, 2006):

- Las actividades primarias. Son aquellas que tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, la logística, la comercialización y los servicios de post-venta.
- Las actividades de soporte. Se componen por la administración de los recursos humanos, compras de bienes y servicios, desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación), actividades de infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de la calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general).
- El margen. Es la diferencia entre el valor total y los costos totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor.

La cadena de valor está conformada por una serie de etapas de agregación de valía, de aplicación general en los procesos productivos. La cadena de valor proporciona (Quintero & Sánchez, 2006):

- Un esquema coherente para diagnosticar la posición de la empresa respecto de sus competidores.
- Un procedimiento para definir las acciones que tienden a desarrollar una ventaja competitiva sustentable.

Para llegar a tener una ventaja competitiva sustentable, es necesario comprender el concepto de sustentabilidad; éste se expresó por primera vez al hacer referencia al desarrollo sustentable en el informe Brundtland, *Our Common Future*, publicado en 1987. Esta definición es la que más aceptación tiene en toda la comunidad cuando se habla de dicho desarrollo: “El desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras” (World Commission on Environment and Development, 2009).

En el documento final Río+20, se dice que el marco institucional para el desarrollo sustentable debería integrar las tres dimensiones (económico, social, ambiental) de una forma equilibrada, mejorar la aplicación de medidas, entre otras cosas, y con ello fortalecer la coherencia, coordinar las actividades para evitar la duplicación de esfuerzos y contar con una evaluación de los progresos realizados en la consecución del desarrollo sustentable (Naciones Unidas, 2012).

Asimismo, en dicho documento se reconoce que la gobernanza es fundamental para poder promover el desarrollo sustentable, y que esta gobernanza tanto local como subnacional, nacional, regional y mundial debe ser eficaz para que represente las opiniones de todos. El desarrollo sustentable no debería ser un fin, sino un medio para lograr este último con el fortalecimiento de la reforma y el marco institucional del desarrollo sustentable (Naciones Unidas, 2012).

La creación de valor es un proceso integrado que se basa en una gran perspectiva de la gobernanza, que abarca distintos intereses de varias partes involucradas. Para implementar un gobierno efectivo, con sólo cumplir no es suficiente; la gobernanza sugiere combinar el cumplimiento con el logro de objetivos financieros y no financieros, así como el comportamiento ético, preocupaciones ambientales y la conciencia de riesgo. Con esto, se sugiere ir más allá de las estructuras formales de gobierno para considerar los procesos (Giovannoni & Giacomo, 2014).

La gobernanza integrada incluye (Giovannoni & Giacomo, 2014):

- Cumplimiento de reglas y regulaciones
- Logro del desempeño de la compañía
- Administración eficaz del riesgo

- Gestión del conocimiento

Estas dimensiones están relacionadas entre sí, por lo que deben administrarse de manera simultánea; por ejemplo, el cumplimiento de leyes, reglas y recomendaciones necesita una gestión efectiva del conocimiento, con ello una gestión de habilidades, competencias, fundamentos culturales de los individuos que conforman la organización, mientras que el logro del desempeño de la compañía tiene lugar en los límites proporcionados por problemas de cumplimiento dentro del sistema de gobernanza integrado que debería permitir la creación de valor y no impedirla; finalmente, la administración de riesgos se debe basar tanto en el cumplimiento como en la gestión efectiva del conocimiento para que se apoye la creación de valor y la gestión estratégica dentro de la empresa (Giovannoni & Giacomo, 2014).

Figura 7. Gobierno integrado

Fuente: Elaboración propia con base en datos de *What Is Sustainability? A Review of the Concept and Its Applications* (Giovannoni & Giacomo, 2014, p. 33).

Como se puede apreciar en la Figura 7, el gobierno integrado debe ayudar a la implementación real de la gobernanza. En el intento de alinear este enfoque con la sustentabilidad integrada, las dimensiones de la gobernanza integrada podrían desarrollarse más para incluir las dimensiones de la sustentabilidad, con ello la gobernanza integrada va a ser el resultado de la búsqueda simultánea de sus dimensiones (Giovannoni & Giacomo, 2014).

Por otro lado, la connotación actual de gobernanza es producto del debate académico acerca de las transformaciones del Estado, así como del discurso analítico y prescriptivo de diversos organismos y agencias internacionales (Instituto de Investigación Jurídica, 2010).

De acuerdo con este modelo, la gobernanza consiste en la integración de tres partes: el gobierno, estrategias y modelos de negocio, y gestión, medición y sistemas de informes, en los que se sugiere trabajar de una forma conjunta y dejar atrás la individualidad; es decir, como un sistema en el que las partes están interconectadas entre sí.

Por esta razón, se señala la importancia que tiene la vinculación entre Universidad-Empresa-Gobierno, es decir el modelo de la Triple Hélice³, y sus implicaciones occidentales como un medio para fomentar las

innovaciones y el crecimiento, lo que implica la creación de un clima y ciertas actitudes que permitan la coordinación entre las partes involucradas, gobierno, universidades y empresas, para crear un ambiente de innovación. Este modelo se ha desarrollado en economías emergentes y permite una vinculación entre disciplinas y conocimientos, en la que la universidad tiene un papel estratégico y es la base para generar las relaciones con la empresa (Castillo, 2010).

Reflexiones del análisis

El PND es el documento federal en el que se establece las directrices en las que debe trabajar el país, por ende, el PNAE es parte del resultado en el que se incorpora a la sustentabilidad como parte de sus estrategias, establecidas de manera directa en el Plan de Órbita y en el Plan de Órbita 2.0.

Implementado el modelo de sustentabilidad integrada, los niveles clave en la IA de México, de acuerdo con lo dicho en este artículo, se presentan en la siguiente Figura:

Figura 8. Sustentabilidad Integrada

Fuente: Elaboración propia.

Actualmente, la IA mexicana cuenta con órganos que regulan sus actividades como: la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Secretaría de Economía y la Agencia Espacial Mexicana. Respecto del mando para el desarrollo en materia espacial, se cuenta con planes y programas como el PND, que dio pie a la creación del PNAE 2011-2015, después al acuerdo por el que se expidió el PNAE 2013-2018, el Plan de Órbita y el Plan de Órbita 2.0, en los que se propone distintas estrategias y líneas de acción para que los actores de esta industria puedan llevarlas a cabo en su desarrollo y así poder colocar a México como un líder en la industria. Algunas empresas que desarrollan actividades dentro del sector espacial son: Bombardier, Grupo Safran, General Electric (GE), Honeywell y Eurocopter, que han encontrado en México condiciones que les permiten desarrollarse dentro de la industria, y que forman parte de la estrategia regional como clústeres.

Sin embargo, la IA mexicana carece de normatividad que regule y evalúe los resultados que ésta tiene al aplicar las distintas estrategias en la

industria. No hay algo que mida el impacto que tienen las líneas de acción que ya consideran la sustentabilidad como un nicho de oportunidad.

Los niveles del modelo anterior deben actuar de manera simultánea para generar un resultado efectivo, de esta forma los que se encuentran en la gobernanza podrán proponer planes y programas para que se establezcan las líneas de acción que permitan a México ser un líder potencial dentro de la industria, así como proyectos para que las empresas que desempeñan actividades aeroespaciales puedan realizarlos; a su vez, contar con una normativa que pueda regular las estrategias aplicadas permitirá un mejor resultado y, con ello, una retroalimentación adecuada al integrar el nuevo modelo de trabajo de la triple hélice, es decir empresa, gobierno y universidad.

De esta manera, si México quiere aumentar su posición en la industria, deberá incluir dicho modelo y así sumar esfuerzos para generar las condiciones que eleven la competitividad del sector aeroespacial en el país.

Conclusiones

Las estrategias alineadas al PND y al PNAE en materia de sustentabilidad no se cumplen por completo, ya que al hablar de sustentabilidad hacemos referencia a tres esferas (ambiental, económica y social) y en la industria sólo se han tomado acciones en las esferas ambiental y económica. Además, de acuerdo con la sustentabilidad integrada debe existir una gobernanza integrada, que existe, pero la que debe tomar el mando absoluto es la Agencia Espacial Mexicana con el apoyo solamente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Economía. Las estrategias y modelos de negocios se han presentado por medio del Plan de Órbita y el Plan de Órbita 2.0. La gestión, medición y sistemas de informes carecen de un sistema de evaluación y retroalimentación constante de las acciones ejercidas para lograr una mejora continua.

La sustentabilidad es importante en los documentos oficiales de la IA, pero aún no es considerada como eje principal para el desarrollo de las estrategias; se utiliza como un medio, pero no es el fin implementarla en su totalidad.

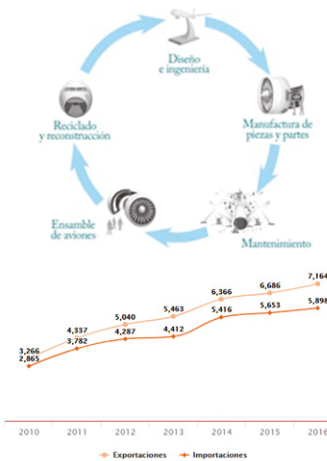
De acuerdo con la sustentabilidad integrada y la triple hélice, ningún plan, proyecto o estrategia se debe desarrollar de manera aislada; es decir, debe

haber una interconexión entre empresas, gobierno y universidades para que de manera conjunta exista un desarrollo pleno de la IA. De esta forma, hay que comprender que las estrategias planteadas deben tener una coherencia dentro de todo el sistema en el que se desarrollan, así como conocer el impacto que se estima en la industria y también el cumplimiento de los objetivos.

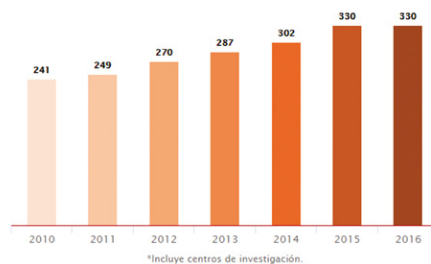
¹ La llamada carrera espacial comenzó con la competencia tecnológica entre la Unión Soviética y Estados Unidos (el objetivo era llegar primero a la Luna), en la que estaba en juego el prestigio nacional y político de las dos superpotencias, pues la tecnología espacial fue la carta de presentación al mundo de la supremacía capitalista o comunista (Red Estelar, s.f.).

² La certificación del sistema de gestión de la calidad AS9100, es una norma del sistema de gestión de la calidad; fue desarrollada por el Grupo Internacional de Calidad Aeroespacial y está basada en la norma ISO 9001, que incluye requisitos adicionales e interpretaciones específicas para la industria aeroespacial y de defensa (Lloyd's Register, s/f).

³ Modelo que considera las relaciones existentes de cooperación entre la Universidad-Empresa-Gobierno.



Fuente: Secretaría de Economía (2017), disponible en http://mim.promexico.gob.mx/es/mim/Perfil_del_sector





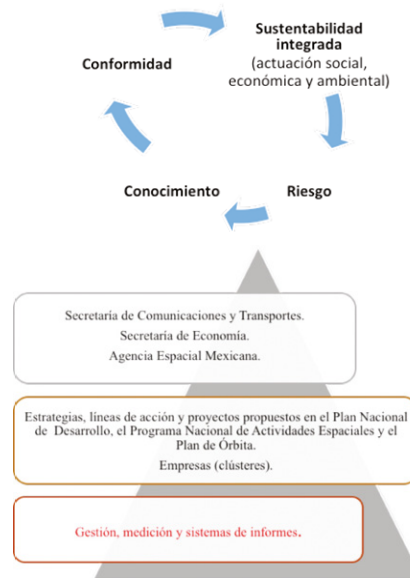
Metas Nacionales	Contribuciones del Sector Espacial
1. México en Paz	Con la infraestructura espacial de observación del territorio, de localización y posicionamiento global, y de comunicaciones, se contribuye y agrega valor a las agencias nacionales responsables de la seguridad nacional y la protección de la población.
2. México Incluyente	Por medio de la conectividad satelital, se logra contribuir al incremento de la penetración de los programas de cobertura social, inclusión digital, acceso a la banda ancha, y a la reducción de la brecha digital y financiera.
3. México con Educación de Calidad	Con el apoyo de la educación interactiva por satélite, se beneficia a poblaciones aisladas; con nuevos contenidos educativos, perfiles y certificación de competencias, se pueden abrir nuevas carreras y oportunidades de desarrollo profesional. Se utiliza el espacio como un inspirador para los niños y niñas, jóvenes y personas adultas de la sociedad mexicana para incrementar su cercanía a la ciencia.
4. México Próspero	El fortalecimiento de la seguridad en la plataforma logística, la marina mercante y la navegación aérea beneficia al sector primario y a la movilidad; con la innovación y la conectividad, se favorece la creación y el fortalecimiento de empresas de tecnología.
5. México con Responsabilidad Global	La cooperación comprometida en convenios, acuerdos y proyectos internacionales respecto del cambio climático, sustentabilidad ambiental y sistemas de monitoreo de desastres, ha dado pauta para que México se proyecte como un actor principal dentro de la comunidad espacial internacional.

	Plan de órbita	Plan de órbita 2.0
Estrategia	Atraer una empresa extranjera o unir una empresa mexicana con una extranjera (<i>joint-venture</i>). Atraer tecnologías y procesos industriales que no existan de manera endógena en el país, promover la tecnología y el desarrollo sustentable de la industria aeroespacial mexicana.	Encontrar soluciones eficientes y eficaces para los requerimientos de su población en materia de seguridad, competitividad, educación, equidad, salud, inclusión digital, sustentabilidad ambiental y soberanía nacional, ámbitos en los que el uso de la ciencia y la tecnología espaciales ha demostrado ampliamente sus ventajas y potencial.
Proyectos		Se proponen proyectos integradores y detonadores, con la figura de un <i>clúster</i> espacial nacional, que fortalecerán las cadenas de valor del sector espacial por medio de la innovación y la competitividad. Aprovechar las capacidades actuales y las oportunidades para establecer mecanismos de retorno o compensación (<i>offsets</i>) y, a su vez, desarrollar nichos estratégicos, como puertos espaciales y vehículos de lanzamiento y medios para facilitar el acceso al espacio, reforzar las políticas nacionales para la conservación y ampliación de las posiciones orbitales con las que cuenta el país, y aportar significativamente al desarrollo sustentable.
Nichos potenciales		La sustentabilidad en el espacio es un nicho de oportunidad en el que muy pocas naciones se enfocan al supervisar las colisiones de materiales creados por humanos en el espacio (conocidos como basura espacial). Otros nichos de oportunidad son el desarrollo de sistemas propulsivos para nanosatélites y la creación de drones para satélites en la órbita geostacionaria, ya sea para reparación o extensión de vida.





Fuente: Elaboración propia con base en *Las dimensiones de la sustentabilidad* (Hurtado de Mendoza Torres, 2012).



Referencias

Agencia Espacial Mexicana, ProMéxico (octubre de 2012). *Plan de Órbita: mapa de ruta de la industria espacial mexicana*. Recuperado el 31 de mayo de 2018 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/73146/PLAN_DE_ORBITA_2013_ESP.pdf

Agencia Espacial Mexicana, ProMéxico (2017). *Plan de Órbita 2.0*. Recuperado el 31 de mayo de 2018 de <http://www.promexico.mx/documentos/mapas-de-ruta/plan-orbita-2.0.pdf>

Calvente, A. M. (junio de 2007). El concepto moderno de sustentabilidad. *UAIS Sustentabilidad*, recuperado el 1 de junio de 2018 de <http://www.sustentabilidad.uai.edu.ar/pdf/sde/uais-sds-100-002%20-%20sustentabilidad.pdf>

Castillo, H. G. (enero-junio de 2010). El Modelo de la Triple Hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y empresa. *Revista*

- Nacional de Administración*, 1(1), pp. 85-94, recuperado el 2 de junio de 2018 de <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan044042.pdf>
- Centro de Estudios de Finanzas Públicas (21 de mayo de 2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Recuperado el 1 de junio de 2018 de <file:///H:/A%20tesis/07062018/img001-20130529.pdf>
- Consultoría y Asesoría Empresarial, Rural y Urbana, S. C. (6 de febrero de 2015). *La Agencia Espacial Mexicana, la Política espacial en México y los retos para el 2014*. Recuperado el 4 de junio de 2018 de <file:///C:/Users/Inv17/Documents/DIFCA/Segundo%20encuentro/Articulos%20encuentro/Encuentro/Tere%20y%20Lore/AEM-POLITICA-Y-RETOS-2014.pdf>
- Diario Oficial de la Federación* (17 de marzo de 2015). Acuerdo por el que se expide el Programa Nacional de Actividades Espaciales. Recuperado el 22 de mayo de 2018 de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5388707
- Diario Oficial de la Federación* (30 de julio de 2010). Ley que crea la Agencia Espacial Mexicana. Recuperado el 21 de noviembre de 2017 de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LAEM.pdf>
- Diario Oficial de la Federación* (20 de mayo de 2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013
- Escuela de Organización Industrial (03 de mayo de 2012). La sostenibilidad y la generación de valor. Recuperado el 4 de junio de 2018 de <http://www.eoi.es/blogs/open/la-sostenibilidad-y-la-generacion-de-valor/>
- Estrella Suárez, M. V. & González Vázquez, A. (2017). *Desarrollo sustentable. Un nuevo mañana*. México: Patria.
- Farah, S. L. (2017). *Administración de tecnología con perspectiva sustentable en la industria espacial en México*. México: UNAM, recuperado el 2 de junio de 2018 de <http://132.248.9.195/ptd2017/junio/096331826/Index.html>
- FEMIA & SE (12 de 03 de 2012). *Pro-Aéreo 2012 - 2020: Programa*

- Estratégico de la Industria Aeroespacial*. Recuperado de http://economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/PROAEREO-12-03-2012.pdf
- Giovannoni, E. & Giacomo, F. (2014). What Is Sustainability? A Review of the Concept and Its Applications, en Cristiano Busco, Mark L. Frigo, Angelo Riccaboni, Paolo Quattrone y Sabina Ratti, *Integrated reporting: concepts and cases that redefine corporate accountability*, New York: Springer International Publishing, recuperado el 08 de junio de 2018 de https://www.springer.com/cda/content/document/cda_downloaddocument/9783319021676-c1.pdf?SGWID=0-0-45-1429317-p175460664
- Gobierno Federal (11 de junio de 2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018*. Recuperado el 2 de junio de 2018 de <http://www.inedec.gob.mx/files/PND.pdf>
- Hart, S. & Milstein, M. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Executive*, 17(2), pp. 56-69, recuperado el 2 de junio de 2018 de https://www.researchgate.net/profile/Stuart_Hart4/publication/229045047_Creating_Sustainable_Value/links/0a85e5320a7ff453d0000000/Creating-Sustainable-Value.pdf?origin=publication_detail
- Hurtado de Mendoza Torres, I. (septiembre de 2012). *Las dimensiones de la sustentabilidad*. Recuperado el 3 de junio de 2018 de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/130/Lasdimensionesdelasustentabilidad.pdf>
- Instituto de Investigación Jurídica (29 de abril de 2010). *El concepto de Gobernanza*. Recuperado el 8 de junio de 2018 de <file:///C:/Users/HP%20MINI/Downloads/5.pdf>
- Lloyd's Register (s.f.). AS 9100 Sistemas de Gestión Aeroespacial. Recuperado de <http://www.lrqamexico.com/certificaciones/AS-9100-Gestion-Aeroespacial/>
- López Galindo, M. & Pérez Rueda, S. (9 de Enero de 2018). Surgimiento y crecimiento de la industria aeroespacial en México. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 5(9), recuperado de <https://doi.org/10.29057/estr.v5i9.2970>
- Naciones Unidas (22 de junio de 2012). Documento final de la conferencia El futuro que queremos. Recuperado el 8 de junio de 2018

- de https://rio20.un.org/sites/rio20.un.org/files/a-conf.216-1-1_spanish.pdf.pdf
- Nava Amezcua, R. (septiembre-octubre de 2016). Historia de la industria aeroespacial en México y su vínculo con la aeronáutica. *Ciencia UANL*, (81), pp. 17-25, recuperado el 14 de mayo de 2018 de <http://eprints.uanl.mx/11885/1/Documento2.pdf>
- Porter, Michael E. (noviembre-diciembre de 1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6), pp. 77-90, recuperado el 23 de mayo de 2018 de <http://www.csus.edu/indiv/c/chalmersk/econ251fa12/clustersneweconofcompetition.pdf>
- Presidencia de la República (20 de mayo de 2013). Las 5 grandes metas nacionales del PND. Recuperado el 11 de junio de 2018 de <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/las-5-grandes-metas-nacionales-del-pnd>
- Presidencia de la República (20 de mayo de 2013). Recuperado el 7 de junio de 2018 de <https://www.gob.mx/presidencia/acciones-y-programas/plan-nacional-de-desarrollo-2013-2018-78557>
- ProMéxico (2017). *Plan de Órbita 2.0*. Recuperado el 12 de mayo de 2018 de <http://www.promexico.mx/documentos/mapas-de-ruta/plan-orbita-2.0.pdf>
- Quintero, J. & Sánchez, J. (2006). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 8(3), pp. 377-389, doi:1317-0570.
- Red Estelar (s.f.). La Carrera Espacial. Recuperado el 6 de junio de 2018 de <https://red-estelar.webcindario.com/La-carrera-espacial.html>
- Rodríguez López, J. (15 de junio de 2010). La creación de valor sostenible y la inevitable transformación de los negocios. Recuperado el 3 de junio de 2018 de <http://www.eoi.es/blogs/commons/la-creacion-de-valor-sostenible-y-la-inevitable-transformacion-de-los-negocios/>
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (febrero de 2012). *Programa Nacional de Actividades Espaciales*. Recuperado el 21 de noviembre de 2017 de <http://www.aem.gob.mx/downloads/documents/PNAE%202011->

2015.pdf

Secretaría de Economía (11 de noviembre de 2014). Sector Aeroespacial. Recuperado el 13 de mayo de 2018 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/63679/FC_Aeroespacial_ES.pdf

Secretaría de Economía (8 de julio de 2013). *Diagnóstico del Sector en México y a nivel internacional*. Recuperado el 13 de mayo de 2018 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/58801/Diagnostico_del_sector_en_Mexico_y_a_nivel_internacional.pdf

Secretaría de Economía, ProMéxico (17 de julio de 2014). *Plan Nacional de Vuelo. Industria Aeroespacial Mexicana. Mapa de ruta 2014*. Recuperado el 10 de junio de 2018 de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/60149/MRT-Aeroespacial-2014.pdf>

Secretaría de Economía (12 de marzo de 2012). *Pro-Aéreo 2012 - 2020. Programa Estratégico de la Industria Aeroespacial*. Recuperado el 14 de mayo de 2018 de http://economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/industria_comercio/PROAEREO-12-03-2012.pdf

Secretaría de Economía (8 de julio de 2013). *Perspectivas del Sector Aeroespacial*. Recuperado el 11 de mayo de 2018 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/58800/PERSPECTIVAS_DEL_SECTOR_AEROESPACIAL.pdf

Simón Domínguez, N. & Rueda Peiro, I. (2016). *Hacia una administración sustentable*. México: FCA Publishing.

World Commission on Environment and Development (15 de marzo de 2009). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Recuperado el 2 de junio de 2018 de <https://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>



5

EL MODELO DE LAS SEIS DIMENSIONES DE GEERT HOFSTEDÉ PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Área de investigación: Entorno de las organizaciones

Carlos Ernesto Moreno Martínez

Facultad de Contaduría y Administración, División de estudios

de posgrado, México

cemm191088@gmail.com

Hugo Javier Buenrostro Aguilar

Facultad de Contaduría y Administración, División de estudios

de posgrado, México

Agradecimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM),

al Instituto Tecnológico de México (ITAM), al Institut Catholique des Hautes Études

Commerciales (ICHEC) en la Brussels Management School, moviidades nacional e internacional,

que permitieron enriquecer este trabajo con información actualizada y fuentes primarias para su elaboración, y sin los que esta investigación no hubiera sido posible.

Resumen

La toma de decisiones en los negocios internacionales es una acción que debe ser estudiada con detenimiento y profundidad, ya que diversos factores y variables pueden ser considerados. El análisis de esta acción permite contar con un panorama amplio, que dé soporte a la viabilidad y factibilidad de tan importante decisión. Entre los distintos enfoques que pueden tenerse en cuenta, el cultural puede dar una perspectiva realista y, sobre todo, oportuna de las posibilidades de éxito.

Este trabajo tiene como objetivo principal demostrar la aplicación del modelo de Geert Hofstede en la toma de decisiones en los negocios internacionales, su importancia y utilidad. Los temas que aborda esta investigación respecto de la aplicación del modelo de Geert Hofstede en la toma de decisiones son: las negociaciones internacionales, el liderazgo y el emprendedurismo, la ética y el sistema de valores, la administración de negocios, así como el comportamiento del consumidor.

Palabras clave: Geert Hofstede, negocios internacionales, toma de decisiones, modelo cultural y administración.

Toma de decisiones

La toma de decisiones es una actividad de alta importancia para la administración por su impacto económico, social, motivacional y hasta simbólico; los modelos para la toma de decisiones son el tema central de un campo de estudio interdisciplinario, llamado Teoría de la decisión, en el que intervienen diversas áreas de conocimiento como: la administración, la economía, la filosofía y las ciencias políticas. Éstas estudian el comportamiento y los fenómenos psíquicos de aquellos que toman las decisiones, así como las condiciones por las que deben ser tomadas. Este trabajo presenta un análisis de la toma de decisiones en los negocios internacionales mediante el uso del modelo de Geert Hofstede, en el que se estudia la definición y la importancia de la toma de decisiones.

La decisión es, tal vez, el más humano de los actos; es la combinación de facultades analíticas de observación, conocimiento e intuición de los seres humanos. Entre la libertad absoluta para decidir y la predeterminación de las decisiones posibles, ha transcurrido la historia humana (Curzio, 1998). El acto de decidir implica una conciencia clara de las finalidades que se pretende alcanzar por medio de la decisión (Lozano, 2003). Adicionalmente, las decisiones son algo más que proposiciones de hecho. Desde luego, describen un estado futuro de las cosas y esta descripción puede ser verdadera o falsa en un sentido estrictamente empírico; poseen una cualidad imperativa que selecciona un estado futuro de cosas y dirigen el comportamiento hacia la alternativa elegida.

Según Díaz (2011), las decisiones se evalúan como una serie de información, conocimientos y resoluciones racionales de un sujeto, y se vinculan con las metas, objetivos y criterios de una empresa u organización. La importancia de la toma de decisiones no sólo radica en tomar las correctas, sino también en tomarlas de forma oportuna y con el mínimo costo; asimismo, está íntimamente relacionada con la posición que ocupa quien la efectúa en la organización. Para determinar la relevancia de una decisión, se debe evaluar cinco factores (Lozano, 2003):

1. Tamaño o duración del compromiso
2. Flexibilidad de los planes
3. Certeza de los objetivos y políticas
4. Cuantificación de las variables
5. Impacto humano

Existen tres tipos de decisiones. El tipo de decisión que se opte tomar, depende de la naturaleza del contexto y del objetivo que se persiga (Lozano, 2003):

1. Aleatorias
2. Paramétricas
3. Estratégicas

Asimismo, Lozano (2003) explica que las decisiones pueden ser clasificadas:

1. Según el sujeto que decide
2. Según el contenido y el enfoque básico de quien decide
3. Según las repercusiones que originan
4. Según el conocimiento de los datos y las circunstancias

5. Según el tipo de autoridad que las fundamenta
6. Según el nivel jerárquico
7. Según la participación de los interesados

Existen diversos modelos para la toma de decisiones que pueden ser utilizados en las organizaciones. A continuación, en la Tabla 1 se muestran algunos de ellos:

Tabla 1. Principales teorías de los procesos de toma de decisiones

Fuente: Lámbarry, F; Rivas, L. y Peña, M. (2010). Modelo de decisión bajo una perspectiva de análisis de sus procesos. *Universidad y Empresa*, (18), p. 143.

El estudio de las propuestas de diversos autores como Simon (1987), Huber (1989), Newell (2014), Stoner (2011), Robbins (2010), entre otros, permite identificar entre los procesos particulares de la toma de decisiones las siguientes generalidades (Rodríguez-Cruz, 2013):

1. Análisis de la situación problemática
2. Generación de alternativas de solución
3. Análisis y selección de la alternativa(s) de decisión
4. Implementación de la decisión(es)
5. Control de la implementación de la decisión y la resolución del problema

Cada una de las teorías y modelos forman parte de un abanico de opciones para la toma de decisiones, y deben ser contemplados y analizados con detenimiento, ya que en sí mismos no están especializados en un área o sector, por lo que su aplicación puede darse en diferentes ámbitos. Bajo esta línea, ninguna teoría o modelo para la toma de decisiones se encuentra apoyado en el enfoque cultural como tal, puesto que se enfoca más en el proceso y la sistematización para la obtención de resultados, que en las variables y factores que no forman parte del proceso administrativo, como es la cultura; por lo mismo, tampoco propone aludir a modelos culturales como el de Hofstede (1970), Trompenaars (1997), Schwartz (1990) o el de Hall (1966), que bien podrían ser un importante apoyo.

Asimismo, la toma de decisiones individuales u organizacionales no debe ser vista únicamente como procesos organizados y estructurados por etapas, que comprenden el diagnóstico de la situación específica y la conformación de una serie de alternativas mediante las que se implemente

una decisión, según las reglas del menor costo o de la resolución más fácil. La toma de decisiones implica no solamente un asunto de secuencias técnicas inspirado por la lógica, sino también una compleja y exigente determinación con contenidos éticos y culturales (Díaz, 2011).

La mayor parte de la literatura referente a los modelos y procesos de la toma de decisiones organizacional interna, examinada por diversos investigadores como March (1997); Dess y Priem (1995); Fisher, Ury y Patton (1981); Mitzberg (1976); Cohen, March y Olsen (1972); Pettigrew (1973); Allison (1971); Bion (1948); March y Simón (1958), y Bernoulli (1939), no menciona el enfoque cultural como clave en la toma de decisiones en los negocios internacionales, y, por consiguiente, las ventajas que ofrece el modelo de Geert Hofstede al contar con un panorama anticipado acerca de las posibilidades reales de éxito. Descuidar el enfoque cultural y sólo hablar en términos generales respecto de la distancia psicológica (aculturación), pueden provocar graves errores y, por ende, una pérdida de la inversión de recursos. En virtud de lo anterior, este trabajo remarca la importancia que tiene contar con la información cultural oportuna ante decisiones de este ámbito, y, a su vez, indica la falta de programas para la adquisición de dicha información. Existen organizaciones, como universidades, el gobierno local y las cámaras de comercio, que pueden dar apoyo al construir herramientas de investigación del ambiente externo de las empresas a bajo costo, que ayuden a tener una mejor visión de los negocios (Castaño, 2009).

A pesar de existir diferentes tipos de decisiones, éstas pueden estar afectadas por la cultura del medio social de quien las toma, la cultura de las naciones y también la de las empresas, ya que pueden diferir entre sí. Estos tipos de decisiones pueden analizarse por medio del modelo de las seis dimensiones de Geert Hofstede, que sirve para detectar eslabones débiles de la cadena cultural que puedan ser fortificados (Yacuzzi, 2007).

La adecuada adquisición y administración de la información son vitales en los procesos de toma de decisiones. Estos procesos han sido identificados como secuencias en las que hay pasos, métodos para cumplir estos pasos y un contexto que condiciona la toma de decisiones. Pero esto se debe a que los tomadores de decisiones están limitados a su propio espacio y mundo cognitivo, que está sustentado fuertemente en sus experiencias personales (como la ética y valores individuales, además de su

idiosincrasia), sus limitaciones y sesgos (Lieberman-Yaconi, 2010). Por este motivo, la toma de decisiones es un proceso vital que recae en todos aquellos que las toman, y éstas tienen un impacto de largo alcance y constituyen, por consiguiente, un proceso de selección que involucra la asignación de los recursos necesarios para alcanzar o mantener una ventaja competitiva.

Modelo de Geert Hofstede

Vivimos en un mundo de culturas distintas. La comunicación intercultural cobra cada vez más sentido, el reto es saber comunicarse de forma efectiva con aquellas culturas con las que nos relacionamos para que podamos entender mejor los rasgos culturales que predominan en unas u otras zonas del mundo y, de esta forma, lograr adaptarnos. El éxito de la comunicación intercultural dependerá de nuestro grado de comprensión y aceptación de la otra cultura, así como de conocer nuestros rasgos culturales que pueden ser llamativos para otros. Geert Hofstede nos proporciona información mediante seis dimensiones para que podamos tener una idea concreta de cómo es cada cultura y las diferencias que pueden existir con la nuestra.

1. Distancia al poder es: “la medida por la cual las personas en posiciones bajas (jerárquicamente) en las instituciones (tales como la familia, escuela, comunidad, etc.) u organizaciones (lugar de trabajo) esperan y aceptan que el poder esté dividido inequitativamente” (Hofstede, 2010, p. 65).
2. En el mundo, existen muchos ciudadanos que viven en sociedades donde la comunidad es primero, lo que se conoce como colectivismo (no el Estado ni la nación, sino la comunidad); es el sentido de pertenencia a un grupo, como la familia, la escuela y el trabajo. Una menor cantidad de personas vive en una sociedad donde el individuo tiene una posición central y prioritaria; el individuo es primero, esto es llamado individualismo (Hofstede, 2010, p. 148).
3. Una sociedad es masculina cuando los roles emocionales están claramente distinguidos y separados, mientras que una sociedad es femenina cuando los roles emocionales se encuentran mezclados (Hofstede, 2010, p. 176).
4. Aversión a la incertidumbre es el grado en el que una sociedad se

siente amenazada cuando se encuentra en situaciones ambiguas o de incertidumbre, y, por consiguiente, ésta busca estructuras estatutarias (Hofstede, 2010, p. 115).

5. La orientación a largo plazo es la búsqueda de virtudes orientadas hacia recompensas futuras, particularmente, la perseverancia y el ahorro (Frohholdt, 2009, p. 107).

6. Indulgencia es la tendencia de gratificar los deseos humanos naturales de disfrutar la vida y divertirse. Por otro lado, la moderación es definida como la convicción de que la gratificación necesita ser frenada y regulada por normas sociales estrictas (Vanvinckenroye, 2015, p. 36).

La cultura y la toma de decisiones son inherentes a los negocios internacionales y gracias a la aplicación práctica del modelo de Geert Hofstede es posible visualizar la conexión que existe y uno de estos tres temas. Uno de los principales alcances del modelo de Geert Hofstede, es la factibilidad de analizar cada dimensión cultural de forma holística e integral; es decir que, adicional a los indicadores que arroja cada parámetro, se puede y se debe adentrar en la situación económica, política, cultural y social actual de cada país (nación y sociedad) en el momento en el que se lleva a cabo el estudio, y, desde luego, conocer los objetivos y alcances que se pretenda obtener.

Asimismo, al hablar de negocios internacionales también es necesario hacer mención de las negociaciones comerciales que dentro de sus diversas definiciones hablan del ganar-ganar, como un común acuerdo entre varias partes involucradas con el fin de obtener beneficios para cada una de ellas. Sin embargo, los intereses y objetivos de cada parte varían y no son visibles dado que existe una asimetría de información, por lo que conocer los intereses y objetivos de las partes involucradas parece ser algo imposible de lograr, sobre todo cuando se trata de un análisis previo a la toma de decisiones.

Aplicación del modelo de Geert Hofstede

La aplicación práctica del modelo de Hofstede se ha llevado a cabo en lugares de trabajo multiculturales, gestión de empresas, comunicación mediante fronteras geográficas e institucionales, equipos de trabajo

globales, desarrollo de competencias globales, *joint ventures*, negociaciones internacionales, funciones globales, estrategias de negocios, entre otros (Bing, 2004). Sin embargo, para este trabajo los principales temas relacionados, y abordados desde la toma de decisiones en los negocios internacionales, con el uso del modelo de Hofstede son: las negociaciones internacionales; el liderazgo y el emprendedurismo; la ética y el sistema de valores; la administración de negocios, y el comportamiento del consumidor, ya que éstos tienen un impacto significativo en relación con la toma de decisiones en los negocios internacionales (ver Figura 1).

Figura 1. Áreas que tienen impacto en la toma de decisiones de acuerdo con la aplicación del modelo Geert Hofstede en los negocios internacionales

Fuente: Elaboración propia con base en Moreno, E. (2017). Anexo 1. La aplicación del modelo de las seis dimensiones de Geert Hofstede para la toma de decisiones en los negocios internacionales, pp. 88-100.

Adicionalmente, estas áreas no sólo tienen un impacto significativo en la toma de decisiones en los negocios internacionales, sino que también han sido estudiadas con el uso del modelo de Geert Hofstede y a partir de su relación con las seis dimensiones culturales (ver Figura 2).

Figura 2. Relación de las seis dimensiones de Geert Hofstede con las áreas que tienen un impacto significativo en la toma de decisiones en los negocios internacionales

Fuente: Elaboración propia con base en Moreno, E. (2017). Anexo 1. La aplicación del modelo de las seis dimensiones de Geert Hofstede para la toma de decisiones en los negocios internacionales, pp. 88-100.

a) Negociaciones internacionales: Existe una mayor dificultad al momento de negociar con culturas de países diferentes, ya que las negociaciones implican la interacción de dos o más partes con diferentes objetivos, que tratan de llegar a un acuerdo que genere un compromiso que satisfaga la oposición de intereses, pero es la programación de la mente (la cultura) la que guía las acciones en todas las esferas de la vida y la que determina la toma de decisiones. De acuerdo con el modelo de Hofstede, existe una relación dentro del modelo de las negociaciones

internacionales donde las decisiones se llevan a cabo en la etapa final del proceso de negociación, que es cuando se crea un acuerdo (Pirzada, 1992).

El enfoque cultural ha sido el más utilizado en las investigaciones acerca de los negocios internacionales y el modelo de Geert Hofstede es el más usado por estar disponible, actualizado, ser cuantificable, entendible y aplicable en las comparaciones entre países (Rosa, 2013). Una de las consideraciones más importantes a tomar en cuenta en el ámbito de los negocios internacionales, es la distancia física que existe entre países, así como la que existe entre regiones dentro de un mismo país, ya que implica que las dimensiones culturales varíen; de tal forma que la homogeneidad cultural en los negocios también debe ser evaluada a nivel regional y por zona (Kaasa, 2015). Así, la comunicación es un factor clave para llevar a cabo negociaciones comerciales internacionales con efectividad (Dorner, 2006), y el proceso cultural es útil para transmitir información por medio de sus seis etapas: conocer, entender, aplicar, analizar, sintetizar y evaluar.

La cultura afecta todos los aspectos del comportamiento de las negociaciones, inclusive las cinco etapas del proceso de negociación: 1) El establecimiento de la agenda, la programación del proceso de negociación; 2) El procesamiento de la información; 3) La comunicación; 4) Las tácticas de negociación, y 5) El desarrollo de la negociación (Manrai, 2010).

En el proceso de la globalización y la competencia en los mercados internacionales, la interculturalidad se ha convertido en el ingrediente esencial del éxito en las transacciones económicas internacionales; por ello, las diferencias culturales en el mundo deben completar la formación de los tomadores de decisiones en los negocios internacionales. Los estilos de negociación definidos evitan caer en la trampa de los estereotipos. Las claves del éxito en las negociaciones son: eficiencia, puntualidad, honestidad, conocer los niveles de jerarquía y tener, al menos, el nivel básico del idioma del país contraparte. Existen dos condiciones en el estilo de negociación: primero, las características individuales, como la personalidad, educación, experiencia y carisma, y segundo, factores colectivos, como la programación mental (cultura) de cada nación (Hamburg, 2010).

b) Liderazgo y emprendedurismo: Existen factores macroeconómicos, microeconómicos, así como culturales que limitan o promueven el emprendedurismo y el liderazgo, en el que el rol de los factores económicos, políticos, legales y sociales funge como moderador de las relaciones entre la cultura y la orientación empresarial (Peterson, 2000). Algunos aspectos de una sociedad, como tener mayor inclinación a ser autónoma, tomar riesgos, innovar, competir de manera agresiva y con orientación empresarial proactiva, dependen directamente de su composición cultural. La diversidad cultural sí es un factor determinante para el emprendedurismo (Lobont, 2015). En la toma de decisiones de inversión, la cultura afecta inevitablemente a los gerentes y accionistas, en quienes un alto nivel de individualidad implica mayor inversión, mientras que altos niveles de aversión a la incertidumbre y masculinidad generan menores inversiones (Zhan, 2015).

El emprendedurismo es un factor clave para el crecimiento y desarrollo económico de un país, pues provee oportunidades de empleo, diversidad de productos y servicios, y ayuda a incrementar la prosperidad y la competitividad; un alto nivel de aversión a la incertidumbre promueve la generación de emprendedores (Apetrei, 2013). En lo referente al liderazgo, éste se encuentra relacionado con el manejo de proyectos; quienes los llevan a cabo son propensos a puestos y funciones en sintonía con sus valores nacionales, por lo que se debe realizar actividades de exploración para identificar la capacidad de adaptación cultural de los líderes y para acoplarla a la complejidad de los proyectos que se necesite llevar a cabo (Chipulua, 2016).

Existe un ranking de los 15 objetivos más importantes de los líderes en los negocios (Hofstede, 2002): crecimiento del negocio; continuidad del negocio; ganancias anuales; bienestar personal; poder; honor y reputación; creación de algo nuevo; las ganancias de los últimos 10 años; permanecer dentro de las regulaciones de la ley; responsabilidad hacia los empleados; respetar las normas éticas; responsabilidad social; patriotismo y orgullo nacional, e intereses familiares.

Actualmente, existe un nuevo tipo de empresario: el emprendedor cultural o emprendedor social, quien, más allá de ser estudiado a nivel nacional, debe ser analizado por su visión global y su deseo de poner en manifiesto los valores ambientales y sociales, ya que atraviesa las fronteras

de su país con el anhelo de satisfacer las necesidades que la economía no puede resolver (Apetrei, 2013).

c) Ética y sistema de valores: La aplicación de los principios éticos en la práctica de los negocios tiene una influencia cultural en las decisiones de los gerentes de negocios, relacionada con la integridad personal, el ambiente externo y el género (Joseph, 2003), ya que los valores culturales están asociados a la toma de decisiones y a las negociaciones internacionales (Bradley, 2006). Asimismo, la toma de decisiones se ve impactada por la cultura, incluso por encima de las leyes y las regulaciones, pues son los valores culturales los que rigen las decisiones por encima de lo predecible (Ashraf, 2016). Los valores de los fundadores y líderes son clave, pero son las prácticas compartidas día a día las que afectan a una cultura (Hofstede, 1990).

Las medidas de regulación son un balance entre la cultura y los valores universales; la toma de decisiones basada en la aversión al riesgo y la aversión a las pérdidas, da como resultado la ejecución de regulaciones y medidas de prevención (Basta, 2011). La implementación de leyes y normas es aplicada para medir los sesgos en la toma de decisiones, y se ha analizado que puede ser mediada por la regularización de las emociones; por ejemplo, al reevaluar el problema de elección, ya que la forma en la que ajustamos las emociones está determinada por la cultura (Wiley, 2016). Una vista panorámica y el respeto por las ideologías y formas de pensar son factores que llegan a determinar el fracaso o éxito en las relaciones entre países y, por lo tanto, también en las negociaciones comerciales internacionales y en la toma de decisiones (Harrison, 2013).

En los negocios internacionales, se requiere profesionales que cumplan con diferentes códigos de ética nacionales e internacionales, y que comprendan las diferencias culturales que existen, puesto que, por similares que éstas parezcan, nunca son iguales. Asimismo, es indispensable que ellos adapten los códigos propios a los de los países donde se llevarán a cabo las actividades comerciales (Clements, 2009). Finalmente, las perspectivas no son buenas ni malas, sólo son diferentes de acuerdo con el tipo de cultura al que se pertenece (Carrol, 2012). De este modo, la decisión con ética es el arte del negociador virtuoso (Díaz, 2011).

d) Administración de negocios: La administración y la planificación están restringidas culturalmente. La eficacia de una cultura está determinada por su sistema de valores, en el que se requiere habilidades de gestión adaptadas a la cultura local. Para la efectiva planificación y gestión, se necesitan conceptos antropológicos en el campo de la administración (Hofstede, 1984). Al momento de operar con subsidiarias en otro país, las decisiones deben ser analizadas mediante el proceso de aculturación y adaptarse a la cultura nacional (Ashraf, 2016); las decisiones estratégicas de las multinacionales deben ser tomadas en relación con la cultura corporativa y la cultura nacional (Zhang, 2016).

Las personas se comportan de forma diferente en cada cultura, adentrarse en culturas distintas promueve el entendimiento y cómo organizarse, mejora equipos multiculturales, disminuye la falta de entendimiento y fomenta la colaboración entre negocios. Los líderes de los negocios deben reconocer la importancia de las diferentes culturas; éstas, y no únicamente la nacionalidad matriz de las compañías, deberían influir en la misión y visión de las organizaciones (Hofstede, 2013). Las organizaciones deben aplicar técnicas de gestión del cambio para implementar estrategias en los negocios que sean más efectivas al adaptarse a la cultura local del país destino, en lugar de querer cambiar a las personas y adaptarlas a una sola forma de trabajo (Granered, 2006). Las teorías y prácticas de la administración han sido desarrolladas principalmente en países de occidente, por lo que no necesariamente pueden ser aplicables a otras culturas (Mert, 2013).

El éxito de toda organización depende del compromiso de sus colaboradores de cumplir los objetivos de la organización al hacer todo para lograrlos. Pero si los individuos no pueden alcanzar sus propios intereses, esto será la hoguera de la organización (Altaf, 2011). Los factores que influyen en la efectividad organizacional son la competencia, los cambios y la flexibilidad. Descentralizar la jerarquía ayuda a las organizaciones a reducir los problemas de coordinación, comunicación e integración. El sentido de pertenencia de los trabajadores los motiva a lograr los objetivos contemplados.

Es posible concluir que la cultura nacional produce importantes consecuencias en todos los ámbitos del desarrollo nacional, por lo que afecta la administración, los recursos humanos, el marketing, a los

individuos y las organizaciones que se relacionen con ella. Por ende, el administrador que entienda e incorpore la cultura nacional en sus decisiones, conseguirá una importante fuente de creación de valor y ventaja competitiva (Hidalgo, 2007). La administración internacional conlleva el manejo de factores de mercado, como tierra, trabajo, capital y organización, con elementos que no son de mercado, como la cultura, el conflicto y la cooperación (Prasad, 2008). No existen objetivos globales en los negocios; la globalización es, más que una realidad, un eslogan y una ilusión. En las organizaciones, los objetivos recaen en sus líderes. Se requiere mucha atención en la alta dirección, ya que la gestión de las discrepancias de objetivos entre empresas de diferentes nacionalidades puede implicar muchas dificultades y llevar al fracaso (Hofstede, 2002). Asimismo, es importante entender que el crecimiento económico no se da por siempre (Minkov, 2010) y, por lo tanto, las organizaciones deben orientar las acciones y esfuerzos hacia la conservación, más que al crecimiento.

e) Comportamiento del consumidor: El consumo es uno de los aspectos más cuestionados debido a la convergencia tecnológica y a la desaparición de barreras de ingreso de personas entre países. Hofstede (2002) menciona que esto no necesariamente conducirá a la homogeneización del comportamiento del consumidor. En la internacionalización de productos y servicios, las sociedades colectivistas y con visión a largo plazo prefieren consumir marcas nacionales o globales, a las que les tienen mayor lealtad, antes que a marcas exclusivas, mientras que en culturas con altos índices de masculinidad el tener la mayor cantidad de artículos de marcas de mayor precio, está relacionado con el éxito, puesto que éstos hacen más atractivos a sus compradores, quienes buscan lo más novedoso.

La publicidad puede ser hecha con base en la dimensión cultural en la que el país tiene un indicador más alto, y ser adaptada a las diferencias culturales, tales como: idioma, religión y valores (Sahin, 2014), de tal forma que el mensaje transmitido sea correcto y adecuado. Dentro de los diferentes tipos de atractivos publicitarios, se encuentra una relación con los valores culturales, y en la medida en que se conozca esta relación se podrá transmitir el mensaje adecuado al mercado meta (Gelb, 1996). Por ello, culturas con mayor apertura a nuevas ideas fomentan una comunicación efectiva, mientras que culturas con un alto nivel de

invididualidad afectan la comunicación de forma negativa (Jensen, 2013). Puesto que la cultura influye significativamente en el nivel de satisfacción de los clientes, hay que personalizar en lugar de estandarizar (Litvin, 2003).

La orientación cultural es susceptible a la adopción de productos extranjeros, con un nivel de importancia crítica para el éxito de las estrategias de mercado internacionales. Culturas con bajo nivel de individualismo, alta masculinidad, aversión a la incertidumbre y orientación a largo plazo muestran un comportamiento de etnocentrismo alto, por lo que no son un mercado meta favorable para hacer inversiones (Donthu, 2008). La diversidad cultural no debe ser subestimada. En términos de inversión, es importante que exista un presupuesto destinado a la investigación y desarrollo cultural, dado que los problemas de compatibilidad cultural necesitan ser abordados a largo plazo. La atención a las diferencias culturales en el desarrollo de productos, debe formar parte de las mejores prácticas en los negocios y debe ser integrada en los estándares de la industria. Tan pronto como se atienda la incorporación cultural, los beneficios de persuasión y confianza del consumidor se verán reflejados (Cook, 2005).

Dentro de los negocios internacionales, existen características universales como (Hofstede, 2010):

1. Dos o más partes con (parcial) conflicto de intereses.
2. Una necesidad común de lograr un acuerdo por las expectativas de los beneficios que se podrían obtener mediante ese convenio.
3. Un resultado indefinido hasta que se concluye o no el acuerdo.
4. Un medio de comunicación entre las partes.
5. Una estructura de control y toma de decisiones en la que los negociadores están ligados a sus superiores o a la circunscripción a la que pertenecen.

La toma de decisiones en el ámbito de los negocios internacionales se ve afectada por las culturas nacionales. Hofstede (2010) menciona que la distancia del poder afecta las negociaciones desde el nivel de centralización, control y toma de decisiones, así como por la importancia del estatus de los negociadores. El colectivismo afecta la necesidad de establecer relaciones entre los negociadores. En culturas colectivistas, reemplazar a una persona significa crear una nueva relación que llevará

tiempo. La masculinidad tiene un impacto por la necesidad del ego y la simpatía por el más fuerte entre los negociadores y sus superiores, así como por la tendencia a resolver conflictos para mostrar capacidad. La aversión a la incertidumbre afecta a la tolerancia a la ambigüedad, así como a la confianza o desconfianza que se tenga hacia la contraparte que muestre comportamientos desconocidos debido a la necesidad de estructuras y rituales en los procedimientos de las negociaciones.

Finalmente, la visión a largo plazo afecta la perseverancia de alcanzar los objetivos deseados de acuerdo con el nivel de costos que se esté dispuesto a sacrificar. En concordancia con la indulgencia, no existe aún información suficiente que dé sustento a la relación de esta dimensión y su impacto en la toma de decisiones en los negocios internacionales.

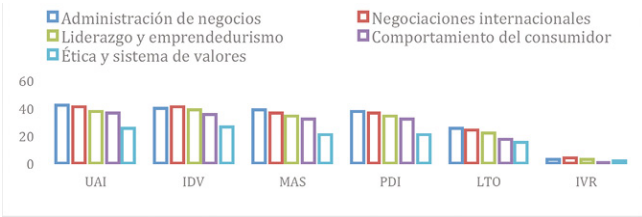
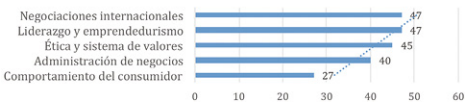
Conclusiones

En esencia, este trabajo satisface el propósito de demostrar la utilidad que tiene la aplicación del modelo de Geert Hofstede en la toma de decisiones en los negocios internacionales, puesto que se indica que los principales errores cometidos al momento de tomar decisiones se dan debido a la tendencia a ignorar el enfoque cultural. De igual forma, la aplicación del modelo da una perspectiva oportuna acerca de las posibilidades reales de éxito, ya que la cultura sí es un factor determinante en la toma de decisiones. El modelo, su aplicación, resultados y análisis no pueden ser utilizados ni recomendados como una generalidad; su uso debe destinarse a cada caso en particular en un momento determinado del tiempo. No existe interrelación alguna entre modelos culturales y de toma de decisiones, cada uno ha sido elaborado y sugerido de forma independiente, ninguno sugiere hacer una ilación. Ninguna teoría o modelo para la toma de decisiones se encuentra apoyado en el enfoque cultural. Éstos se centran más en el proceso y la sistematización para la obtención de resultados que en las variables y factores que no forman parte del proceso administrativo, como es la cultura, y, por lo tanto, tampoco proponen aludir al uso de modelos culturales ya existentes.

Los modelos culturales y de toma de decisiones no pueden dar un análisis del entorno económico, político y social, por lo que este trabajo también cuestiona la escasez de herramientas que permitan contar con esta información de manera oportuna y actualizada, y que permitan atender las

necesidades de las organizaciones al tomar decisiones de índole internacional basadas en estos factores. La aplicación del modelo no es suficiente para tomar decisiones en los negocios internacionales, adicionalmente se requiere un análisis del entorno económico, político y social para contar con un panorama amplio de las circunstancias y la situación actual de cada país y del mundo. Finalmente y como Geert Hofstede lo señala, los tomadores de decisiones en los negocios internacionales no deben olvidar las bases en su búsqueda por tomar la mejor decisión posible, necesitan recordar que el crecimiento no es eterno y que ahora deben estar orientados hacia la conservación. Los futuros maestros en Administración de Negocios Internacionales deben aprender a servir a la sociedad.

Teorías / Modelos de toma de decisiones		
Individuales (centrado en las personas)	Organizacionales	
	Interno (dentro de la organización)	Externo (entre organizaciones)
Teoría de la intuición (Simon, 1987; Kahneman, 2002).	Decisión basada en reglas (March, 1997).	Modelo de consensos Seeds for Change (Seeds for change Network, 2000).
Teoría de las emociones (Simon, 1987; Schwartz, 2000).	Modelo Dess-Priem (Dess y Priem, 1995).	Modelo de construcción de consensos (Suskind, 1999).
Modelo racional (Archer, 1980).	Modelo Harvard (Fisher, Ury y Patton, 1981).	Consenso Formal (Butler, 1994).
Teoría de las perspectivas (Kahneman y Tversky, 1979).	Modelo de decisiones progresivas (Mitzberg, 1976).	Decisiones por consenso (Organización Tree Bressen, 1984).
Modelo de la racionalidad limitada (Simon, 1957).	Modelo bote de basura (Cohen, March y Olsen, 1972).	Técnica Delphi (Dalkey Halmer, 1963).
Teoría del inconsciente (Freud, 1921).	Modelo político (Pettigrew, 1973).	
	Group Biases (Allison, 1971; Bion, 1948).	
	Modelo Carnegie (March y Simón, 1958).	
	Teoría de la utilidad (Bernoulli, 1939).	



Referencias

Ashraf, B. (2016). Effects of national culture on bank risk-taking behavior. Elsevier.

- Bangert D. y Pirzada, K. (1992). Culture and Negotiation. *The International Executive*, 34(1).
- Basta, C. (2011). Siting technological risks: cultural approaches and cross-cultural ethics. *Journal of Risk Research*, pp. 799-817.
- Bing, J. (2004). Hofstede's consequences: The impact of his work on consulting and business practices. *Academy of Management Executive*, 18(1), pp. 80-87.
- Camacho, M. (2014). ¿Cómo negocian los mexicanos? *Pensamiento y gestión*, (37).
- Carroll, A. (2012). In my new robe, this morning - someone else. *Critical Lining*, pp. 62-67.
- Castaño, A. (2009). Actitudes de los emprendedores de micro y pequeñas empresas frente a la adquisición de información externa para la toma de decisiones comerciales. *Estudios Gerenciales*, 27(121), pp. 159-174.
- Clements, C. (2009). The Impact of Cultural Differences on the Convergence of International Accounting Codes of Ethics. *Journal of Business Ethics*, pp. 383-391.
- Cook, J. (2005). The Impact of Cultural Diversity on Web Site Design. Rochester Institute of Technology, pp. 15-45.
- Curzio, L. (1998). Toma de decisiones. México: IFE.
- Donthu, B. (2008). The Effect of Personal Cultural Orientation on Consumer Ethnocentrism. *Journal of International Consumer Marketing*, pp. 7-44.
- Dorner, D. G. y Gorman, G. E. (2006). Information Literacy Education in Asian Developing Countries: cultural factors affecting curriculum development and programme delivery. *IFLA Journal*, 32(4)
- Douglas, S. (1992). Advances in international marketing. *International Journal of Research in Marketing*, pp. 9, 291- 318.
- Drango, M. (2008). Decisiones en la gerencia de la cadena de suministro. *Avances en sistemas e informática*, 87-52.
- Gelb, N. (1996). Business Advertising Appeals as a Mirror of Cultural Dimensions: A Study of Eleven Countries. *Journal of Advertising*, XXV(4).
- Granered, E. (2006). Managing change across cultures. *Multilingual*, 17(8), pp. 69-72.
- Harrison, A. (2013). Russian and American Cosmism: Religion, National

- Psyche, and Spaceflight. *The International Journal of Space Politics & Policy*, pp. 25-44.
- Hidalgo, P. (2007). La cultura nacional y su impacto en los negocios: el caso chileno. *Estudios Gerenciales*, 23(105), pp. 57-67.
- Hofstede, G. (2010). *Culture's consequences*. California, USA: SAGE Publications.
- Huber (1989). *Toma de decisiones en la gerencia*. México: Trillas.
- Kaasa, A. (2015). A new dataset of cultural distances for European countries and regions. Elsevier - Research in international business and Finance, pp. 231-241.
- Lámbarry, F., Rivas, L. y Peña, M. (2010). Modelos de decisión bajo una perspectiva de análisis de sus procesos. *Universidad y Empresa*, 18, 146-173.
- Lieberman, Y. (2010). Toward a model of understanding strategic decision-making in Micro-Firms. *Journal of Small Business Management*, 48(1), pp. 70-95.
- Litvin, S. (2003). Individualism/collectivism as a moderating factor to the self-image congruity concept. *Journal of Vacation Marketing*, 10(1), pp. 23-32.
- Lobont, O., Nicolescu, A., lapugean, C. y Alebaite, I. (2015). Is cultural diversity a determinant of the entrepreneurial activity? *Transformations in Business & Economics*, 14(2B).
- Lozano, S. (2003). El proceso de la toma de decisiones dentro de una empresa. UNAM.
- Manrai, L. (2010). The Influence of Culture in International Business Negotiations: A New Conceptual Framework and Managerial Implications. *Journal of Transnational Management*, 15(1), pp. 69-100.
- Melin, L. (1992). Internationalization as a strategy process. *Strategic Management Journal*, 13(S2), pp. 99-118.
- Mert, I. (09 de 2013). The evaluation of strategic management approaches through cultural fitness. *Journal of academic research in economics*, 5(2).
- Mirabal, A. y Piña, L. (2012). La toma de decisiones como proceso incidente en materia motivacional. *Compendium*, (29), pp. 5-19.
- Navas, J., Guerras, L. y Montero A. (2010). La racionalidad en las

- decisiones estratégicas. *Revista Ibero Americana de Estrategia*, 9(1), pp. 182-199.
- Prasad, S., Pisani, M. y Prasad, R. (2008). New criticisms of international management: An analytical review. *International Business Review*, 17(6), pp. 617-629.
- Rodríguez, E. y Pedraja, L. (2009). Análisis del impacto del proceso de toma de decisiones estratégicas sobre la eficacia de las organizaciones públicas. *Innovar*, 19(35), pp. 33-46.
- Rodríguez, Y. (2013). Análisis de la dimensión cognitiva en el proceso informacional de toma de decisiones organizacionales. *Ciencias de la Información*, 44(1), recuperado de <http://cinfo.idict.cu>
- Sahin, E. (2014). A qualitative study revealing the relationship between cultural indicators and attitudes toward the ads. *Epiphany: Journal of Transdisciplinary Studies*, 7(1).
- Vanvinckenroye, P. (2015). INTERCULTURAL TOPICS - An introduction to the Business Cultures of the World's Trading Nations. Bruselas, Bélgica: ICHEC Brussels Management School.
- Wang, M., Rieger, M. y Hens, T. (2017). The Impact of Culture on Loss Aversion. *Journal of Behavioral Decision Making*
- Yacuzzi, E. (2007). Un panorama de los modelos de decisión. Serie Documentos de Trabajo, No. 358, Buenos Aires: Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina, pp. 1-24.

INTERNALIZACIÓN DEL COSTO EXTERNO AMBIENTAL EN LA FABRICACIÓN DE BLOQUES DE CEMENTO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Área de investigación: Administración y sustentabilidad

Itzel Antara Mendoza de la Vega

Universidad Nacional Autónoma de México,

Facultad de Contaduría y Administración

itzelbbq@comunidad.unam.mx

Agradecimientos

Investigación realizada gracias al programa UNAM-DGAPA-PAPIIT IA301515: Gobernanza e implementación de estándares de sustentabilidad en la cadena de valor del cemento en México.

Resumen

Las pequeñas y medianas empresas (Pyme), como cualquier otra, contribuyen al uso de recursos y a la generación de contaminación, que se magnifican debido a la cantidad de éstas; es decir, en conjunto dichas empresas tienen un alto impacto ambiental global (Lefebvre, Lefebvre, y Talbot, 2003). Es por esto que es importante que las Pyme también implementen prácticas ambientales y estrategias sustentables que puedan mitigar su impacto ambiental.

Por ello, el objetivo de esta investigación es identificar el impacto en la generación de utilidades por la fabricación de bloques de concreto en la Ciudad de México al hacerse cargo de los costos externos ambientales. Se realizó un análisis descriptivo, de éste los principales hallazgos muestran que si fueran internalizados los costos externos, se afectarían los costos de producción lo suficiente como para impactar el precio de venta del bloque. Lo que sugiere que la internalización de los costos externos ambientales dentro de estas microempresas requiere el apoyo conjunto de

otras organizaciones para coadyuvar en la protección al ambiente sin afectar sus utilidades.

Palabras clave: Internalización de costos externos ambientales, Pyme e industria del cemento.

Introducción

El impacto ambiental colectivo de las pequeñas y medianas empresas (Pyme) y las presiones externas, como las regulaciones europeas y las exigencias de los proveedores (Lee, 2008) y de los consumidores (Biondi e Frey, y Iraldo, 2000), obligan a que las Pyme adapten sus estrategias comerciales e implementen estrategias sustentables en sus negocios (Hillary, 2000, citado por Musa y Chinniah, 2016, p. 260). A pesar de estas exigencias y del cumplimiento de la legislación ambiental por parte de algunas empresas, éstas las consideran como un problema para su negocio y asumen una postura negativa cuando se trata de ir más allá de los requerimientos regulatorios (Sáez-Martínez, Díaz-García, y González-Moreno, 2016).

Porter y Kramer (2006) proponen que cada empresa debe encausar sus prácticas ambientales en la forma más apropiada para su negocio, de esta manera las prácticas o iniciativas ambientales pueden ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva, en lugar de sólo un costo. Por su parte, Hart (2007) establece cuatro estrategias con las que las empresas pueden atender sus obligaciones ambientales al mismo tiempo que generan ventajas competitivas sustentables. Es por esto que el objetivo de esta investigación consiste en identificar el impacto en la generación de utilidades de las bloqueras de la Ciudad de México al asumir sus costos externos ambientales.

En la primera sección de la presente investigación, se define la internalización de los costos externos de las bloqueras; en un segundo apartado, se considera como marco de referencia las propuestas de Hart (2007) concernientes a la internalización en las empresas para generar valor sustentable de acuerdo con los impulsores y recompensas que cada empresa establece. A continuación, se describe la situación económica de las bloqueras de la Ciudad de México al identificar y analizar su proceso productivo y los impactos ambientales que generan, así como las regulaciones ambientales relacionadas con esta actividad. La descripción

de la metodología se muestra en la cuarta sección, en la que se menciona el objetivo de la encuesta utilizada y la selección de la muestra. En la siguiente sección, se detalla los resultados de la investigación, se lleva a cabo la estimación de los costos externos de las bloqueras y se ejemplifica cómo el cambio en las variables costo de producción y precio de venta afecta la generación de utilidades de las bloqueras al asumir su costo externo en el corto plazo. Finalmente, se refiere las principales conclusiones y limitaciones de la investigación.

Internalización de los costos externos ambientales

La internalización de los costos externos o externalidad¹ se presenta cuando los daños ambientales provocados por una actividad económica perjudican a terceros, que deben ser compensados por el agente causante (Pearce y Turner, 1990). Dicho de otra manera, se refiere a incluir los costos externos dentro de los costos privados de producción, lo que implica una reevaluación de cómo identificar y medir los costos de los procesos y productos sin dejar de lado la depuración o eliminación de la contaminación generada por la actividad económica (Piciu y Militaru, 2013). En consecuencia, el costo social se define como el costo total de la actividad económica y está compuesto por el costo privado y el costo externo (ver Gráfica 1).

Gráfica 1.

Expresión gráfica de la externalidad

Fuente: Adaptado de Economics of natural resources and the environment (p. 68), de Pearce, D. W. y Turner, R. K., 1990, Baltimor, Johns Hopkins University Press. Derechos reservados [1990]
por Johns Hopkins University Press.

Si una externalidad es la diferencia entre los costos sociales y privados, el internalizar el costo externo reducirá el impacto de la externalidad (pero no por completo) además de modificar la estructura de costos. Es por ello que las decisiones de producción deben considerar las externalidades para no perder el recurso o insumo y disminuir al mismo tiempo los niveles de contaminación.

La internalización de los costos externos ambientales ha estado en un principio orientada a cumplir con las regulaciones ambientales de cada región o país (Hart, 2007); más tarde se implementó estrategias que

permitieran a las empresas disminuir sus residuos y emisiones al igual que sus costos por medio de prácticas como la ecoeficiencia, los sistemas de gestión ambiental, etc. (Klewitz y Hansen, 2014). No obstante, este tipo de prácticas está limitado ya que en algún momento los beneficios marginales netos de desempeño ambiental disminuirán en el largo plazo y el aumento del esfuerzo medioambiental representará costos netos (Schaltegger y Synnestvedt, 2002).

Una empresa puede guiar sus actividades operativas hacia la maximización de su rentabilidad a largo plazo al tener en cuenta los costos externos ambientales, sobre todo en la medida en que pueden ser requeridos para internalizarlos en el futuro. La adopción de estos métodos puede ayudar a la organización a ocupar una posición competitiva más fuerte en relación con las empresas que no los consideran.

Estrategias para la internalización de los costos externos

Las presiones externas, como las regulaciones europeas y las exigencias de los proveedores (Lee, 2008) y consumidores (Biondi y otros, 2000), son nuevos retos que enfrentan las empresas, a los que Hart llama “revolución verde” (2007); éstos se desarrollaron paulatinamente desde la negación de la contaminación, luego por la conciencia de la importancia de las cuestiones sociales y ambientales, hasta convertir estas cuestiones en oportunidades estratégicas para ciertas compañías según su capacidad, competencia y liderazgo. En la actualidad, se espera que las empresas busquen innovaciones que les permitan superar la “revolución verde” para convertirse en empresas sustentables globales capaces de crear estrategias corporativas y competitivas que proporcionen beneficios económicos, sociales y medioambientales incluidos en la base de la pirámide de ingresos.

Hart (2007) establece cuatro estrategias (ver Figura 1) con las que las empresas pueden atender sus obligaciones ambientales al mismo tiempo que generan ventajas competitivas sustentables. Cada estrategia tiene diferentes objetivos e impulsores que traerán recompensas corporativas. Hart plantea que en la medida en que se avance en la implementación de estas cuatro estrategias la empresa será capaz de crear valor sostenible, es

decir, valor accionario que al mismo tiempo impulse hacia un mundo más sustentable y, de esta manera, no sólo se verán las regulaciones o exigencias sociales como un sacrificio del rendimiento financiero (2007).

Figura 1.

Marco de referencia de valores sustentables

Fuente: Hart, S. L. (2007). *El capitalismo en la encrucijada: cómo obtener beneficios empresariales y generar mejoras sociales a un mismo tiempo*.

Deusto, p. 116.

No obstante, en su mayoría las Pyme han optado por implementar estrategias relacionadas con la prevención de la contaminación debido a sus impulsores (reducción de costos y emisiones, así como obtener una ventaja competitiva) y limitaciones (la falta de interés por ir más allá de sus requerimientos regulatorios y el desconocimiento de estos temas). Esta estrategia mantiene un enfoque interno y de corto plazo, por lo que no debe limitar el avance de otras estrategias, simplemente es el camino de entrada sugerido para este tipo de empresas.

Sin embargo, para la implementación de la estrategia de prevención de la contaminación las empresas deben estar bien internamente con el fin de evitar que el desempeño interno produzca resultados no deseados y bloquee el avance al desarrollo sustentable. Dicho en otras palabras: “En las empresas que no cuentan con procesos bien desarrollados de gestión de la calidad, podría haber obstáculos para implementar la prevención de la contaminación, ya que la estrategia requiere la participación voluntaria de un gran número de personas, especialmente de empleados, en esfuerzos de mejora continua” (Imai, 1986; Ishikawa y Lu, 1985, citado por Hart, 2005, p. 1000).

Con el tiempo, una estrategia de prevención de la contaminación pasará de ser un proceso exclusivamente interno (competitivo) a una actividad externa basada en la legitimidad (Hart, 1995). El desafío para las compañías es decidir qué medidas e iniciativas deben tomar y cuál es la mejor manera de gestionarlas, para ello hay que evaluar la capacidad de la organización (Hart, 2007).

Fabricación de bloques de concreto en la Ciudad de México

Las bloqueras son empresas dedicadas a la fabricación de bloques de cemento, que son un elemento primario para la elaboración de muros simples, estructurales, de retención y bardas perimetrales, tanto de viviendas como de otros tipos de obras, aunque también existen otros productos como el ladrillo, el tabicón y la bovedilla. Los bloques son elementos o piezas elaborados con una mezcla de cemento, agregados y agua; su fabricación se localiza dentro del eslabón de producción de la cadena de valor de la industria del cemento. La producción de éstos y de tubos de cemento en la Ciudad de México representa 3.54% de la producción nacional y 1.54% respecto de unidades económicas; los estados con mayores niveles de producción son Nuevo León, el Estado de México y Yucatán con 12%, 9% y 8% respectivamente (INEGI, 2014).

Torres, citado en Flores (2009), clasifica a los oferentes de vivienda en dos grandes grupos: los autoconstructores y los oferentes institucionales de crédito. Por lo general, las viviendas autoconstruidas son realizadas por los mismos propietarios de la vivienda o mano de obra especializada contratada, lo que sugiere que este tipo de viviendas puede tener diversos niveles de calidad, seguridad y servicios. Es una tendencia que 63% del millón de viviendas construidas en México cada año es de autoconstrucción (González, 2015).

El proceso de fabricación de bloques de concreto está compuesto por diferentes etapas y considera aspectos como el tipo de maquinaria, la selección del cemento a utilizar, la calidad de los aditivos y agregados, el espacio de trabajo, entre otros. Los puntos críticos en la fabricación de bloques son la calidad y cuidado de la materia prima utilizada, la dosificación de los materiales, la compactación y el curado² de los bloques, debido a que todos estos elementos repercuten en la calidad, resistencia y precio de los bloques.

De acuerdo con las regulaciones ambientales aplicables en la fabricación de los bloques de concreto, las bloqueras por normatividad deben atender la prevención de las emisiones atmosféricas, el manejo de residuos, el control de consumo de agua y la generación de emisiones sonoras (ver Figura 2).

Figura 2.
Regulaciones ambientales aplicables a los impactos ambientales
de las bloqueras

Fuente: Elaboración propia con base en las normas citadas.

Referente a la contaminación del agua, el proyecto de norma ambiental para el Distrito Federal, PROY-NADF-022-AGUA-2011, establece la obligación de presentar e implementar programas de ahorro de agua potable en los grandes consumidores del Distrito Federal (ahora Ciudad de México); es decir, en aquellos establecimientos cuyo consumo de agua potable sea mayor a 6 000 m³ anuales, ya sea proveniente de la red de agua potable o de pipas (SEDEMA, 2012b).

En cuanto a la contaminación del aire, la norma NADF-018-AMBT-2009 establece los lineamientos para prevenir las emisiones atmosféricas de particular PM₁₀ y menores, aunque sólo considera como objeto obligatorio de aplicación a las obras de construcción y/o demolición. Su principal propósito es prevenir las emisiones de partículas en la atmósfera, que pueden ser generadas por el polvo que se levanta por acción del viento en una obra de construcción (SEDEMA, 2012a).

El plan de manejo de residuos es el instrumento que considera el conjunto de acciones que permitan minimizar la generación de residuos sólidos municipales, y manejarlos de forma especial, e incluye la separación de la fuente, almacenamiento, recolección, transporte, aprovechamiento y disposición final de éstos (Semarnat, 2013). En este caso, las bloqueras tendrán que atender esta norma y dar aviso a la delegación si generan hasta 3 m³ de residuos sólidos. Si producen más de 3 m³ y hasta 7 m³, además de dar aviso a la delegación deberán adherirse al plan de manejo del centro de acopio, reciclaje autorizado o de la delegación correspondiente.

Por otro lado, la contaminación del ruido está regulada por la norma NADF-005-AMBT-2013, que define los límites máximos permisibles de emisiones sonoras en relación con el deterioro de la calidad de vida de los habitantes por las actividades que en su operación utilizan herramientas, maquinaria, equipos o cualquier otro artefacto que produce emisiones sonoras (SEDEMA, 2014a). Establece las condiciones mínimas de medición de las emisiones sonoras, los puntos y la determinación del nivel efectivo de fuente emisora.

Es importante considerar las regulaciones permanentes aplicables a la actividad de la fabricación de bloques de cemento, sobre todo porque son la base para considerar los costos externos ambientales dentro de la

empresa y prever que pueden ser requeridos para internalizarlos en el futuro.

Método

El presente trabajo es una investigación empírica con método de encuesta cuyo propósito es determinar las implicaciones en las utilidades a corto plazo al internalizar los costos externos ambientales de la producción de bloques de cemento.

El marco muestral utilizado para la selección de la muestra fue el listado obtenido del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2016). La muestra no es probabilística, y en ella se excluyeron las empresas que se dedican a otras actividades distintas a la fabricación de bloques, las empresas no localizadas y las que se encontraban ubicadas en localidades de difícil acceso, lo que dio 38 empresas dedicadas a la fabricación de bloques de cemento y localizadas en la Ciudad de México; de éstas sólo se completaron 18 entrevistas, por lo que se obtuvo una tasa de respuesta de 47%, debido a la información incompleta de algunas de ellas y a las empresas que se negaron a participar.

El objetivo de la encuesta fue conocer las prácticas de producción y costos y gastos de producción de dichas empresas. Debido a la poca apertura de los microempresarios a compartir su información financiera, la encuesta fue aplicada a los dueños y encargados de las bloqueras.

Resultados

De acuerdo con la investigación de campo, en promedio el precio unitario de venta del bloque es de \$5.50 por millar y se produce aproximadamente 635 888 bloques mensuales, lo que representa alrededor de \$3 062 602 de ingresos mensuales³(ver Tabla 1). En promedio, cada bloquera produce 35 327 bloques mensuales y tiene ingresos por \$171 700 mensuales.

Tabla 1.

Bloqueras de la Ciudad de México por estratos de personal ocupado

Fuente: Elaboración propia de acuerdo con la investigación de campo. Su producción es semitecnificada pues las bloqueras utilizan una mezcladora y una bloquera vibrocompactadora para producir los bloques, lo que indica que la producción depende en gran medida de la fuerza de los empleados. La vibrocompactadora tiene una capacidad para dos

moldes; es decir, limita la capacidad productiva y obliga a repetir más veces el moldeo.

Los clientes principales de las bloqueras son las casas de materiales o intermediarios (79%), seguidos por los particulares con 19%, mientras que 10% pertenece a otros tipos de clientes, quienes no fueron identificados durante las encuestas; es importante señalar que ninguna bloquera vende a constructoras. La forma de venta que más realizan es por pedido, aunque también algunas ventas son al menudeo.

Como se ha mencionado, la producción promedio actual de las bloqueras es de 35 327 bloques; sin embargo, para la estimación de su estado de resultados⁴ se considera una producción de 33 088 bloques al mes, porque es la producción más frecuente. El margen sobre la utilidad neta es de 9% sobre los ingresos, mientras que el margen de utilidad bruta es de 17% (ver Tabla 2). Los costos de venta representan 83% sobre sus ingresos y los gastos administrativos 8%; estos gastos están constituidos por la renta, el sueldo del administrador, el teléfono y combustible, lo que genera un gasto mensual de \$14 462.

Tabla 2.

Estado de resultados mensual

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al costo de venta, éste está constituido por los insumos cemento, arena y agua, además del consumo de energía eléctrica y el sueldo de los trabajadores. El costo más alto es del cemento, que es la materia prima principal, y aunque se utiliza en menor cantidad que la arena tiene un costo de \$3 040.00 por tonelada, mientras que la arena cuesta \$170.00 por tonelada. El pago a los trabajadores es de \$7 425 mensuales y el recibo promedio de luz es de \$3 250.00 bimestrales. Esta estructura de costos depende del nivel de producción.

La estimación de los costos externos ambientales se realizó con base en tres criterios: 1) el apego a las prácticas sugeridas de calidad, 2) la reutilización de sus residuos y 3) la prevención de la generación de emisiones. Para estimar el primer criterio referente a la calidad, se consideró el consumo adicional de materiales como costo externo para atender el posible daño que los bloques sin la calidad adecuada pueden ocasionar en la integridad de la estructura construida y de sus ocupantes; dicho de otra manera, se trata de una externalidad de productor a

consumidor. La implementación de las prácticas sugeridas de calidad dentro de las bloqueras, en consecuencia, genera un aumento en el consumo de las materias primas, de 81% de cemento y 55% de agregados.

El costo externo de residuos se estimó de acuerdo con la investigación de campo debido a que 67% de las bloqueras reutiliza los bloques defectuosos como insumo para las producciones posteriores. Como este porcentaje reutiliza sus residuos, sólo deberá dar aviso de manera voluntaria a la delegación correspondiente acerca de los residuos generados, y especificar que son reutilizados en el sitio de generación. Por otro lado, las bloqueras que desechan sus residuos (19%) deberán dar aviso a la delegación y entregar sus residuos a un centro de acopio o reciclaje autorizado. Por los servicios de recolección, recepción y disposición final de residuos sólidos, se debe pagar una tarifa de \$0.60 por cada kilogramo que exceda los 50 kilogramos que establece el Código Fiscal del Distrito Federal para residuos de la construcción (Asamblea legislativa del Distrito Federal, 2015).

Finalmente, según las recomendaciones de la norma NADF-018, para evitar los daños por la dispersión de polvo en zonas cercanas a viviendas, se considera como costo externo la compra de una lona para cubrir los agregados y así contener el polvo que puede ser levantado por el viento (SEDEMA, 2012a).

De esta manera, el costo externo (el que recae sobre terceros) es de \$120 831.00 (ver Tabla 3); si a éste se suma el costo del productor o privado, se genera un costo social de \$271 382.41 para las bloqueras que reutilizan sus desechos y de \$274 067.47 para las bloqueras que no lo hacen. Así, internalizar el costo externo ambiental reducirá el impacto de las externalidades generadas por las bloqueras.

Tabla 3.

Costo externo y costo social de las bloqueras

Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, con un nuevo costo de producción las bloqueras tendrían una pérdida de \$103 861.12, ya que su costo unitario pasaría de \$4.55 a \$8.20, 49% más alto que el precio de venta. Al considerar que todas las bloqueras pueden reutilizar sus residuos como incentivo para ahorrarse \$2

685.00, se estimó el estado de resultados de éstas que puede observarse en la Tabla 4.

Tabla 4.

Estado de resultados al internalizar sus costos externos ambientales

Fuente: Elaboración propia.

Al realizar un estudio de sensibilidad, se puede notar cómo cambia la utilidad neta respecto de las variables precio y costo unitario (ver Tabla 5). Si el precio de venta subiera de \$5.50 a \$10.00, entonces el valor medido en términos de la utilidad neta cambiaría de \$-130 270.00 a \$27 021. Es decir, un incremento de 67% en el precio representa un aumento de 121% en la utilidad neta, por lo que si decidieran incrementar el precio de venta del bloque, tendrían un impacto en la competitividad de los precios.

Tabla 5.

Análisis de sensibilidad

Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo que con su nuevo nivel de calidad en los bloques, podrían buscar la obtención de una certificación por producto; ésta permitiría implementar un sistema de gestión de la calidad, al igual que aumentar su precio de venta en 8%, ya que los bloques certificados tienen un precio más alto –y en un futuro se puede investigar otras alternativas de mercado, como la venta a constructoras. Sin embargo, como se puede ver en el análisis de sensibilidad, este incremento es insuficiente para cubrir sus costos y generar una utilidad. Tendría que existir otro tipo de apoyo para colocar el producto a ese precio en el mercado o disminuir su costo privado mediante economías de escala y el involucramiento de los proveedores o competidores.

Conclusiones

Con el objetivo de estimar el impacto en las utilidades de las bloqueras al asumir su costo externo, los costos internalizados se agruparon en tres categorías: calidad, residuos y emisiones atmosféricas. El análisis mostró que, del total de los costos de producción, los costos internalizados representaron alrededor de 45% de los costos totales. Esto afecta la generación de utilidades.

Este hallazgo indica que si fueran internalizados los costos externos ambientales, se afectaría los costos de producción lo suficiente como para perjudicar el precio de venta, lo que volvería al producto en la opción menos viable. Lo anterior coincide con los resultados de Neill y Willian (2015) y Kudelko (2006). En este caso, el costo unitario pasaría de \$4.55 a \$8.20, 49% más alto que el precio de venta actual, por lo que si las bloqueras decidieran aumentar el precio, tendrían que pasar de una estrategia de costos a una estrategia de diferenciación.

De acuerdo con Hart (2007), las estrategias que primeramente integran una empresa son aquellas que se centran en el presente; es decir, en la eficiencia y prevención de la contaminación desde una perspectiva interna para después ampliar la cadena de valor más allá de los límites tradicionales e incluir a las partes interesadas externas. Sin embargo, implementar las estrategias de prevención de la contaminación sí ayudaría a mejorar su eficiencia de producción, pero no reduciría sus costos, al contrario, los incrementaría. En este sentido, asumir los costos externos ambientales afecta su margen de utilidad, pero esta identificación (referente a la prevención de la contaminación) les permitirá estar preparados para requerimientos ambientales futuros y les permitirá diferenciar su producto de la competencia.

Las bloqueras, como microempresas, necesitan el apoyo de otras organizaciones para internalizar sus costos externos ambientales; por sí solas es difícil que afronten el alza de los costos de producción y mantengan el precio de venta. Es importante también el involucramiento de los consumidores para que adquieran productos con valor sustentable y con un precio más elevado.

En este caso, la autoconstrucción es una actividad poco controlada o regulada, pero 63% de las viviendas edificadas al año en México es construida de esta manera. El apoyo para que las bloqueras internalicen sus externalidades, puede garantizar o estandarizar que las viviendas construidas por medio de la autoconstrucción en la Ciudad de México tengan un nivel de calidad homogéneo, y, con ello, evitar deficiencias.

Dentro de las limitaciones de esta investigación, se encuentra el hecho de que no se tuvo acceso a los costos de los insumos de todas las bloqueras, por lo que fueron estimados y generalizados de acuerdo con los precios del mercado. Esta generalización limita saber si algunas bloqueras tienen

ventajas en los precios de compras por volumen, la ubicación del proveedor, el costo de envío, etcétera.

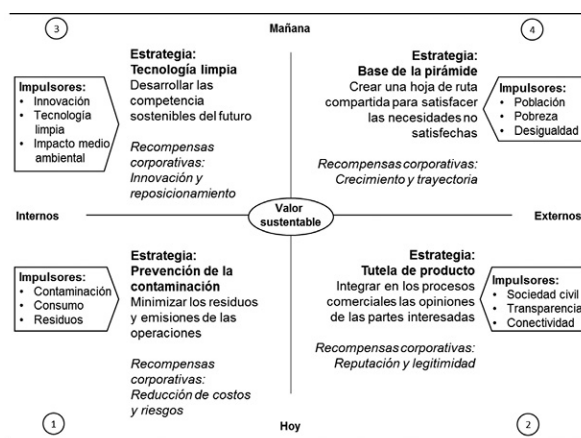
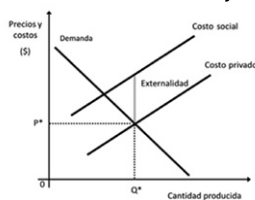
Las investigaciones futuras pueden ir encaminadas a conocer cómo otros eslabones de la cadena productiva pueden ayudar a la internalización de los costos externos ambientales de las microempresas, así como a estudiar cuál sería la decisión de los consumidores en lo relativo a comprar un producto más costoso, pero con mejor calidad y menor impacto ambiental en la Ciudad de México.

¹ Una externalidad aparece cuando la actividad económica desarrollada por individuos o empresas genera un efecto favorable o perjudicial no deseado sobre terceros, por el que no son compensados (Pigou, 1947, p. 128, citado por Pérez, Ávila y Aguilar, 2010).

² El curado consiste en mantener los bloques durante los primeros siete días, por lo menos, en condiciones de humedad necesarias para que se desarrolle la resistencia y otras propiedades deseadas (Gamboa de León, 2008; p. 8; CMAA, 2011, p. 6; Bureau of Indian standards, 2008, p. 3).

³ Ingresos estimados considerando los días de reposo de los bloques antes de ser vendidos, en promedio este tiempo de reposo es de tres días.

⁴ Se consideraron las respuestas obtenidas de la encuesta y los precios de mercado de los insumos.



Impacto	Objetivo	Regulaciones aplicables
Agua	Implementar programas para el ahorro de agua potable	PROY-NADF-022-AGUA-2011
Aire	Prevenir las emisiones atmosféricas de particular	NADF-018-AMBT-2009
Tierra	Plan de manejo de residuos sólidos	NOM-161-SEMARNAT-2011 PROY-NADF-007-RNAT-2013
Ruido	Define los límites máximos de emisiones sonoras	NADF-005-AMBT-2013

	Unidades económicas	Personal ocupado	Ingresos mensuales	Producción mensual
Muestra de bloqueras de la Ciudad de México	18	105	3,062,602.00	635,888
Hasta 2 personas	2	4	233,200.00	55,000
De 3 a 5 personas	10	35	1,792,480.00	360,800
De 6 a 10 personas	3	23	428,522.00	99,088
De 11 a 15 personas	2	26	444,600.00	88,000
Más de 15 personas	1	17	163,800.00	33,000

Concepto	Importe
Ingresos totales	\$181 984.00
Costo de venta	\$150 551.41
Utilidad bruta	\$31 432.6
Gastos administrativos	\$14 462.71
Depreciación y amortización	\$0.00
Utilidad operativa	\$16 969.88
Gastos financieros	\$0.00
Utilidad antes de impuestos	\$16 969.88
ISR	\$5 090.97
PTU	\$1 696.99
Utilidad neta	\$10 181.93

Concepto	Importe
Ingresos totales	\$181 984.00
Costo de venta	\$271 382.41
Utilidad bruta	\$ -89 398.4
Gastos administrativos	\$14 462.71
Depreciación y amortización	\$0.00
Utilidad operativa	\$ -103 861.12
Gastos financieros	\$0.00
Utilidad antes de impuestos	\$ -103 861.12
ISR	\$0.00
PTU	\$0.00
Utilidad neta	\$ -103 861.12

Concepto	Bloqueras que reutilizan	Bloqueras que no reutilizan
Costo privado	150,551.41	150,551.41
Calidad del producto	120,160.00	120,160.00
Por residuos	0.00	2,685.00
Prevención de emisiones	671.00	671.00
Costo externo	120,831.00	123,516.00
Costo social	271,382.41	274,067.41

		Precio						
		-103 861	5.50	6.00	7.00	8.00	9.00	10.00
Costo privado	4.55	10 183	20 109	39 962	59 815	79 667	99 520	
	5.00	1 249	11 175	31 028	50 881	70 734	90 586	
	6.00	-31 007	-14 463	11 175	31 028	50 881	70 734	
	7.00	-64 095	-47 551	-14 463	11 175	31 028	50 881	
	8.20	-103 861	-87 317	-54 229	-21 141	7 168	27 021	
	9.00	-130 271	-113 727	-80 639	-47 551	-14 463	11 175	

Referencias

Asamblea legislativa del Distrito Federal, VI legislatura (29 de enero de 2015). *Código Fiscal del Distrito Federal. Gaceta Oficial del Distrito Federal.*

Biondi, V., Frey, M. e Iraldo, F. (2000). Environmental management systems and SMEs. *Greener Management International*, 29(29), pp. 55–69.

Bureau of Indian standards (2005). Indian Standard. Concrete masonry units — specification. Part 1 hollow and solid concrete blocks.

- Recuperado de <https://law.resource.org/pub/in/bis/S03/is.2185.1.2005.pdf>
- Concrete Masonry Association of Australia [CMAA] (2014). CM04 Concrete Masonry – Manufacture. Recuperado de <https://cmaa.blob.core.windows.net/media/1008/cm04-concrete-masonry-manufacture.pdf>
- Flores, R. L. (2009). La vivienda en México y la población en condiciones de pobreza. *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, (63).
- Gamboa de León, O. (2005). *Optimización del proceso de fabricación de bloques de concreto del estándar 15x20x40 cm con grado de resistencia 28 kg/cm², caso específico fuerte-block máquinas #1 y #2* (Trabajo de grado). Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_1468_IN.pdf
- González, S. (20 de junio de 2015). De autoconstrucción, 63% de las viviendas que se construyen al año. *La Jornada*, recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/06/20/el-63-del-millon-de-viviendas-que-se-construyen-al-ano-son-de-autoconstruccion-consultora-6843.html>
- Hart, S. (2007). *El capitalismo en la encrucijada: cómo obtener beneficios empresariales y generar mejoras sociales a un mismo tiempo*. Barcelona: Deusto.
- _____ (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academy of management review*, 20(4), pp. 986-1014.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2016). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas [DENUE]. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- _____ (2014). Censos Económicos 2014. Tabuladores predefinidos. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/tabulados.html>
- Klewitz, J. y Hansen, E. G. (2014). Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 65, pp. 57–75, recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.017>
- Lee, S. (2008). Drivers for the participation of small and medium-sized suppliers in green supply chain initiatives. *Supply Chain Management: An International Journal*, 13(3), pp. 185–198, recuperado de

<https://doi.org/10.1108/13598540810871235>

- Lefebvre, É., Lefebvre, L. A. y Talbot, S. (2003). Determinants and impacts of environmental performance in SMEs. *R&D Management*, 33(3), pp. 263–283, recuperado de <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00297>
- Musa, H. y Chinniah, M. (2016). Malaysian SMEs Development: Future and Challenges on Going Green. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, pp. 254–262, recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.457>
- Pearce, D. W. y Turner, R. K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Baltimore: JHU Press.
- Pérez, R., Ávila, S. y Aguar, A. (2010). Economía ambiental, en *Introducción a las economías de la naturaleza*, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Piciu, C. G. y Militaru, I. (2013). Economic Conceptualization of Negative Environmental Externalities. *Romanian Economic and Business Review*, 123.
- Porter, M. E. y Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard business review*, 84(12), pp. 42-56.
- PROY-NADF-022-AGUA-2011 (s.f.). Recuperado de <http://www.ceseconsultores.mx/wp-content/uploads/2015/02/NADF-022-AGUA-2011.pdf>
- Sáez-Martínez, F. J., Díaz-García, C. y González-Moreno, A. (2016). Factors Promoting Environmental Responsibility in European SMEs: The Effect on Performance. *Sustainability*, 8(9).
- Schaltegger, S. y Synnestvedt, T. (2002). The link between ‘green’ and economic success: environmental management as the crucial trigger between environmental and economic performance. *Journal of Environmental Management*, 65(4), pp. 339–346, recuperado de <https://doi.org/10.1006/jema.2002.0555>
- Secretaría del Medio Ambiente [Sedema] (29 de diciembre de 2014a). Norma Ambiental para el Distrito Federal NADF-005-AMBT-2013 [NADF-005]. *Gaceta Oficial del Distrito Federal*.
- _____ (4 de agosto de 2014b). Proyecto de norma ambiental para el Distrito Federal PROY-NADF-007-RNAT-2013 [PROY-NADF-007].

Gaceta Oficial del Distrito Federal.

_____ (25 de septiembre de 2012a). Norma Ambiental para el Distrito Federal NADF-018-AMBT-2009 [NADF-018]. *Gaceta Oficial del Distrito Federal.*

_____ (25 de septiembre de 2012b). Proyecto de norma ambiental para el Distrito Federal PROY-NADF-022-AGUA-2011 [PROY-NADF-022]. *Gaceta Oficial del Distrito Federal.*

Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales [Semarnat] (1 de febrero de 2013). Norma Oficial Mexicana NOM-161-SEMARNAT-2011 [NOM-161]. *Diario Oficial de la Federación.*



7

PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL MEXICANO

Área de investigación: Estudios de género en las organizaciones

Evelin Rebecca Lechuga Galarza

Universidad Autónoma de Chihuahua, Campus Universitario Parral

A296116@uach.mx

Hassiel Rodríguez González

Universidad Autónoma de Chihuahua, Campus Universitario Parral

A321968@uach.mx

M. E. Javier Martínez Morales

Resumen

La igualdad de género es una meta social que las unidades económicas, es decir los establecimientos productores de bienes y servicios tales como empresas o negocios entre otros más, tienen la obligación de cumplir en el mercado laboral. La presente investigación estudia los sectores de trabajo del mercado laboral con el objetivo de analizar las diferencias de género que existen en las organizaciones. Para cumplir dicho objetivo, se utiliza la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del cuarto trimestre de 2017. Sólo se consideró a la población profesionista ocupada. Para investigar los datos, se utiliza una metodología descriptiva y cuantitativa. Descriptiva porque se busca dimensionar la brecha de género de las unidades económicas en el mercado de trabajo y cuantitativa porque estima un modelo probabilístico tipo *logit*. Los primeros resultados muestran que estar casada, ser mayor de edad y trabajar en corporaciones y sociedades no financieras reducen la probabilidad de que las mujeres profesionistas trabajen en puestos que requieren una formación profesionista.

Palabras clave: Equidad de Género, Mercado laboral, Organizaciones.

Introducción

La brecha de género en las organizaciones es grande. En México, ésta ha disminuido dado que las mujeres cada vez más incrementan su porcentaje de entrada al mercado laboral. En el mundo institucional, es demasiado complejo y ni la aportación masculina ni femenina podrían equilibrar este mercado sin el apoyo mutuo; para que este equilibrio sea estable y funcione mejor, será necesario que cada individuo esté equilibrado, esto significa que cada hombre y mujer tengan las mismas oportunidades que el otro para ingresar al mercado de trabajo (Barcino citado en González, 2004).

El siguiente estudio remarcará la importancia de la equidad de género en los sectores económicos de trabajo del país. Se analizará cómo es la relación laboral entre géneros y las variables involucradas en el mercado laboral, como la edad, estado civil y sectores de trabajo, esto demostrará

que la igualdad de género en el mercado de trabajo debe ser más estudiada para así contrarrestar la brecha de género en el sector económico mexicano.

El objetivo de este trabajo es investigar distintas organizaciones nacionales para así identificar las diferencias de género. De igual manera, se usó la metodología cuantitativa, dado el uso de datos de la Encuesta Nacional de Empleo y Ocupación (ENOE) 2017, la metodología descriptiva, comparativa y la implementación de econometría.

La estructura de este estudio está conformada por seis secciones: la primera es esta introducción; para continuar, se hará una revisión de la literatura para explicar la brecha de género en las organizaciones y la participación de la mujer en el mercado laboral; después, se presentará el análisis descriptivo de la base de datos; enseguida, se mencionará la metodología, que se encargará de comprobar y analizar el género en las unidades económicas; luego, se referirá los resultados de aplicar dicha metodología, y, al final, se dirá las conclusiones de esta investigación.

Revisión de la literatura

La investigación en el mercado laboral consiste en analizar las necesidades de las empresas y las oportunidades de inserción laboral para los individuos demandantes de empleo. En cuestión de enfoque de género, consiste en conocer las oportunidades de hombres y mujeres en el mercado laboral (OIT, 2014).

El trabajo para el mercado es una vía fundamental por la que los individuos pueden obtener recursos y, con ello, una independencia económica. Desde la perspectiva de género, existe la opción de aplicar medidas orientadas a la creación de condiciones de mayor igualdad entre mujeres y hombres. Es a partir de este planteamiento que el Instituto Nacional de las Mujeres discute que el análisis de la participación económica de las mujeres en México es una prioridad para el desarrollo económico del país (Inmujeres, 2008).

En el enfoque social, la discriminación es una exclusión de la igualdad de un individuo que limita sus oportunidades de desarrollo (Adrián, 2009). Desde la perspectiva laboral, la Organización Internacional del Trabajo (1958) define la discriminación como cualquier exclusión basada en motivos de raza, color, sexo, religión u origen social que tenga por efecto

alterar la igualdad de oportunidades en el mercado laboral. A pesar de los avances alcanzados en cuestión de la eliminación de la exclusión de derechos, en el caso de las mujeres el logro de la igualdad de oportunidades en el mercado de trabajo es una preocupación presentada en la discusión de las políticas públicas y del desarrollo social (MIDEPLAN, 2008).

La importancia de la igualdad de género en las organizaciones

A nivel mundial, poco más de 50% de la población total está compuesto por mujeres, esto representaría que su aporte en la actividad económica debería ser alto, pero, en realidad, es relativamente bajo. Según el Banco Mundial (2011), las mujeres representan cerca de 40% del mercado laboral en escalas mundiales. La brecha de género en dicho mercado se ha reducido a lo largo de los últimos años, pero esto no demuestra que estamos cerca de lograr equidad ya que en la mayoría de las regiones la brecha aún es alta.

Para lograr un ambiente laboral sano, libre, digno y de bienestar, es necesario eliminar por completo la brecha de género. Según González (2004), no existen parámetros que determinen el nivel de desigualdad y discriminación hacia las mujeres en el mercado, pero hay diferentes indicadores que permiten saber cuándo una mujer sufre de esto, algunos de ellos son el nivel de intervención en el trabajo, la tasa de mujeres sin empleo, el sector donde se labora y el ingreso mínimo de la persona.

La Organización Internacional del Trabajo (2014) menciona que la reciprocidad entre hombres y mujeres al trabajar juntos equitativamente en una organización, causa que ésta tenga una mejor producción, ayuda a la creación de productos y permite una mejor relación entre la institución y el mundo globalizado y versátil de hoy en día.

Una perspectiva de género del mercado laboral en México

En el mercado de trabajo, las mujeres han reducido gradualmente la desigualdad de género, pero aún existen temas que hablan de una discrepancia en la posibilidad de obtener puestos más altos dentro de una

organización. La diferencia entre hombres y mujeres es amplia, pero las mujeres han entrado cada vez más en el entorno masculino de trabajo y están mejor preparadas para obtener un empleo, lo que ha reducido el margen de salarios. Sin embargo, Olivetti y Petrongolo (2016) afirman que no hay evidencia cierta de que algún día la brecha de género se cierre por completo.

México es un país donde el mercado laboral de la mujer crece constantemente; en el 2013 cerca de 50% de los productos hechos en el territorio fue manufacturado por mujeres. Por otro lado, cerca de 26% de las mujeres que trabajan en empresas nacionales ha reportado algún tipo de discriminación por parte del sexo masculino. No obstante, en el país se ha implementado programas con el objetivo de hacer que las mujeres sean líderes y así poder demostrar su importancia en el sector empresarial (OXFAM, 2015).

La brecha salarial entre mujeres y hombres fue de 6% en el 2010 según Arceo y Campos (2014). Esta brecha se acentúa más en mujeres con baja educación y pobreza, de acuerdo con el índice de brechas de género globales. Por su parte, López y Zahidi (2005) señalan que México se encuentra en el último lugar de América Latina en cuestiones de diversidad de género.

De acuerdo con Parker & Pederizini (1999), entre los principios más importantes de una sociedad se encuentra la equidad para el acceso a oportunidades. Acorde con Londoño (1996), la educación es un factor esencial para el crecimiento económico de un país. En todo el mundo, el nivel de educación entre hombres y mujeres es muy desigual, lo que causa una brecha de género en el sector laboral.

Las mujeres a lo largo de la historia han sido víctimas de la discriminación laboral, que incluye el acoso, malos tratos y diferencia de salario con respecto al de los hombres (Berry y Bell, 2012). A pesar de ello, la mujer debe tener buenas oportunidades, igualdad social y sexual con respecto al hombre, sólo así se podrá afirmar que existe una paridad entre hombres y mujeres en el sector laboral (Acker, 2006).

Análisis descriptivo de la base de datos

El propósito de esta sección es realizar un análisis de la diferencia entre hombres y mujeres ocupados y profesionistas en las diferentes secciones

de trabajo.

Cuadro 1. Población ocupada, desocupada, disponible y no disponible.

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2017.

El Cuadro 1 revela que hay más hombres ocupados en comparación con las mujeres. Sin embargo, la población desocupada profesionalista también es mayor en los hombres. Finalmente, hay más mujeres disponibles profesionalistas que hombres. Y las mujeres no disponibles profesionalistas son más de la mitad en comparación con los hombres.

Cuadro 2. Población ocupada profesionalista por establecimientos

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2017.

El Cuadro 2 indica que las mujeres se encuentran en condición de desigualdad en la mayor parte de los establecimientos; es decir, los hombres profesionalistas son los que están más ocupados en las diferentes corporaciones, con excepción del rubro otros que se refiere al trabajo informal, en el que hay más mujeres.

Cuadro 3. Población ocupada profesionalista por unidad económica

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2017.

Las cifras del Cuadro 3 tienen la intención de mostrar más a fondo la desigualdad de las mujeres profesionalistas en las organizaciones, donde se encuentra una mayor concentración de hombres en comparación con las mujeres. En cambio, esto último no ocurre en instituciones y situaciones de carácter especial y no especificadas.

Cuadro 4. Población ocupada profesionalista por organización

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2017.

En el Cuadro 4, se observa que la concentración de hombres ocupados profesionalistas se encuentra en la mayor parte de las organizaciones con excepción del trabajo doméstico remunerado y privado, que está ocupado por más mujeres.

Metodología

Para el análisis de este trabajo, se utilizó los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) del cuarto trimestre de 2017. Sólo se

consideró a la población profesionista ocupada. En este sentido, las variables seleccionadas para un modelo *logit* con efectos marginales fueron sexo, edad, estado civil y sectores institucionales de trabajo con el objetivo de estudiar la probabilidad de ser mujer profesionista y estar ocupada en un mercado laboral profesional.

El modelo *logit* planteado adquiere la siguiente forma:

Donde “P (Y=1|...” indica la probabilidad condicionada de estar ocupado y ser profesionista hombre o mujer de acuerdo con un conjunto de variables. Las variables explicativas asociadas con estar ocupado siendo profesionista son:

Sexo: Esta variable indica si el individuo es hombre o mujer.

Estado civil: Esta variable indica el estado conyugal del individuo (casado o soltero).

Edad: Esta variable indica la edad que tiene el individuo.

Trabajoinf: Esta variable indica el sector informal.

Instfinan: Esta variable indica el sector de las instituciones financieras.

Corp: Esta variable indica el sector de las corporaciones y sociedades no financieras.

Negocios: Esta variable indica el sector de los negocios formales no constituidos en sociedad (cuasi corporaciones y negocios familiares).

Gob: Esta variable indica el sector de gobierno.

Ins noluc: Esta variable indica las instituciones no lucrativas como las públicas y privadas.

Hogares: Esta variable indica el sector de los hogares como el trabajo doméstico remunerado.

Resultados

En el siguiente Cuadro, se muestra los resultados de la probabilidad de que una mujer profesionista trabaje en un área profesionista según las variables dichas.

Cuadro 5. Efectos Marginales

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Empleo y Ocupación.

La probabilidad de estar ocupado en niveles profesionistas en mujeres es de 44% en promedio si se considera de forma conjunta todas las variables. Asimismo, los resultados indican que ser una mujer casada

reduce 11% su probabilidad de estar en un mercado laboral profesional y por cada año más de edad disminuye la probabilidad en 0.3%. En el trabajo informal, ser mujer aumenta 1.2% la probabilidad de estar en un mercado laboral profesional. Ser mujer disminuye 14% la probabilidad de estar en el mercado laboral profesional de instituciones financieras. Igualmente, ser mujer disminuye 16% la probabilidad de estar en corporaciones y sociedades no financieras en un mercado laboral profesional. También, ser mujer reduce 14% la probabilidad de estar en un mercado laboral profesional de negocios familiares. De igual manera, ser mujer disminuye 5% la probabilidad de estar en un mercado laboral profesional del sector gobierno. Sin embargo, ser mujer aumenta 11% la probabilidad de estar en el mercado laboral profesional de instituciones no lucrativas. Finalmente, ser mujer reduce 23% la probabilidad de estar en un mercado laboral profesional de hogares.

Conclusiones

En la presente investigación, se analizó, a partir de un conjunto de variables, la probabilidad de que una mujer profesionista esté en un mercado laboral profesional. Al obtener los resultados vistos, se encontró que existe una desigualdad de oportunidades. En el análisis descriptivo, se observó que hay más hombres profesionistas ocupados en la mayoría de las organizaciones, y en el análisis econométrico, a partir de un conjunto de variables, se percibió que la mujer con un nivel profesional tiene menor posibilidad de estar ocupada en el mercado profesional. Sin embargo, en el sector de instituciones no lucrativas, como organizaciones públicas y privadas, ser mujer aumenta su probabilidad de estar en el mercado laboral profesional. Esto puede dar indicios de que las mujeres no encuentran restricciones en donde los salarios son bajos o por horarios. Finalmente, se puede decir que este trabajo es una introducción a la problemática actual de la participación de la mujer en el mercado laboral. El estudio de la igualdad de oportunidades en las organizaciones es de suma importancia para el desarrollo económico y social de cualquier entidad.

Población	Sexo	
	Hombre	Mujer
Población ocupada	4 132 110	3 401 399
Población desocupada	1 068 612	714 026
Disponibles	1 644 104	3 817 277
No Disponibles	8 008 949	22 287 959
Total	14 853 775	30 221 161

Unidad económica	Sexo	
	Hombre	Mujer
Empresas y negocios	2 276 228	1 275 128
Instituciones	1 394 799	1 928 471
Sector de los hogares	450 407	185 138
Situaciones de carácter especial y no especificadas	10 676	12 662
Total	4 132 110	3 401 399

Establecimientos	Sexo	
	Hombre	Mujer
Micronegocios	1 095 136	569 175
Sin establecimiento	457 125	189 579
Con establecimiento	638 011	379 596
Pequeños establecimientos	1 148 151	1 353 310
Medianos establecimientos	606 986	513 607
Grandes establecimientos	638 395	447 294
Gobierno	333 564	260 533
Otros	10 014	20 086
Total	3 832 246	3 155 00

Organización	Sexo	
	Hombre	Mujer
Empresas de sociedad y corporativas	1 301 567	733 941
Negocios	974 661	541 187
Privadas	213 365	404 427
Públicas	1 181 434	1 524 044
Sector informal	449 637	177 074
Trabajo domesticado remunerado	584	8 064
Agricultura de auto subsistencia	186	0
Total	4 121 434	3 388 737

P (Y=1, estadocivil, edad, trabajoinf, Instfinan, corp, negocios, gob, InsnoLuc, hogares)

B0 + B1 estadocivil + B2 edad + B3trabajoinf + B4Instfinan + B5corp + B6 negocios + B7gob + B8 InsnoLuc + B8 hogares

Variable	dy/dx	P > z
Estado civil	-.1185162	0.000
Edad	-.0039622	0.000
Trabajo informal	.0127639	0.000
Instituciones financieras	-.1438711	0.000
Corporaciones y sociedades no financieras	-.1613152	0.000
Negocios formales	-.1470064	0.000
Gobierno	-.0568441	0.000
Instituciones no lucrativas	.116143	0.000
Hogares	-.2311534	0.000

Nota: * p < .5; ** p < .01 *** p < .001

Referencias

- Acker, J. (2006). Inequality Regimes Gender, Class, and Race in Organization. *Gender & Society*, 4(20), pp. 236-248.
- Adrián, T. (2009). Discriminación laboral por razón de orientación sexual e identidad de género. *Revista Derecho del Trabajo*, (7), pp. 294-352.
- Arceo, E. & Campos, R. (2014). Evolución de la Brecha Salarial de Género en México. *El Trimestre Económico*, 3(323), pp.619-653.
- Banco Mundial (2011). Igualdad de género y desarrollo. Informe de desarrollo Mundial.
- Berry, D. & Bell, M. (2012). Inequality in organizations: stereotyping, discrimination, and labor law exclusions. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 31(3), pp. 236-248.
- González, S. (2004). *Igualdad de Oportunidades en el Mercado Laboral*. Seminario Equal Sabina, recuperado de https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/20/20955/Igualdad_de_oportunidades.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2018). Acuerdo para el uso del SCIAN. *Diario Oficial de la Federación*, Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte.
- Instituto Nacional de las Mujeres (2008). Desigualdad de género en el trabajo. Centro de Documentación del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, pp. 1-16.
- Londoño, J. (1996). *Pobreza, Desigualdad y Formación de Capital Humano en América Latina, 1950-2025*. Washington, D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/ Banco Mundial.
- López, C. & Zahidi, S. (2005). *Women's Empowerment: Measuring the Global Gender Gap*. Geneva: World Economic Forum/ Committed to Improving the State of the World. pp. 23.

- Ministerio de Desarrollo Social (2008). Discriminación salarial y segregación en el mercado laboral: un análisis de género 2000-2006. Seminario de Protección Social y Género, pp. 1-25.
- Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana (2011). *Evolución de los principales indicadores del mercado de trabajo en Centroamérica y República Dominicana, años 2006-2010*. Costa Rica: Organización Internacional del Trabajo.
- Olivetti, C. & Petrongolo, B. (2016). The evolution of gender gaps in industrialized countries. *National bureau of economic research*, 8(21887), pp. 1-48.
- Organización Internacional del Trabajo (1958). Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), (111).
- Organización Internacional del Trabajo (2014). *Igualdad de género y no discriminación en la gestión del empleo. Guía para la acción*. Costa Rica: OIT, pp. 75.
- Oxfam México (2015). Gender Inequality & Women Rights in México. Recuperado de: <https://www.unisa.edu.au/Global/Hawke%20Centre/2015%20Calendar/Oxfam/OxfamMexico%20slides.pdf>
- Parker, S. & Pederzini, C. (2000). *Gender Differences in Education in Mexico*. Washington, D.C.: World Bank, pp. 44.



8

EVOLUCIÓN DE LAS NORMAS

INTERNACIONALES DE EDUCACIÓN Y SU IMPLEMENTACIÓN

**Área de investigación: Educación en Contaduría,
Administración e Informática.**

Diego Armando García Ramírez

Facultad de Contaduría y Administración, UNAM

diegoarmgr@gmail.com

Blanca Tapia Sánchez

Facultad de Contaduría y Administración, UNAM

btapia@fca.unam.mx

Resumen

Las Normas Internacionales de Formación (IES, por sus siglas en inglés) constituyen un avance significativo en el proceso de formación de los profesionales de la contaduría. La Federación Internacional de Contadores (IFAC, por sus siglas en inglés) ha apoyado el desarrollo de un conjunto de estándares de educación mediante el Consejo de Normas Internacionales de Formación en Contaduría (IAESB por sus siglas en inglés); dichas normas buscan elevar la calidad de la formación del contador, con el fin de mejorar su desempeño profesional y velar por el interés público.

El presente trabajo analiza la evolución de dichos estándares, así como el proceso de adopción e implementación que éstos han tenido en México. Se concluye que a pesar de que México declaró la adopción de dichos estándares en el 2012, el proceso de implementación es incipiente y en el sector educativo aún son poco utilizados.

Palabras clave: IES, IFAC, adopción, implementación, organismos profesionales, educación, competencia.

Introducción

En la actualidad, la profesión contable enfrenta cambios significativos que, aunados al creciente interés por parte de las organizaciones e

instituciones académicas y profesionales, han modificado los procesos de formación de los contadores. La Federación Internacional de Contadores (IFAC, por sus siglas en inglés) es “la organización mundial para la profesión de contador” (IFAC, 2018). Tiene como objetivo servir el interés público mediante el fortalecimiento de la contaduría a nivel internacional. Se compone por aproximadamente 159 miembros en 124 países y representa a 2.5 000 000 de contadores en diferentes ámbitos profesionales.

El IFAC, por medio del Consejo de Normas Internacionales de Formación en Contaduría (IAESB, por sus siglas en inglés), ha realizado aportaciones que han sido de gran utilidad para el proceso formativo de los estudiantes en contaduría. Las normas de dicho Consejo se han convertido en una pieza clave en el ámbito educativo de los profesionistas; no obstante, algunas instituciones y organizaciones pertinentes no les han dado la relevancia suficiente, lo que genera una falta de información acerca de su implementación.

El objetivo de este trabajo es analizar la evolución de las Normas Internacionales de Formación en Contaduría, su adopción en las organizaciones e instituciones académicas y profesionales de México, así como las barreras que han atravesado durante su desarrollo y la respuesta a nivel internacional de su implementación.

Marco Teórico

Con el fin de otorgar a los contadores una formación de calidad, se ha buscado desarrollar una normatividad basada en principios. Los cambios significativos en la profesión contable permiten abrir un área de oportunidad y de mejora para que el desempeño del profesionista sea adecuado en cualquier ámbito.

El Consejo de Normas Internacionales de Educación y Contabilidad es el organismo encargado de establecer los estándares mediante el fortalecimiento de la profesión contable a nivel internacional, y busca mejorar el desarrollo de la educación contable por medio de la implementación de la normatividad correspondiente. Su principal meta es que exista uniformidad en las normas y las guías de educación de todos los países. Por otro lado, también se cuenta con un enfoque que desarrolla las habilidades, los valores, la ética y las actitudes de la profesión contable.

Por su parte, las IES se enfocan en los principios relacionados con el desarrollo del aprendizaje de los profesionistas contables.

Existen estudios que han identificado el nivel de adopción de las IES y su impacto en diferentes países. Preobragenskaya y Gee (2004) encontraron que el nivel de formación de los estudiantes en Rusia es apropiado; sin embargo, en algunas regiones de Rusia la calidad de la educación contable en las universidades es inferior en comparación con las instituciones de Moscú y San Petersburgo.

Una de las razones por las que no se han implementado de forma completa las IES, es la falta de información y uniformidad en la formación de los profesionistas. Por esa razón, López (2012) asegura que si bien la estandarización de la educación contable comenzó en los años 90, las organizaciones en materia contable no han promovido la difusión de la normatividad, lo que ha generado una falta de aceptación generalizada. Es importante destacar que a pesar de ser una normatividad que busca ser implementada a nivel internacional, no se ha adecuado apropiadamente a las necesidades de las organizaciones e instituciones académicas. Por ello, se genera una falta de conocimiento e interés en los actores involucrados.

Kostadinovski y otros (2003) establecen que las IES tienen diferentes beneficios, ya que ayudan a que la competencia aumente y permiten fortalecer la confianza pública. Las ventajas de la implementación de esta normatividad también se enfocan en los constantes cambios a nivel económico, por lo que es importante que el contador esté capacitado para tomar decisiones y para buscar soluciones correctas. La adopción de las IES ayuda a las organizaciones e instituciones en materia contable a tener una formación uniforme, en la que se establezca altos estándares que mejoren la educación contable.

Otros objetivos de la adopción de las IES van encaminados a la formación del contador en el ámbito profesional. Quirós (2004) menciona que el contador no debe ser un agente que genere datos, sino que debe desarrollar el pensamiento crítico con la finalidad de solucionar problemas. La implementación de la normatividad debe ser una tarea de los sectores académicos, privados, públicos y del gobierno. Esta tarea es compleja, pero es importante valorar los planes de estudio, en los que se le debe dar relevancia al desarrollo de competencias.

Por su parte, Botez (2008) afirma que debido a los escándalos surgidos en empresas como ENRON y WORLDCOM, la normatividad en Estados Unidos se volvió más estricta. Por ejemplo, la Ley Sarbanes-Oxley trató de implementar mecanismos de vigilancia en las firmas de contabilidad y auditoría. A partir de estos eventos, los principales organismos de contabilidad buscaron recuperar la confianza del público respecto de los servicios profesionales otorgados.

El autor resalta la IES 7 Desarrollo Profesional Continuo, que tiene como objetivo otorgar a los profesionistas condiciones de desarrollo y competencia para que ofrezcan servicios de alta calidad. Además, él propone que para que se cumpla el objetivo de la norma, se utilice herramientas como cursos, conferencias, asistencias a comités, entre otros. Como lo establece el autor, el Desarrollo Profesional Continuo no sólo consiste en repetir las actividades, sino también en valorar otros elementos como el tiempo y las unidades asignadas a una actividad. Indica que la normatividad ha propuesto nuevas ideas con relación al desarrollo del trabajo del contador.

Walsh (2007) menciona que la educación contable debe estar compuesta por métodos como la experiencia práctica, los esquemas de capacitación basados en la competencia y los recursos de aprendizaje que utilicen la tecnología. Afirma que los organismos internacionales en materia de educación contable muestran preocupación por mejorar la enseñanza y promover la ética en los ámbitos profesionales; sin embargo, existen desventajas en estas iniciativas, ya que no todos los países implementan las normas en un mismo periodo. Asimismo, el autor menciona que las organizaciones están más interesadas en desarrollar las habilidades interpersonales que las habilidades técnicas. Por consiguiente, se indica que las IES han tratado de desarrollar los diferentes tipos de habilidades de un profesionista en el campo laboral. El IFAC ha realizado un conjunto de parámetros con calidad para que los profesionistas den soluciones a diversos conflictos.

Pratama (2015) menciona que existe una brecha entre los académicos y los practicantes contables en relación con los intereses de las habilidades profesionales y las actitudes del contador. Los académicos muestran cierta preferencia por la tendencia del enfoque teórico y cierto interés por los conceptos, mientras que los practicantes están preocupados por el

enfoque de la experiencia práctica y las necesidades de la organización. Por tal motivo, la implementación de las Normas Internacionales en la formación del contador no ha sido una tarea fácil, ya que la ideología de los actores involucrados es diferente y sólo se enfoca en aspectos determinados.

Salas Ávila y Reyes Maldonado (2015) refieren la importancia de la adopción de las Normas Internacionales de Educación para los miembros de la Federación Internacional de Contadores (IFAC). Se realizó un estudio en 348 personas relacionadas con el ámbito educativo, académico y profesional acerca de la IES 1 Requisito de Ingreso para los Programas de Educación Profesional de la Contabilidad y la IES 7 Desarrollo Profesional Continuo. Las variables de la IES 1 (tasas de aprobación, información transparente de expectativas y costos, mapas de competencias, y puntos de evaluación de entrada a los programas de estudios en contabilidad) y de la IES 7 (periodicidad, marco de desarrollo, mantención del profesionalismo, compromiso con el conocimiento, fomento de los compromisos, observación y reflexión, compromiso con el aprendizaje, proceso sistemático de supervisión, proceso sistemático de sanciones, y conocimientos autodirigidos y no estructurados en los modelos de desarrollo profesional continuo) presentan brechas en el ambiente académico-profesional y están relacionadas con las Normas Internacionales de Educación.

Método de investigación

El presente trabajo de tipo exploratorio descriptivo es acerca de la evolución de las Normas Internacionales en la Formación para el Contador, y de su proceso de implementación en México. Se llevó a cabo un estudio longitudinal para observar la evolución de la implementación de las Normas Internacionales en la Formación del Contador en México. Se hizo una revisión documental respecto del impacto de las Normas Internacionales en la Formación del Contador en México y la evolución histórica en la que el IAESB ha desarrollado esta normatividad para fortalecer la profesión contable. Se buscó información acerca de las posibles barreras de la implementación y la respuesta de las instituciones y organizaciones profesionales y académicas en materia contable.

Resultados

El Consejo de Normas Internacionales de Formación en Contaduría es el “consejo emisor de normas independientes que desarrolla normas y guías sobre la precalificación de formación, capacitación, y desarrollo profesional continuo para todos los miembros de la profesión contable” (IFAC, 2018). Han sido numerosos esfuerzos los que ha realizado la profesión contable organizada en materia de educación contable. Uno de ellos fue el establecimiento en 1977 del IAESB, que tiene el objetivo de incrementar el nivel de calidad de la educación contable.

El IAESB ha emitido las Normas Internacionales de Educación (IES), en las que se establece los requisitos principales del desarrollo inicial y continuo de la formación del contador. Las normas tienen como meta ser dirigidas a los organismos e instituciones miembros de la Federación Internacional de Contadores (IFAC). Los organismos deben revisar que los miembros cumplan con los requerimientos. En México, esta tarea está a cargo del Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP), que es miembro del IFAC.

Dentro de los objetivos de las normas, se especifica la utilidad de éstas para las instituciones educativas, empleadores, reguladores, autoridades gubernamentales y organismos involucrados en materia de educación contable.

El 1 de julio de 2015, entró en vigor la IES 4 Desarrollo profesional inicial, que ha sido desarrollada con el fin de establecer los resultados del aprendizaje de valores, ética y actitudes idóneas de los aspirantes a profesionales. Los principales principios en los que la norma se centra son: integridad, objetividad, competencia y diligencia profesional, confidencialidad y conducta profesional. Esta norma se enfoca en “los resultados de aprendizaje con los cuales se espera que cuenten los aspirantes a convertirse en Contadores Públicos en cuanto a ética, valores y actitudes al final de su desarrollo profesional inicial” (Tapia, 2014).

Por otro lado, debido a los constantes escándalos financieros que han dañado la imagen del contador, esta profesión ha sufrido diversas críticas. En materia de educación, se ha manifestado un creciente interés por presentar regulaciones que aporten valor a la sociedad. En 1977, cuando se celebraba el 11° Congreso Mundial de Contadores (WCOA, por sus

siglas en inglés), se creó la *International Federation of Accountants* (IFAC), considerada como la organización que representa a la contaduría a nivel global, que cuenta con alrededor de 130 países y representa a 3 000 000 de profesionistas en diferentes ámbitos, como la práctica independiente, la industria, el comercio y el gobierno.

El IFAC tiene como objetivo: “servir al interés público mediante el fortalecimiento de la profesión contribuyendo con ello al desarrollo de las economías” (Tapia, 2017). En la actualidad, existe un llamado para que la profesión contable construya una sociedad centrada en valores, con el objetivo de aumentar el bienestar y la confianza. Para que éstos se cumplan, es importante considerar lo siguiente:

1. El IAESB desarrolla normas de educación mediante guías, artículos y capacitación.
2. El dominio señala la situación en la que los resultados del aprendizaje deberán ser mostrados.

La contabilidad ha sufrido cambios significativos durante los últimos años. Al considerar esta problemática, existen organizaciones, como la Federación Internacional de Contadores, que tienen que proporcionar posibles soluciones. Por medio de las Normas Internacionales para la Formación del Contador, se ha desarrollado programas de educación profesional contable, contenido del programa de educación profesional contable, y evaluaciones continuas.

Por otro lado, el interés de las organizaciones en materia contable está enfocado en desarrollar la competencia profesional a nivel internacional, mejorar la calidad de la educación profesional contable y construir organizaciones sólidas.

El IAESB es “un organismo independiente de establecimiento de estándares que sirve al interés público mediante el establecimiento de estándares en el área de educación contable profesional que prescriben competencia técnica y habilidades profesionales, valores, ética y actitudes” (IFAC, 2018). Por su parte, el IFAC ha desarrollado siete IES, diseñadas para que los profesionistas contables desempeñen sus actividades de forma responsable. Se clasifican en:

- *International Education Standards* 1. Requisitos de Ingreso para un programa de formación profesional en Contaduría.
- *International Education Standards* 2. Contenido de los programas

profesionales de formación en Contaduría.

- *International Education Standards* 3. Habilidades profesionales y formación general.
- *International Education Standards* 4. Valores, ética y actitud profesional.
- *International Education Standards* 5. Requisitos de la experiencia práctica.
- *International Education Standards* 6. Evaluación de las capacidades y competencia profesional.
- *International Education Standards* 7. Desarrollo profesional continuo.

A partir del año 2003, el IFAC publicó las primeras seis Normas Internacionales de Formación en Contaduría (IES). Un año después, se publicó las IES 7 y 8 respectivamente. En el 2008, las normas fueron presentadas de forma completa en inglés. En 2009, se realizó lo mismo en el idioma español, lo que significó un gran avance para los países miembros de América Latina.

Existe un riguroso proceso que se aplica para los pronunciamientos del IAESB. El proceso de elaboración de una norma consta de diferentes pasos, detallados a continuación:

- Investigación y consulta. Se dictamina un grupo de trabajo, que tiene la tarea de desarrollar las propuestas con base en las investigaciones y las consultas adecuadas. Las personas que tienen el objetivo de dirigir los grupos de trabajo pueden ser miembros o no del IAESB o de un organismo miembro del IFAC.
- Debate transparente. La propuesta es presentada por medio de un documento de información abierto para todo el público, que funciona como un documento de agenda de discusión y debate para la reunión del IAESB.
- Borradores en fase de consulta pública. Se publican los borradores de las normas (IES) en el sitio web del IAESB. El principal fin de esto es que las personas comenten de forma pública. La exposición se realiza durante 90 días.
- Se considera los comentarios obtenidos durante la fase de consulta del borrador. Los comentarios se reciben en una reunión del IAESB, abierta al público en general, para incorporar las modificaciones realizadas. Si el IAESB valora que los cambios después de la fecha de

consulta son sustanciales, el documento debe revisarse y emitirse para comentarios adicionales.

Figura 1. Proceso de elaboración de una norma

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de http://www.ifac.org/system/files/downloads/Spanish_Translation_Normas_Internacionales_de_Formacion_2008.pdf

Por otro lado, el IAESB tiene como tarea ofrecer un conjunto de normas que sean claras, entendibles y que tengan una capacidad de aplicación constante. Para que se cumpla el objetivo, el IAESB comenzó a desarrollar un proyecto en 2009, el Clarity Project, en el que las IES debían ser entendibles para todos los usuarios. Durante el desarrollo de éste, se implementó una nueva redacción de las IES con el fin de realizar una revisión sustantiva. El Proyecto terminó en 2014 en la Junta de Supervisión del Interés Público.

A partir de éste, las organizaciones profesionales de contabilidad tenían acceso a las ocho IES actualizadas y clarificadas. El Clarity Project se compone principalmente por proyectos activos y completos. A continuación, se presenta los proyectos que aún se desarrollan y los que ya se encuentran en una fase completa.

Tabla 1. Proyectos del IFAC en proceso

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de <http://www.iaesb.org/project>

Tabla 2. Proyectos del IFAC completos

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de <http://www.iaesb.org/projects>

Por otro lado, el IFAC está compuesto por 175 miembros en casi 130 países y jurisdicciones, que representan acerca de de 3 000 000 de contadores (IFAC, 2018). Enseguida, se presenta una Tabla que incluye la información detallada por países.

Tabla 3. Miembros del IFAC

Fuente: Elaboración propia con información de <https://www.ifac.org/about-ifac/membership/member-organizations-and-country-profiles>

De acuerdo con datos del IFAC, el grado de adopción de las IES es parcial, sólo 20% de éstas se encuentra implementado de forma completa. La información se encuentra actualizada hasta 2017.

Figura 2. Estatus de adopción en jurisdicciones

Fuente: IFAC (2018). International Standards: 2017 Global Status Report.

Recuperado de

<http://www.ifac.org/system/files/publications/files/International-Standards-2017-Global-Status-Report.pdf>

La Declaración de Obligaciones de Membresía 2 (SMO2, por sus siglas en inglés) tiene como finalidad que los organismos realicen acciones enfocadas en que las normas del IAESB sean adoptadas en sus jurisdicciones.

Se centran en el desarrollo profesional inicial (DPI) y el desarrollo profesional continuo (DPC) para los contadores profesionales. Dentro de estos dos elementos, existe un conjunto de actividades, como el desarrollo del plan de acciones, los arreglos en la matrícula, la entrega de exámenes y los requisitos de experiencia práctica.

Por otro lado, las PAO desempeñan un papel importante en la educación contable y en la adopción de las IES. Después de una revisión en 2015, se pretende obligar a que los principales organismos en materia contable ajusten las normas dentro de sus programas educativos. En 2018, se presentó una herramienta con la que el personal puede llamar la atención acerca de los materiales de orientación emitidos por el IAESB y puede desarrollar metodologías para que se apoye el PAO.

A continuación, se presenta el rol de las organizaciones miembro en el proceso de adopción. La mayoría de las organizaciones (84%) comparte la responsabilidad de la adopción con el gobierno, las PAO, universidades o la combinación de estas organizaciones. Sólo 10% de éstas cuenta con una responsabilidad directa en sus jurisdicciones.

Figura 3. Rol de las organizaciones miembro en el proceso de adopción

Fuente: IFAC (2018). International Standards: 2017 Global Status Report.

Recuperado de

<http://www.ifac.org/system/files/publications/files/International-Standards-2017-Global-Status-Report.pdf>

Por su parte, la adopción se define de acuerdo con los requerimientos de las IES presentes en el Manual de Pronunciamiento de Educación Internacional 2010. Con base en la información obtenida del IFAC, se reveló lo siguiente:

- 20% de las jurisdicciones ha sido adoptado de forma completa.

- 37% cumple con los requisitos de DPI y DPC, que están establecidos en la legislación nacional que se alinea con el IES.
- 41% de las jurisdicciones cumple con algunos requisitos establecidos por las IES.
- 8% de las jurisdicciones ha adoptado las IES por completo para un segmento determinado de la profesión.
- 30% de las jurisdicciones aún no ha adoptado de forma completa las IES, porque le falta algunos elementos.

Por otro lado, existen estudios de algunas jurisdicciones en los que faltan algunos elementos.

- 24 jurisdicciones proporcionan capacitación de DPC, en donde las PAO obligan a sus miembros a cumplir con los requisitos.
- 13 jurisdicciones establecen que los requisitos aceptados son el contar con un título profesional, la experiencia práctica y las obligaciones de DPC.

Por otra parte, 80% de las jurisdicciones es considerado como parcialmente aprobado, de éste el 20% cuenta con jurisdicciones que deben revisar los requisitos educativos con el objetivo de realizar mejoras para la alineación de las IES. Algunas instituciones académicas revisan los planes, mientras que los organismos de educación alinean sus planes con los requisitos de las IES.

Por su parte, las organizaciones nacionales de cada jurisdicción cuentan con un PAO a nivel nacional. Además, tienen como tarea la adopción e implementación de algunos requerimientos educativos.

Figura 4. Cumplimiento SMO de las organizaciones miembro

Fuente: IFAC (2018). International Standards: 2017 Global Status Report.

Recuperado de

<http://www.ifac.org/system/files/publications/files/International-Standards-2017-Global-Status-Report.pdf>

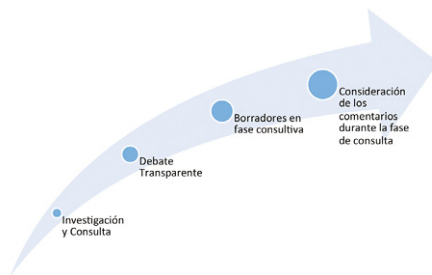
El 55% de las organizaciones trata de adoptar y promover la adopción de las IES en los profesionistas. El 29% de las organizaciones está evaluado como ejecutante de sus obligaciones, mientras que otros organismos deben mejorar para que se cumpla dicha adopción.

Conclusiones

De acuerdo con la información recopilada, la educación contable ha evolucionado desde hace algunos años. Los organismos en materia contable están interesados en desarrollar un conjunto de estándares. El IAESB ha tenido el objetivo de unificar la normatividad en materia de educación contable; por ese motivo, se ha desarrollado las IES, que tienen la función de formar a los profesionistas contables y cuyo proceso de elaboración es realizado bajo lineamientos definidos.

De igual manera, los proyectos que ha llevado a cabo el IFAC han sido significativos para la profesión contable. Éstos, a su vez, revisan las IES para que sean entendibles para los usuarios. Sin embargo, el IFAC tiene una tarea compleja por hacer, ya que la adopción e implementación de las IES aún no es completa en la mayoría de las jurisdicciones. Sólo un grupo pequeño de países tiene una implementación completa, lo que significa un área de oportunidades para las organizaciones interesadas en la educación contable.

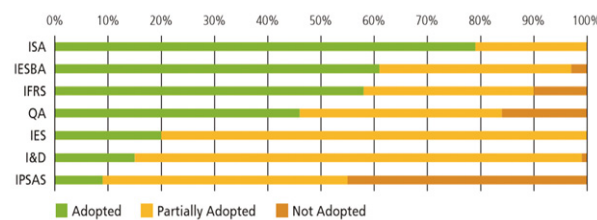
Es indispensable hacer esfuerzos para que los estándares sean promovidos y difundidos. Para lograr este objetivo, es necesario contar con el apoyo de las organizaciones privadas, públicas, académicas y profesionales.

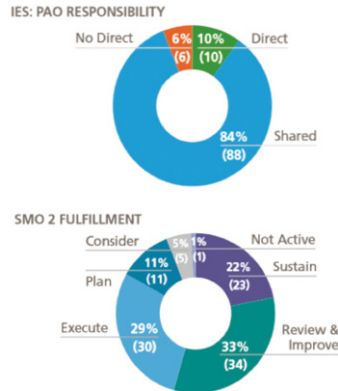


Nombre del proyecto	Objetivo	Estatus
Tecnología de información y comunicaciones	"Obtener evidencia suficiente a través de actividades de recolección de información para evaluar si los IES actuales son aptos para el propósito en la era digital, y Recomienda actividades de desarrollo de normas que sean de interés público y respondan a las necesidades de los interesados" (IFAC, 2018).	Activo
Contabilidad, reporte y garantía del sector público	"Este proyecto tiene como objetivo identificar las habilidades y competencias requeridas por los contadores profesionales en el desempeño de sus funciones en la contabilidad del sector público, la presentación de informes financieros y la seguridad que deben ser abordados por IES" (IFAC, 2018).	Activo
Escepticismo profesional	"Obtener evidencia suficiente a través de actividades de recolección de información para evaluar si los IES actuales son adecuados para la finalidad de prescribir resultados de aprendizaje que respalden la aplicación del escepticismo profesional, y Recomienda actividades de desarrollo de normas que sean de interés público y respondan a las necesidades de los interesados" (IFAC, 2018).	Activo
Revisión de IES 7, desarrollo profesional continuo	Este proyecto pretende mejorar la consistencia, calidad y relevancia del Desarrollo Profesional Continuo (DPC) llevado a cabo por contadores profesionales. Mejorar el desarrollo y el mantenimiento de la competencia profesional por medio de DPC sirve al interés público al permitir que los contadores profesionales brinden servicios de alta calidad a clientes, empleadores y otras partes interesadas (IFAC, 2018).	Activo

Proyecto	Año en que se completó
Drafting Changes to International Education Standards, Framework for International Education Standards for Professional Accountants and Aspiring Accountants (2015), & IAESB Glossary of Terms	2016
2017-2021 Strategy & 2017-2018 Work Plan	2016
Revision of the Framework for International Education Standards for Professional Accountants	2015
Revised Definition of the Professional Accountant	2013
Revision of International Education Standard 2	2013
Revision of International Education Standard 8	2013
Revision of International Education Standard 3	2013
Revision of International Education Standard 4	2013
Revision of International Education Standard 1	2013
Revision of International Education Standard 5	2013
Revision of International Education Standard 6	2013
2014-2016 IAESB Strategy and Work Plan	2013
Revision of International Education Standard 7	2013
10-12-16: Development and Management of Written Examinations - Completed	2011
10-04-07: IAESB 2010-2012 Strategy and Work Plan - Completed	2010
09-12-16: IAESB Drafting Conventions - Completed	2010
09-12-16: Framework for International Education Standards for Professional Accountants - Completed	2010
07-10-04: Guidance on Information Technology for Professional Accountants - Completed	2008
07-10-04: Guidance on Ethics Education - Completed	2008
07-12-27: Guidance on Practical Experience Requirements - Completed	2008
07-10-11: IAESB Strategic and Operational Plan, 2007-2009 - Completed	2008
08-06-26: Approaches to Continuing Professional Development (CPD) Measurement - Completed	2008
Competence Requirements for Audit Professionals (IES 8) - Completed	2006
Assessment Methods - Completed	2005
Continuing Professional Development (IES 7) - Completed	2005
Towards Competent Professional Accountants - Completed	2005

País	Miembro	Asociado
Albania	Institute of Authorized Chartered Auditors of Albania	Instituti i Kontabilistëve të Miratuar
Argentina	Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas	
Australia	Chartered Accountants Australia and New Zealand (Formerly recognized as The Institute of Chartered Accountants in Australia), CPA Australia, Institute of Public Accountants	
Austria	Institut Österreichischer Wirtschaftsprüfer y Kammer der Wirtschaftstreuhänder	
Bélgica	Institut des Experts-comptables et des Conseils Fiscaux - Institut Van de Accountants en de Belastingconsulenten, Instituut van de Bedrijfsrevisoren - Institut des Réviseurs d'Entreprises	
Bolivia	Colegio de Auditores de Bolivia	
Brasil	Conselho Federal de Contabilidade, Instituto dos Auditores Independentes do Brasil	
Canadá	Chartered Professional Accountants Canada	
Chile	Colegio de Contadores de Chile	
China	Chinese Institute of Certified Public Accountants	
Colombia	Instituto Nacional de Contadores Públicos de Colombia	
Costa Rica	Colegio de Contadores Públicos de Costa Rica	
Croacia	Croatian Association of Accountants and Financial Experts	Croatian Audit Chamber
República Checa	Chamber of Auditors of the Czech Republic	
Dinamarca	FSR - danske revisorer	
República Dominicana	Instituto de Contadores Públicos Autorizados de la República Dominicana	
Egipto	Egyptian Society of Accountants & Auditors	
Finlandia	Suomen Tilintarkkijain ja Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes, Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-Comptables	
Francia	Institut der Wirtschaftsprüfer, Wirtschaftsprüferkammer	
Alemania	Institute of Certified Public Accountants of Greece	
Grecia		Colegio de Contadores Públicos y Auditores de Guatemala
Guatemala	Instituto Guatemalteco de Contadores Públicos y Auditores	
Haití	Ordre des Comptables Professionnels Agréés d'Haiti	
Honduras	Colegio de Peritos Mercantiles y Contadores Públicos	
Hong Kong	Hong Kong Institute of Certified Public Accountants	
Hungría	Chamber of Hungarian Auditors	
Islandia	Félag Lögmaltra Endurskodenda	
India	Institute of Chartered Accountants of India, Institute of Cost Accountants of India	
Indonesia	Ikatan Akuntan Indonesia	Institut Akuntan Publik Indonesia
Irlanda	Chartered Accountants Ireland, Institute of Certified Public Accountants in Ireland	Accounting Technicians Ireland
Israel	Institute of Certified Public Accountants in Israel	
Italia	Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili	
Japón	Japanese Institute of Certified Public Accountants	
Corea	Korean Institute of Certified Public Accountants	
Luxemburgo	Institut des Réviseurs d'Entreprises	Ordre des Experts-Comptables du Luxembourg
Madagascar	Ordre des Experts Comptables et Financiers de Madagascar	
Malasia	Malaysian Institute of Accountants, Malaysian Institute of Certified Public Accountants	
México	Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.	
Marruecos	Ordre des Experts Comptables du Royaume du Maroc	
Países Bajos	Netherlands Association of Registered Controllers, Royal Nederlandse Bereepsorganisatie van Accountants	
Nueva Zelanda	Chartered Accountants Australia and New Zealand (Formerly recognized as New Zealand Institute of Chartered Accountants)	
Nicaragua	Colegio de Contadores Públicos de Nicaragua	





Referencias

- Botez, D. (2008). Continuing Professional Development. A Concept and Requirement for Professional Accountants. *Economic Science Series*, 17(3), pp. 1431-1434.
- Castillo, C., Córdoba, J. y Villarreal, J. (2014). Estándares Internacionales de Educación (IES) en contabilidad y aseguramiento: nuevos retos de la profesión contable. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*, xv(2), pp. 118-135.
- IFAC (2018). About IFAC. Recuperado de <http://www.iaesb.org/about-iaesb>
- IFAC (2017). *Handbook of International Education Pronouncements*. New York: IFAC, recuperado de <https://www.iaasb.org/system/files/publications/files/2017-Handbook-of-International-Education-Pronouncements.PDF>
- IFAC (2017). *International Standards: 2017 Global Status Report*. Recuperado de <http://www.ifac.org/system/files/publications/files/International-Standards-2017-Global-Status-Report.pdf>
- IFAC (2018). Members Organizations and Country Profiles. Recuperado de <https://www.ifac.org/about-ifac/membership/member-organizations-and-country-profiles>
- IFAC (2018). La Federación Internacional de Contadores. Recuperado de http://www.ifac.org/system/files/publications/files/ES_A4_IFAC_Background_Info.pdf
- López Sánchez, L. (2013). Estándares internacionales y educación contable. *Apuntes del CENES*, 32(55), pp. 239-261, recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=479548633010>

- Pratama, A. (2015). Bridging the gap between academics and practitioners on accountant competencies: An analysis of International Education Standards (IES) Implementation on Indonesia's accounting education. *2nd Global Conference on Business and Social Science*, Congreso llevado a cabo en Bali Indonesia.
- Preonragskaya, G. y Mc. Gee, R. (2003). Accounting Education in a Transition Economy: A case study of Russian universities. *Academy of International Business*, recuperado de: <https://ssrn.com/abstract=459361>
- Salas, J. y Reyes, N. (2015). ¿Aprobamos o reprobamos el trabajo con Normas Internacionales de Educación? Aplicación de las Normas Internacionales de Educación (NIE) para carreras de contador público en países latinoamericanos. *Contabilidad y Negocios*, 10(20), pp. 5-22.
- Tapia, B. (2014). Desarrollo profesional inicial. Valores, actitud y ética. *Revista Contaduría Pública*, recuperado de <http://contaduriapublica.org.mx/desarrollo-profesional-inicial-valores-actitud-y-etica/>
- Tapia, B. (2017). La profesión contable mexicana en el ámbito internacional. *Revista Contaduría Pública*, recuperado de <http://contaduriapublica.org.mx/la-profesion-contable-mexicana-en-el-ambito-internacional/>
- Walsh, M. (2007). A Commentary on 'Professionalizing Claims and the State of UK Professional Accounting Education: Some Evidence'. *Accounting Education: an international journal*, 16(1), pp. 55-57.

9

LA IMPORTANCIA DEL *ROLE MODEL* PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL DE MUJERES JÓVENES

Área de investigación: Estudios de género en las organizaciones

Rebecca García Loera

Escuela de Negocios

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

A00818959@itesm.mx

Gabriela Monforte García

Escuela de Negocios

Departamento de Mercadotecnia y Análisis

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

gmonfote@tec.mx

Resumen

El objetivo de este artículo es evaluar el impacto de una metodología de monitoreo, llamada *Women investing in their lives* en la generación de empoderamiento de mujeres jóvenes de bajos recursos. Para el presente estudio, se reclutó 58 jóvenes, alumnas del bachillerato Cecyte-Apodaca del estado de Nuevo León. Con el presente proyecto, se pudo conocer el impacto que tuvo el monitoreo en la sensibilización de las competencias para el desarrollo sustentable. El proyecto consistió en diseñar un instrumento que posteriormente fue aplicado en el trabajo de campo. Se realizó el análisis de la información recopilada mediante las herramientas de la estadística descriptiva y un modelo de regresión lineal con el fin de encontrar las variables significativas. Los resultados obtenidos dieron evidencia de que las jóvenes fueron sensibles por medio de esta

metodología en las competencias de colaboración, normatividad y anticipatoria.

Palabras clave: *Role model*, empoderamiento, competencias para el desarrollo sustentable.

Introducción

Durante los últimos diez años en México, se ha observado una contracción en la oferta de empleo, en promedio de 1.4% para trabajadoras y trabajadores jóvenes con educación básica y de 3.2% para quienes cuentan con educación superior (BM, 2019). La condición anterior, aunada al hecho de que las mujeres no continúan sus estudios al terminar la educación secundaria, las hace más propensas a la dependencia económica y a la discriminación laboral. Según el Banco Mundial, la proporción de mujeres de 15 a 24 años de edad con educación básica que participa en la fuerza laboral en México, ha disminuido de 39.9% a 38.6%, mientras que la fracción de mujeres que trabaja en el mismo rango de edad y tiene educación superior, ha disminuido de 73.19% a 70.32%. Aunque en ambos casos la demanda laboral ha disminuido, es evidente el impacto que tiene en ellas su educación para acceder al trabajo.

Las causas principales del abandono escolar por parte de las mujeres son variadas: los bajos recursos económicos de la familia, el embarazo en la adolescencia, el tomar la responsabilidad del cuidado de hermanos menores u otros miembros del hogar y las adicciones tempranas a las drogas y el alcohol (Espíndola, 2002). Sin embargo, así como existen influencias negativas, también existen alternativas que motivan el aprendizaje y detonan el interés por alcanzar metas personales, laborales o profesionales.

En este proceso, el apoyo familiar juega un rol fundamental, pero también la orientación en el ámbito de la educación sexual y en el control de las adicciones. Adicionalmente, una entidad que representa un ejemplo y es una importante motivación del desarrollo personal y profesional es la figura conocida como *role model* o modelo de referencia. En este contexto, dicho modelo es una mujer que por medio de su ejemplo inspira y hace que la(s) joven(es) tenga(n) la decisión de salir adelante sin la ayuda de ninguna figura masculina (Gibson, 2004).

Dado lo anterior, el objetivo de esta investigación fue evaluar la sensibilización hacia las competencias no disciplinares, también llamadas transversales, mediante la realización de actividades de aprendizaje no formal entre mujeres profesionistas, emprendedoras o estudiantes de nivel profesional, que jugaron el papel de mentoras o *role model*, y alumnas de escasos recursos económicos que estudian la preparatoria en el Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos (Cecyte-Apodaca).

La hipótesis de este estudio es que la interacción de las estudiantes con las mentoras es un medio de empoderamiento para las estudiantes, quienes darán evidencia de haber reaccionado de manera positiva a las competencias para la sustentabilidad. Para conseguir lo anterior, se realizó una investigación exploratoria que inició con el diseño de un instrumento de medición que tomó como referencia las rúbricas de valor hechas por la Association of American Colleges & Universities y *Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives*. Se levantó la información en el plantel del Cecyte-Apodaca y, posteriormente, además del análisis descriptivo se construyeron modelos de regresión lineal para conocer el impacto de la figura modelo de referencia en el desarrollo de competencias para la sustentabilidad.

Los resultados del estudio dieron evidencia significativa de la reacción positiva a las siguientes competencias: normativa, autoconocimiento, anticipatoria y colaboración. A continuación, se presenta una revisión teórica que sustenta la propuesta de este estudio; en ella se hace énfasis en el concepto de empoderamiento de las mujeres, que es explícito en el objetivo 5 de los Objetivos para el Desarrollo Sostenible de la ONU.

Marco Teórico

En la década de 1970, se generalizó la preocupación mundial por la pérdida de recursos y sus posibles efectos en el desarrollo humano, al grado que se formalizó a nivel internacional el concepto de desarrollo sustentable (CMMAD, 1987). La polémica definición de sustentabilidad, debido a su ambigüedad, se ha convertido en un impedimento para detener el deterioro del entorno, prueba de ello son los claros efectos del cambio climático.

La pérdida sostenida de las condiciones para la vida y el incremento en la polarización de la riqueza, han marcado la pauta en la evolución de los

compromisos mundiales por la sustentabilidad. Desde la definición del concepto hasta la fecha, han surgido numerosas y diversas iniciativas encaminadas a conseguir un desarrollo humano sustentable. Las metas más actuales están plasmadas en los Objetivos del Desarrollo Sostenible. En ellos, se establece como objetivo rector las competencias para el desarrollo sostenible que son: pensamiento crítico, pensamiento sistémico, anticipatoria, normativa, resolución de problemas, estratégica, colaboración y autoconocimiento (UNESCO, 2017).

En esta investigación, dado que la interacción entre mentoras y estudiantes no fue estructurada y de tipo formal, las competencias en las que se podría incidir son las siguientes:

Competencia pensamiento sistémico: habilidad para reconocer y entender las relaciones para ser capaz de analizar sistemas complejos (UNESCO, 2017).

Competencia anticipatoria: habilidad para comprender y evaluar múltiples escenarios futuros: posible, probable y deseable; establecer una visión propia del futuro (UNESCO, 2017).

Competencia normativa: habilidad para comprender y reflexionar acerca de las normas y valores que subyacen en las acciones, así como negociar valores, principios y metas en un contexto de conflictos de intereses y compensaciones, conocimiento incierto y contradicciones (UNESCO, 2017).

Competencia de colaboración: habilidades para aprender de otros; comprender y respetar las necesidades, perspectivas y acciones de los demás (empatía); entender, relacionarse y ser sensible con los demás (liderazgo empático), y hacer frente a los conflictos al interior de un grupo (UNESCO, 2017).

Competencia de autoconocimiento: habilidad para reflexionar acerca de las propias capacidades y limitaciones, el propio papel en la comunidad de la pobreza en todas sus formas. Uno de los objetivos que se suma a esta misión es el Objetivo 5 que establece “Lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas” (ONU, 2017).

Empoderamiento

El empoderamiento es el proceso de ganar control sobre sí misma, sobre la ideología y los recursos que determinan el poder (Batliwala, 2002; Zapata, 2002). Por su parte, Zabala (2006) menciona que “el empoderamiento tiene relación con la palabra poder, pero no como un hecho estático ‘se tiene poder’, sino como un proceso de adquisición de poder por parte de aquellos que antes tenían escasa autoridad sobre sus vidas” (p. 13).

Aunque el concepto ha cobrado mucha fuerza por el hecho de ser mencionado de manera explícita en el 5 Objetivo de los ODS, desde 1980 ya se hacían esfuerzos en este sentido por medio de la estrategia llamada Enfoque de Género en el Desarrollo. Mujeres de países en desarrollo crearon un grupo llamado “Mujeres en el Desarrollo”, con la principal finalidad de empoderar a las mujeres mediante su acceso a los recursos, a la autonomía y a la toma de decisiones, y reconocer su participación en los ámbitos: productivo, reproductivo y comunitario (Massolo, 2006).

La confianza es una cualidad para construir vínculos con la gente (Ferrán, 2009). El pertenecer como mujer a grupos de confianza aumenta significativamente otros factores como el ingreso y la educación, disminuye la segregación y crea seguridad (Martinez, Ayala & Aguayo, 2015). Otro factor importante para acceder al empoderamiento es la autoestima, que se construye a partir de las condiciones de vida y de lo que cada quien ha experimentado (AMS, 2019).

Es un hecho que para mujeres de estratos socio económicos bajos, en los que la falta de recursos limita el acceso a oportunidades, el proceso de empoderamiento suele ser difícil debido a que los sentimientos de preocupación o dolor limitan la confianza, la autoestima y la relación con los demás (Burchell, Gorelik & Wilkinson, 2016).

El proceso personal de toma de conciencia de las mujeres respecto de su subordinación tiene como objetivo principal consolidar su autonomía y poder personal, así como impulsar su capacidad de influencia y de decisión (Mendizabal, 2013). Los procesos de empoderamiento de una persona pueden ocurrir de manera individual o colectiva. Una mujer que observa a más mujeres empoderadas y seguras de sí mismas, logra con mayor facilidad sentirse motivada para ser así aun al estar fuera del grupo de apoyo (Pro Mujer, 2019).

La madre, por su connotación cultural, es esencial en la generación de confianza y autoestima; sin embargo, en esta investigación se pretende mostrar que los procesos de empoderamiento por medio del mentoreo pueden abrir espacios para valorar a otras figuras de referencia adicionales a la mamá.

Metodología de la investigación

El presente caso de estudio tiene como fin evaluar el impacto del método *Women investing in their lives*, conocido como Método Will, en el empoderamiento de mujeres jóvenes mediante el acceso a entornos y agentes educativos no formales para que ellas sean capaces de fortalecer y desarrollar competencias que les permitan sobreponerse y enfrentar los retos cotidianos de entornos altamente inestables.

El Método Will surgió a partir de la iniciativa de su fundadora Elena Olascoaga, quien desde la Fundación Olascoaga realizó proyectos comunitarios con la finalidad de ampliar las oportunidades de mujeres de bajos ingresos al propiciar alianzas entre mujeres de diferentes contextos socioeconómicos.

Este método tiene como objetivos específicos: 1) inspirar a las participantes a ser proactivas en su proceso individual de empoderamiento y en su rol de ampliar sus oportunidades de vida y económicas; 2) vincular a las participantes con comunidades, redes y espacios no formales de aprendizaje que les permitan aumentar sus oportunidades de vida y económicas, y 3) promover la transferencia de conocimientos entre mujeres de diferentes contextos socioeconómicos y así permitir la restauración de tejido social al construir entendimiento mutuo y empatía.

Para este caso de estudio, se analizó la aplicación del Método Will en estudiantes del plantel Cecyte-Apodaca en Apodaca Nuevo León. El Cecyte es el Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos y cuenta con 29 planteles y 4 extensiones en 33 municipios del Estado donde se atiende a más de 10 000 alumnos (Gobierno de México, 2015). Esta escuela del sector público tiene como principal misión ofrecer bachillerato tecnológico y general, integral y de calidad, en el que se promueve una cultura científica, tecnológica y humanista basada en competencias, para

permitir que los jóvenes desarrollen su proyecto de vida en beneficio de la sociedad (Gobierno de Nuevo León, 2019).

Dado todo lo anterior y en el marco del análisis estadístico, se esperaba responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el valor del impacto de la interacción entre mentoras y mentoreadas, por medio de actividades de aprendizaje no formales, en la sensibilización de algunas de las competencias para la sustentabilidad?

A partir del planteamiento anterior, se realizó una vinculación entre la Fundación Olascoaga y una universidad privada del norte de México mediante la que un grupo de estudiantes de las carreras del área de negocios realizó el estudio de campo y el análisis estadístico, lo que permitió llegar a las conclusiones que se presentan en esta investigación.

Alcance de la investigación y diseño del instrumento

La investigación realizada es de tipo exploratorio y experimental. Inicialmente, se diseñó el instrumento de medición con base en las competencias necesarias para el profesionista del siglo XXI, definidas por la Asociación de Colegios y Universidades Americanas, y las competencias para la sustentabilidad, definidas por la UNESCO (AA & CU, 2017; UNESCO, 2017).

El instrumento quedó conformado por las siguientes secciones: 1) datos demográficos: con quién vive, quién toma las decisiones en su casa, si trabaja, y también se identificó quiénes participaron en la capacitación con el Método Will, y 2) percepciones que denotan el reconocimiento de las competencias para el desarrollo sustentable. Se redactaron seis afirmaciones, en dirección positiva, para las subcompetencias de cada una de las siguientes competencias: autoconocimiento, normatividad, colaboración y anticipatoria. Para medir la percepción de la subcompetencia “valor de las relaciones”, también se redactó 6 afirmaciones. Cabe mencionar que esta subcompetencia pertenece a la competencia pensamiento sistémico, que es otra de las competencias declaradas por la UNESCO para conseguir el desarrollo sustentable.

Para efectos del análisis estadístico de esta investigación, la afirmación acerca del valor de la figura modelo de referencia, fue considerada como

la variable de estudio o variable dependiente, mientras que las afirmaciones restantes fueron consideradas como variables explicatorias o variables independientes. Todas las afirmaciones fueron calificadas con la escala Likert del 1 al 7, donde 1 indicó total desacuerdo y 7 total acuerdo. El Alpha de Cronbach obtenido fue igual a 0.879, lo que indica que el instrumento es adecuado para la realización e interpretación del análisis estadístico.

Acondicionamiento de la información y análisis estadístico

Se aplicó el instrumento mediante una entrevista a 58 jóvenes estudiantes del género femenino de la preparatoria Cecytc-Apodaca, cuyas edades se sitúan entre los 15 y 25 años. Las participantes estaban divididas en dos grupos: las que tomaron el Taller Will y las que no lo tomaron. Para el registro de las encuestas, se utilizó la herramienta *QualtricsXM*. Los resultados de éstas fueron descargados en una hoja electrónica de Excel, no se tuvo ningún dato perdido.

Los datos demográficos fueron analizados por medio de la herramientas de la estadística descriptiva. Los resultados de este análisis se muestran en la siguiente sección. La variable de estudio, percepción del modelo de referencia, fue modelada mediante la técnica de regresión lineal múltiple, y se utilizó como variable cualitativa o *dummy* la capacitación con el Método Will. Las percepciones respecto de las afirmaciones relativas a las competencias antes mencionadas fueron consideradas como variables independientes y la variable participación en el Taller Will, como ya se mencionó, fue la variable *dummy*. Las afirmaciones correspondientes a los constructos o subcompetencias que actuaron como variables dependiente e independiente, son las siguientes:

Variable dependiente

- Pensamiento sistémico: “Normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá”.

Variabes independientes

- Colaboración: “Me resulta fácil confiar en personas que no conozco”.
- Colaboración: “Participo en diferentes actividades para demostrar lo que soy capaz”.

- Anticipatoria: “La educación tiene que ser la prioridad de las personas jóvenes como yo”.
- Normativa: “Conozco los derechos humanos”.
- Anticipatoria: “Creo que en un futuro podría trabajar o tener mi propio negocio”.
- Colaboración: “No me enojo cuando alguien me corrige”.

De igual manera, el modelo de regresión y su análisis se muestran en la sección de resultados.

Resultados y su análisis

Análisis descriptivo

A partir de las herramientas de la estadística descriptiva, se pudo comparar las características demográficas del grupo que participó en el Taller Will con las del grupo control. A continuación, se muestra el análisis comparativo.

Edades de las alumnas participantes Edades de las alumnas del grupo control

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

Las alumnas participantes tienen entre 15 y 25 años, pero 45% de ellas tiene 18 años. Las edades de las alumnas del grupo control van de los 15 a los 18 años, pero 34% de ellas tiene 17 años, por lo que es la mayoría. Dado que la participación de las alumnas fue voluntaria, es interesante notar que las que tuvieron mayor interés en el Taller Will son las de mayor edad.

Con quien viven las alumnas Con quien viven las alumnas del grupo control participantes

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En el grupo de las alumnas participantes, se observa que 69% de ellas vive con mamá y papá, aunque podemos notar que 21% vive solamente con mamá. En el grupo control, se observa que la mayoría vive con mamá y papá (59%), aunque también vemos que 24% vive sólo con mamá y 14% con papá. Se puede advertir, además, que las proporciones de las dos gráficas son muy similares.

Decisiones de las alumnas Decisiones de las alumnas participantes del grupo control

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En el grupo de las alumnas participantes, se observa que en 35% de los casos el tomador de decisiones es el papá y en 41% es la mamá; el resto de los campos tiene una fracción no significativa. En el grupo control, se observa que en 52% de los casos el tomador de decisiones es el papá y en el 41% es la mamá. Se puede notar que el grupo control muestra la mayor fracción de participantes que indicó que su papá toma las decisiones; para el caso de su mamá, las fracciones son prácticamente iguales.

Trabajo de las alumnas participantes Trabajo de las alumnas del grupo control

Fuente: Elaboración propia a partir del estudio de campo.

En el grupo de las alumnas participantes, sólo 21% de ellas trabaja. Asimismo, en el grupo control sólo 28% de ellas lo hace. Esto demuestra que la gran mayoría de las estudiantes no trabaja, por lo que las dos graficas son bastante uniformes.

Modelación estadística

A partir de la información obtenida del caso de estudio, se modeló la variable modelo de referencia respecto de las competencias autoconocimiento, colaboración, normatividad y anticipatoria. Se utilizó como variable cualitativa o *dummy* la participación en el Taller Will.

Se corrió el método de regresión lineal múltiple, por lo que se obtuvo un modelo estadísticamente significativo con R^2 de un 0.587, esto quiere decir que 58.7% de la variación de preferencia por tener un modelo de referencia diferente a mamá es explicado por el modelo propuesto. Cabe mencionar que todas las variables fueron estadísticamente relevantes con una significancia menor a 1%, se cumplieron todas las condiciones para los residuales y no se presentaron problemas de colinealidad. A continuación, se muestra el modelo estimado de regresión con la interpretación de sus coeficientes en el contexto del problema de estudio:
 $Y =$ Normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá.

Anti.6= Creo que en un futuro podría trabajar o tener mi propio negocio.

WillCol.2= Colaboración - Me resulta fácil confiar en personas que no conozco en interacción con Will.

WillCol.5= Colaboración - Participo en diferentes actividades para demostrar lo que soy capaz en interacción con Will.

Col.1= Colaboración - No me enojo cuando alguien me corrige.

WillAnti.4= Anticipatoria - La educación tiene que ser la prioridad de las personas jóvenes como yo en interacción con Will.

WillNor.2= Normativa - Conozco los derechos humanos en interacción con Will.

Col.5= Colaboración - Participo en diferentes actividades para demostrar lo que soy capaz.

Interpretación de los coeficientes:

- El modelo tiene un intercepto estadísticamente igual a cero, lo que significa que el valor de la variable principal (dependiente) es igual a cero cuando los valores de todas las variables explicatorias (independientes) también son iguales a cero.
- Por cada punto que incrementó el nivel de estar de acuerdo con “creo que en un futuro podría trabajar o tener mi propio negocio”, aumentó en un 0.491 el nivel de estar de acuerdo con “normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá”. Para este efecto, no hubo diferencia entre el grupo testigo y el grupo experimental.
- Para las jóvenes que tomaron el Taller Will, el incremento en el nivel de estar de acuerdo con “me resulta fácil confiar en personas que no conozco”, aumentó en 0.431 el nivel de estar de acuerdo con “normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá”.
- Para el caso de las jóvenes del grupo testigo, cuando incrementó su nivel de estar de acuerdo con “participo en diferentes actividades para demostrar lo que soy capaz”, aumentó en 0.199 el nivel de estar de acuerdo con “normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá”, mientras que para las jóvenes que tomaron el Taller Will el nivel de estar de acuerdo con “normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá” disminuyó en 0.421.
- Cuando incrementó el nivel de estar de acuerdo con “no se enoja cuando alguien la corrige”, para ambos grupos decrementó el nivel de estar de acuerdo con “normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá” en 0.255, lo que indica que ellas están más a favor de que su mamá sea su *role model*.

- Cuando incrementó su nivel de estar de acuerdo con que “la educación tiene que ser la prioridad de las personas jóvenes como yo”, la percepción de las jóvenes que tomaron Will respecto de “normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá” aumentó en 0.654.
- Para el caso de las jóvenes que tomaron el taller Will, cuando incrementó su nivel de estar de acuerdo con que “conocen los derechos humanos”, su percepción de que “normalmente le pido sugerencias de cómo hacer las cosas a otras personas diferentes a mi mamá” disminuyó en 0.427, lo que indica que están más a favor de que su mamá sea su *role model*.

Todas las relaciones anteriormente mencionadas resultaron significativas con un valor de error menor a 1%.

Conclusiones

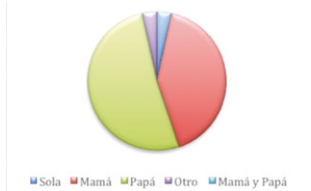
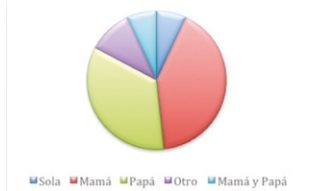
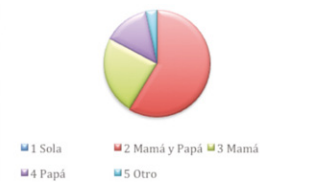
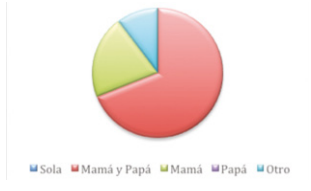
El marco teórico de esta investigación muestra la importancia del modelo de referencia en el proceso de empoderamiento de las mujeres, especialmente de las mujeres jóvenes del sector socioeconómico bajo. Por medio de este caso de estudio, fue posible identificar algunas relaciones significativas, influenciadas por la aplicación de la metodología Will, entre el modelo de referencia y algunas subcompetencias que detonan el empoderamiento de las mujeres. También fue interesante observar que la representación de la madre como *role model*, independientemente de la metodología Will, está arraigada en las jóvenes en ciertas competencias que, ya sea por cultura o tradición, son asignadas a la figura materna.

No hubo diferencia entre las jóvenes que tomaron el taller (grupo experimental) y las que no lo tomaron (grupo control) en la dirección y significancia de las siguientes relaciones: un incremento en la percepción de tener un trabajo o negocio propio en el futuro, produce un incremento en visualizar como *role model* a una persona diferente a su mamá. Por otra parte, un incremento en las percepciones de no enojarse cuando le corrigen y de conocer los derechos humanos, fortalece a su mamá como *role model*. Este resultado es muy interesante porque muestra que la figura materna se percibe como la primera maestra o mentora y, por tanto, como la responsable de la enseñanza de los valores universales (derechos humanos).

Respecto de las jóvenes que tomaron el taller Will, hubo una relación significativa entre sentir mayor confianza en desconocidos y estar a favor de que la educación es prioritaria para las jóvenes como ellas cuando se visualizó a una *role model* diferente a su mamá. Lo anterior nos hace ver que quienes tomaron el taller hicieron el ejercicio de comparar los liderazgos de sus madres con los liderazgos de las mentoras y, como consecuencia de ello, pudieron percibir que seguir otros ejemplos diferentes a su mamá generará valor en su desarrollo.

Finalmente, para las jóvenes que no tomaron dicho taller, el estar de acuerdo con participar en diferentes actividades para demostrar que se es capaz, generó un mayor acuerdo con percibir a otra persona diferente a su mamá como modelo de referencia. Sin embargo, para el grupo que sí participó en el taller, sucedió un resultado sorprendente, ya que el estar de acuerdo con participar en diferentes actividades para demostrar que se es capaz, fortaleció a su mamá como modelo de referencia. Lo anterior podría explicarse si la afirmación “participar en diferentes actividades para demostrar que se es capaz” se lee como una limitación a la credibilidad; es decir, dado que no se dispone *a priori* de la credibilidad de los demás, con quien ellas pueden sentirse más seguras es con su mamá. Lo interesante es que la participación en el taller reveló la vulnerabilidad de las jóvenes ante el derecho a la credibilidad.

El análisis realizado es verdaderamente fascinante porque muestra que sí es posible hacer cambios de fondo en las percepciones de las mujeres jóvenes que favorezcan su autoestima y les den un nivel de empoderamiento tal que les permita crecer y desarrollarse. Este estudio, aunque es descriptivo, reveló relaciones altamente valiosas que pueden enriquecer la metodología Will, de modo que pueda orientarse a favor del empoderamiento de las jóvenes. Dado que la información obtenida en este caso de estudio fue analizada parcialmente, se sugiere construir nuevos modelos para examinar otros cruces de variables que permitan entender un poco más la compleja relación entre las jóvenes estudiantes y sus mentoras.



$$\hat{Y} = 0.491X_{Anti.6} + 0.431X_{WillCol.2} - 0.620X_{WillCol.5} - 0.255X_{Col.1} + 0.654X_{WillAnti.4} - 0.427X_{WillNor.2} + 0.199X_{Col.5}$$

Referencias

- AMS (2019). La autoestima de las mujeres. Recuperado de <https://www.mujeresparalasalud.org/la-autoestima-de-las-mujeres-2/>
- Batliwala, S. (1997). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción, en Magdalena León, *Poder y empoderamiento de las mujeres*, Santa Fe de Bogotá: T/M Editores, recuperado de http://www.congresoed.org/wp-content/uploads/2014/10/D4_Batliwala_1997.pdf
- Burchell, J., Gorelik, A. & Wilkinson, R. (2016). Hurt Feelings in Women: The Interaction of Social and Individual Difference Factors. *Journal of Relationships Research*, 7, recuperado de <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-relationships-research/article/hurt-feelings-in-women-the-interaction-of-social-and-individual-difference-factors/7927E23CEAC8965334206B9897E6F53A>
- CMMAD (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Nuestro Futuro Común. Recuperado de <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/42/427>
- Espíndola, E. y León, A. (2002). La deserción escolar en América Latina: un tema prioritario para la agenda regional. *Revista Iberoamericana de Educación*, (30), pp. 39-62, recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/41560637.pdf>
- Ferrán, R. (2009). Evitar los abusos de confianza. *El País*, recuperado de https://elpais.com/sociedad/2009/11/21/actualidad/1258758006_850215.html
- Gibson, D. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behavior*, 65(1), pp. 134-156, recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0001879103000514>
- Gobierno de México (2015). Colegios de Estudios Científicos y Tecnológicos. Recuperado de <http://www.cecylte.edu.mx/inicio.php?item=119>
- Gobierno de Nuevo León (2019). Dependencias. Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos. Recuperado de

- <http://www.nl.gob.mx/cecye>
- Inmujeres (2007). *ABC de Género en la Administración Pública*. México: Inmujeres/ PNUD, recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100903.pdf
- International Labour Organization Database (2019). Labor force participation rate for ages 15-24, female (%) (national estimate). The World Bank, recuperado de <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.ACTI.1524.FE.NE.ZS?end=2018&locations=MX&start=2004&view=chart>
- Martínez, R., Ayala, E. y Aguayo, E. (2015). Confianza y capital social: evidencia para México. *Economía, sociedad y territorio*, 15(47), recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212015000100003
- Massolo, A. (2006). El desarrollo local en la perspectiva de género. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 3(1), recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722006000100001
- Mendizabal, G. & López, M. (2013). *Empoderamiento de las mujeres: de lo individual a lo social*. Ayuntamiento de Ortuella, Área de igualdad de oportunidades, recuperado de <http://www.ortuella.eus/es-ES/Servicios/Igualdad/WORLD%20CAFE%2007052013/Empoderamientodelasmujeres20130507.pdf>
- ONU (2017). Objetivos del Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- Promujer (2019). Conócenos. Recuperado de <https://promujer.org/es/get-know-us/>
- UNESCO (2017). *Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives*. Paris: UNESCO, recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247444>
- Venegas, P. (2005). El empoderamiento de las mujeres: un camino hacia la equidad y el desarrollo. Andalucía Educativa Laboral, recuperado de http://ustea.org/MUJER/8M_2005/EA_2005_02.pdf
- Zabala, I. (2006). *El Banco Mundial y su influencia en las mujeres y en las relaciones de género*. España: Universidad el País Vasco, recuperado de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/hegoa/article/view/10748/10040>



10

MARKETING DIGITAL: UN ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR EN MÉXICO **Área de investigación: Mercadotecnia**

Ana Sofía Sandoval Ortega

Centro Universitario Parral

Universidad Autónoma de Chihuahua

México

a292676@uach.mx

Braython Alcalá De la O

Centro Universitario Parral

Universidad Autónoma de Chihuahua

México

a321959@uach.mx

Javier Martínez Morales

Centro Universitario Parral

Universidad Autónoma de Chihuahua

México

jmartinm@uach.mx

Resumen

Hoy en día, el marketing es uno de los sectores que sabe aprovechar los cambios que trae la era digital. Crea sus propias estrategias mediante herramientas digitales para llegar a todos los consumidores en cualquier parte del mundo. Este trabajo tiene como propósito estimar la probabilidad que tiene un individuo de realizar compras por internet, de acuerdo con un conjunto de variables como el acceso a internet, el nivel de educación, el sexo, si se cuenta con celular, uso diario de internet y edad. Para realizar dicho análisis, se utilizó los microdatos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2016, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Para cumplir el objetivo, esta investigación usó un modelo probabilístico binomial tipo *logit*. Los principales resultados muestran que a raíz del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación los individuos tienen una propensión a realizar compras por internet (47%), por lo tanto el marketing digital logra su objetivo al captar consumidores.

Palabras clave: marketing digital, TIC, *logit*.

Abstract

Currently marketing is a sector that knows how to take the changes that the digital age brings. Build their own strategies using digital tools to get all the customers anywhere. The purpose of this work is estimate the probability that an individual has buying online according to a set of variables like internet access, level of education, sex, if the person has a cell phone, daily internet use and age. To carry out this analysis, they were used the microdata of the National Survey on the Use of Information Technologies in Households 2016 of the National Institute of Statistics and Geography (INEGI) was used. To achieve the objective, this research used a logit type binomial probabilistic model. The main results show based on the use of Information and Communication Technologies the individuals have a propensity to make purchases online (47%), therefore digital marketing achieves its objective by attracting consumers.

Keywords: digital marketing, ICT, *logit*.

Introducción

La tecnología revoluciona constantemente en cuestión de innovación y los sectores de negocios lo saben aprovechar. Gracias a estas revoluciones tecnológicas, se ha creado una nueva estrategia de marketing llamada “marketing digital”, que utiliza medios digitales para lograr una mejor comercialización de productos y/o servicios (Mejía, 2017a).

La influencia de la tecnología global en la que la sociedad se encuentra sumergida, afecta diariamente el comportamiento del consumidor. La cúspide del internet tiene un gran impacto en los individuos, ya que causa un cambio en la forma de pensamiento y en las decisiones que se toman (Schiffman y Lazar, 2005a). El consumismo de hoy en día es una práctica desenfrenada y esto se debe a que va más allá de la satisfacción de las necesidades; es decir, el volumen de bienes que los individuos obtengan ya no es suficiente y querrán seguir consumiendo.

Este trabajo pretende mostrar la importancia que tiene el marketing digital en el consumismo y en la obtención del interés del cliente mediante la implementación de estrategias mercadológicas que aumenten el consumo de los productos o servicios ofrecidos. Cuando se habla de consumo, se hace referencia al conjunto de procesos tanto sociales como culturales en los que se efectúa la compra y uso de productos (García, 1995).

Este documento se divide en cuatro partes: la primera es la presente introducción; después, se realizó una revisión de la literatura relativa al marketing digital y consumo; la tercera sección se refiere a la implementación del modelo econométrico y a la aplicación de estadística descriptiva, lo que conforma la metodología, y, finalmente, se dará los resultados y conclusiones.

Revisión de literatura

La tecnología tiene una gran importancia en el cambio de varios sectores como el industrial, agrícola, empresarial, entre otros. Actualmente, el marketing sabe aprovechar los cambios que trae la era digital, pues crea nuevas herramientas por medio de la tecnología para poder aplicar estrategias de una manera eficiente (García, Sánchez, Fernández y Reyes, 2015).

Cortés (2011) menciona cómo el marketing digital comprende diversos formatos, que utilizan distintas herramientas para alcanzar los objetivos de

negocio de las empresas y captar al consumidor. Las diversas clasificaciones del marketing digital presentan diferencias en costos, tecnologías implementadas, segmentación de clientes, entre otros.

Para los autores Aguilar, San Martín y Payo (2014), el poder del internet y el impacto de las redes sociales, blogs, foros, entre otros han formado una nueva estrategia conocida como “marketing digital”, que usa las redes sociales y algunos medios digitales para llegar a los consumidores y así crear un enlace entre ellos para difundir la marca. Esta estrategia es muy importante para los mercadólogos, porque con ella los consumidores hablan de manera gratuita acerca de un producto o una marca, lo que crea un cierto valor para la empresa.

Las tecnologías digitales permiten conocer los gustos y preferencias de los consumidores, por lo tanto es más sencillo conocer los patrones de consumo e implementar mejores estrategias de marketing digital. Gracias a la revolución digital, en los mercados se hace posible la creación de nuevos productos y/o servicios personalizados de acuerdo con el tipo de consumidor (Schiffma y Lazar, 2005).

Según Mejía (2017b), el marketing digital es un complemento del marketing tradicional, no es el sustituto de éste. Él menciona que algunas de sus ventajas son la personalización, permitir que el público conozca la marca, aumento de las ventas, accesible para cualquier empresa.

El Marketing de Buscadores o *Search Engine Marketing* (SEM) se define como una forma de marketing por internet que busca promover sitios web al incrementar su visibilidad en las páginas de resultados de buscadores (SERPs) como Google, Yahoo, MSN o Ask. Esto ayuda al usuario a encontrar un producto o servicio en Google u otro motor de búsqueda de forma eficiente (García, Díaz y Arias, 2016).

Los autores García, Sánchez, Fernández y Reyes (2015) mencionan el concepto de web 1.0 y web 2.0; el primero se refiere a la nula interacción entre empresas y el consumidor, éstas tienen el control de lo que publican, y el segundo está definido como la posibilidad de compartir información entre unos y otros. Se empieza a utilizar el internet como comunidad, donde existe el *feedback* y hay comunicación entre usuarios de otras partes del mundo. Es aquí donde se desarrolla el marketing digital y donde se permite que los consumidores hablen de la marca libremente y exista un intercambio de opinión.

Según la UNAM (2018), en México alrededor de 63% de los 120 000 000 de habitantes está conectado a internet y tiene perfiles en alguna red social. El objetivo principal del marketing digital es crear una comunidad en línea entre consumidores para producirles un sentimiento hacia la marca y así ellos puedan hablar de ésta y aumentar su popularidad.

Es importante una buena comunicación para dar a conocer lo que necesita cada consumidor, por esto se ha creado medios de comunicación tecnológicos que ayudan a los usuarios a obtener la información que buscan de una manera rápida, y que permiten realizar actividades en el menor tiempo posible y a menor costo (Del Pino Romero y Fajardo, 2010).

Gates y Bravo (1999) mencionan que los consumidores digitales surgieron gracias al uso del internet. Estos consumidores se incrementan en gran medida ya que los beneficios del uso de los medios digitales son diversos y, por consecuencia, las empresas se ven obligadas a cambiar sus estrategias tradicionales de negocios.

Datos y metodología

Para lograr el objetivo citado más arriba, esta investigación utilizó la base de microdatos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2016, publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Esta muestra contiene 118 958 observaciones que representan un total de 33 303 900 hogares de México.

Para el análisis de este trabajo, se generó un modelo probabilístico binomial que indica la probabilidad condicionada que tiene un individuo de realizar compras por internet de acuerdo con un conjunto de variables X . El modelo está expresado como:

Donde X es el vector que contiene las variables de control de los individuos (i), definidas como se enuncia a continuación:

- d : simboliza la disponibilidad de conexión a internet; 1 = cuenta con conexión a internet, 0 = no cuenta con conexión a internet.
- uso_i : uso diario de internet; 1 = el individuo utiliza diario internet, 0 = el individuo no usa diario el internet.
- edu : el nivel de educación, que va de cero a nueve (0 = ninguno, 1 = preescolar, 2 = primaria, 3 = secundaria, 4 = carrera técnica o

secundaria terminada, 5 = normal básica, 6 = preparatoria o bachillerato, 7 = carrera técnica con preparatoria terminada, 8 = licenciatura o profesional y 9 = maestría o doctorado).

- *sex*: sexo del individuo; 1 = hombre, 0 = mujer.
- *cel*: el individuo tiene celular; 1 = posee celular, 0 = no posee celular.
- *edad*: individuos mayores de 15 años.
- *u*: término de error distribuido normalmente con media cero y varianza uno.

Principales resultados descriptivos

La Gráfica 1 muestra una comparación entre las compras vía internet de hombres y de mujeres. 21 054 mujeres no realizan compras por internet, sin embargo 18 134 sí realizan esta actividad. Para el caso del género opuesto, 21 836 hombres no compran por internet, mientras que 15 319 sí lo hacen, por lo que son las mujeres quienes tienen un mayor porcentaje al realizar esta actividad.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de ENDUTIH, 2016.

En la Gráfica 2, se muestra una comparación entre las compras por internet de los individuos que hacen uso del internet y cuentan con celular, y las de los que usan el internet y no tienen celular. De los primeros, 2 073 personas realizan compras por internet. De los segundos, 29 755 personas no realizan compras por internet, pero sí hacen uso de éste.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de ENDUTIH, 2016.

Resultados econométricos

Se tomó como referencia los estimadores y resultados del modelo tipo *logit*. Las variables independientes, como nivel de educación, uso diario de internet, si la persona posee celular y la disponibilidad de internet, tienen una relación positiva con las compras vía internet. Por otro lado, las variables de sexo y edad denotan una relación negativa con las compras por internet (ver Tabla 1).

Se consideran algunas pruebas importantes del modelo, presentadas en la Tabla 2, aunque sólo se mencionarán algunas. Por ejemplo, el valor logarítmico de verosimilitud (ver Tabla 1) muestra que su máximo valor se obtuvo en tres iteraciones con -42776.658, lo que permite estimar

coeficientes que con más verosimilitud pueden haber producido los datos observados de la variable explicada.

Se observa en la Tabla 2 que la razón de verosimilitud LR(6) es altamente significativa, lo que señala que los coeficientes son significativamente diferentes de cero. El Pseudo R2 o *McFadden's R2* explica la bondad de ajuste de 4%; es decir, los datos apenas se ajustan en ese valor. El *Count R2* ajustado es otra medida a resaltar; el valor que se obtiene es 20.1% y significa la capacidad del modelo para predecir las compras por internet en ese porcentaje.

Tabla 1. Resultados de la regresión binomial por el método logit, robustos.

Fuente: Elaboración propia con datos de ENDUTIH, 2016.

Tabla 2. Pruebas de calidad y ajuste del modelo logit

Fuente: Elaboración propia con datos de ENDUTIH, 2016.

La Tabla 3 muestra los efectos marginales del modelo estimado. Además, se encontró la probabilidad total del ejercicio econométrico y la posibilidad promedio de que un individuo realice compras por internet (47%). Es importante mencionar que este último resultado lo calculó automáticamente el programa estadístico STATA.

Tabla 3. Efectos marginales

Nota: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$. Fuente: Elaboración propia con datos de ENDUTIH, 2016.

Respecto de las variables estimadas, puede decirse que la de educación indica que cada nivel de escolaridad de un individuo aumenta la probabilidad de éste que realice compras por internet en 1.67%, mientras que la variable de sexo manifiesta que si el individuo es hombre, la probabilidad de efectuar compras por internet se reduce en 5.3%. Para el caso del uso diario de internet, la probabilidad de que un individuo lleve a cabo compras por internet aumenta en 1.79%; asimismo, si la persona cuenta con celular, la posibilidad de que haga compras vía electrónica crece en 9.59%. Si existe disponibilidad de internet, la probabilidad de que una persona realice compras por internet aumenta 17.46%. Sin embargo, en la variable de edad puede interpretarse que por cada año que el individuo tenga, la probabilidad de que haga compras por internet se reduce en .127%.

Conclusiones

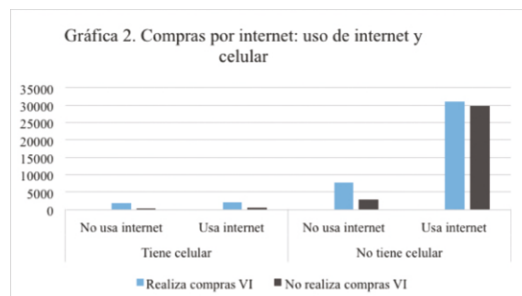
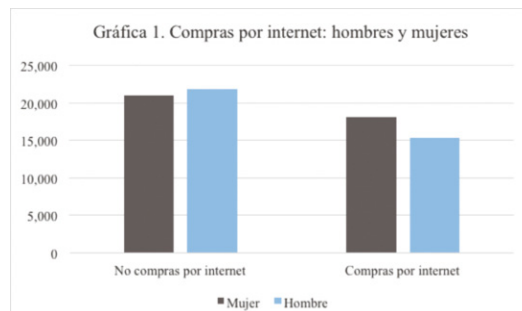
Las Tecnologías de la Información y la Comunicación permiten a los individuos el acceso a nuevos productos y servicios, y, por otro lado, son un elemento fundamental para incrementar la competitividad de las empresas en México (Saavedra, 2013).

Los resultados del modelo formulado señalan que 47% de los individuos en México en el año 2016 realizó alguna compra por internet. Esto es posible debido al constante incremento de la tecnología y a la accesibilidad de servicios de información y comunicación presentes en los hogares mexicanos, y, a su vez, está relacionado con el concepto de web 2.0, pues los usuarios de internet comparten información e intercambian opiniones.

El aporte de esta investigación radica en la relación que tiene el marketing digital con la probabilidad de que los consumidores utilicen las TIC para comprar. Las estrategias del marketing digital ayudan a aumentar el consumo de los productos y/o servicios ofrecidos, ya que los consumidores aprovechan los medios digitales para obtener información de los productos que están buscando.

$$P(Y=1|X)$$

$$comp_int = a + \delta_1 d_i + \delta_2 usoi_i + \beta_1 edu_i + \delta_3 sex_i + \delta_4 cel_i + \beta_2 edadi + u_i$$



Iteration 0: log pseudolikelihood = -44558.994				
Iteration 1: log pseudolikelihood = -42832.186				
Iteration 2: log pseudolikelihood = -42776.784				
Iteration 3: log pseudolikelihood = -42776.658				
Iteration 4: log pseudolikelihood = -42776.658				
	Núm de obs	64361		
	Wald chi2 (6)	2282.09		
	Prob > chi2	0.0000		
Log pseudolikelihood = -42776.658	Pseudo R2	0.0400		
Compras por internet	Coefficientes	Error. Estándar Robusto	z	P>z
Nivel de educación	0.0672156	0.0067289	9.99	0.000
Sexo	-0.2127418	0.0161237	-13.19	0.000
Uso diario de internet	0.7505205	0.0275539	27.24	0.000
Tiene celular	0.3923098	0.0643717	6.09	0.000
Disponibilidad de internet	0.7335853	0.0383976	19.1	0.000
Edad	-0.0051104	0.0006087	-8.4	0.000
Constante	-1.918666	0.0757366	-25.33	0.000

Log-Lik Intercept Only:	-44558.994	Log-Lik Full Model:	-42776.658
D(64354):	85553.317	LR(6):	3564.671
		Prob > LR:	0.00000
McFadden's R2:	0.040	McFadden's Adj R2:	0.040
Maximum Likelihood R2:	1.000	Cragg & Uhler's R2:	1.0000
McKelvey and Zavoina's R2	0.092	Efron's R2:	0.065
Variance of y*:	3.623	Variance of error:	3.290
Count R2:	0.617	Adj Count R2:	0.201
AIC:	1.329	AIC*n:	85567.317
BIC:	-626991.105	BIC*:	-3498.237

Variable dependiente: compras por internet	dy/dx	Error. Estándar	z
Nivel de educación	0.0167729	0.00168	9.98
Sexo	-0.0530295	0.00401	-13.22
Uso diario de internet	0.1798717	0.00612	29.38
Tiene celular	0.0959692	0.01525	6.29
Disponibilidad de internet	0.1746943	0.00838	20.84
Edad	-0.0012752	0.00015	-8.39

Y = Pr(comp_x_inter) (predict) = .4785357

Referencias

- Aguilar, V., San Martín, S. y Payo, R. (2014). La aplicación empresarial del marketing viral y el efecto boca-oreja electrónico. Opiniones de las empresas. *Cuadernos de Gestión*, 14(1), pp. 15-31.
- Cortés, S. (2011). *Marketing digital como herramienta de negocios para pymes*. Tesis de licenciatura no publicada, Santiago: Universidad de Chile.
- Del Pino Romero, C. y Fajardo, E. (2010). Internet y los nuevos consumidores: el nuevo modelo publicitario. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (82), pp. 55-64.
- García, A., Díaz, H. y Arias, J. (2016). Capacidades de Tecnologías de Información y Capacidades de Negocio Electrónico (E-Business): Efecto Mediador de la Capacidad de Absorción. *Información*

- Tecnológica*, 28(1), pp. 18.
- García, J., Sánchez, D., Roa, L. y Reyes, S. (2015). Marketing digital. Recuperado el 30 de abril de 2018 de http://www.academia.edu/12372867/Marketing_digital
- García, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo.
- Gates, B. y Bravo, J. (1999). *Los negocios en la era digital*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística (2016). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2016 [Archivo de datos]. México.
- Mejía, J. (2017). Qué es el Marketing Digital, su importancia y principales estrategias. Recuperado el 26 de abril de http://www.juancmejia.com/marketing-digital/que-es-el-marketing-digital-su-importancia-y-principales-estrategias/#32_El_blogempresarial
- Saavedra, M. y Tapia, B. (2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10(1), pp. 85-104.
- Schiffman, L. y Lazar, L. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson Educación.
- UNAM (2018). México, cuarto lugar a nivel mundial en uso de redes sociales. *Excelsior*, recuperado el 17 de abril de 2018 de <http://www.excelsior.com.mx/hacker/2018/01/18/1214650>



11

ESTUDIO EXPLORATORIO ACERCA DE LAS LIMITANTES DE LA INCITACIÓN INSTITUCIONAL PARA UN CONSUMO SUSTENTABLE EN MÉXICO

Área de investigación: Administración y sustentabilidad

Mélanie Sarah Picard

Facultad de Contaduría y Administración

Universidad Nacional Autónoma de México

Melanie.picard@comunidad.unam.mx

Agradecimientos: A Lisette Farah por su apoyo académico,

a Kim Diana Cervantes por la revisión de estilo.

Introducción

Hoy en día, la situación del desarrollo sustentable (DS), es decir de un desarrollo que “satisfaga las necesidades del presente, empezando por los más desamparados, sin comprometer la capacidad de las futuras

generaciones al satisfacer las suyas” (Brundtland, 1987), se ha convertido en una prioridad mundial. Como muestra de esto, las Naciones Unidas han emprendido un plan compuesto por 17 objetivos de desarrollo sustentable para el año 2030 que abarca temas de pobreza, salud, educación, igualdad, medioambiente o crecimiento económico (Naciones Unidas, 2016). Entre ellos, sobresale el duodécimo objetivo para este estudio: “garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”, cuyo énfasis está en el papel del consumo para cumplir con un DS. Desde el aspecto económico, el consumo consiste en “satisfacer una necesidad” o “tener un bien o un servicio, poseerlo, usarlo o eliminarlo, para satisfacer necesidades particulares” (Firat, Kutucuoglu, Arikan Saltik & Tunçel, 2013); se trata del elemento motor de la producción y, por lo tanto, de la oferta. De ser sustentable, el consumo se convierte en el “uso de servicios y productos que responden a las necesidades básicas para llevar una mejor calidad de vida y reducir al mínimo el uso de los recursos naturales y materiales tóxicos, así como las emisiones de residuos y contaminantes sobre el ciclo de vida del producto o servicio, a fin de no poner en peligro las necesidades de las generaciones futuras” (Brundtland, 1987).

En este contexto de oferta y demanda, el consumo sustentable (CS) se vuelve un medio de influencia poderoso, ya que lleva a las empresas a adaptarse para que sean competitivas. Concretamente, se ha observado un alza muy importante en la oferta señalada, ya que las personas consumen cada vez más productos y servicios con alguna característica sustentable: natural, orgánico, verde o justo. El fenómeno se ha hecho más visible en Europa y Norteamérica, donde, al tomar el ejemplo de los productos orgánicos, se concentra 90% de los consumidores. Sin embargo, a nivel global, la contribución del mercado orgánico en la economía mundial aún es anecdótica, pues en 2014 menos de 1% de las tierras arables mundiales fue certificado por presentar esta característica (Agence BIO, 2016).

Como es de notar, el nivel de CS difiere según los países y regiones del mundo. Este fenómeno se atribuye a diferentes factores determinantes en la generación de un CS. El comportamiento de los consumidores se ve directamente afectado dependiendo de la naturaleza y del grado de la presencia de estos factores. Como ejemplos, se encuentran: el nivel de preocupación social y ambiental (Dueñas Ocampo, Perdomo-Ortiz & Villa Casta, 2014), los valores, las creencias generales e individuales

(Kilbourne, Beckmann & Thelen, 2002), el estilo de vida (Brown & Vergragt, 2016), la influencia social (Lee, 2008), la identidad (Ozcaglar-Toulouse, 2005), la información y el nivel de ingresos (Martinez & Poole, 2009), así como la incitación institucional (II) (Kilbourne y otros, 2002).

Con respecto del CS, una gran parte de la bibliografía académica se enfoca en el estudio de las características del consumidor verde, es decir de algunas de sus representaciones sintomáticas, de tal manera que factores de mayor importancia son omitidos, como la II y el paradigma social dominante (PSD). Este último es el resultado de tres dimensiones: política, económica y tecnológica (Kilbourne y otros, 2002) y, por tanto, es altamente influenciado por la II, ya que ésta se define como “la estructura de los incentivos y castigos en el intercambio político, social o económico” (North, 1990); es decir que cubre dos de las tres dimensiones del PSD. Consecuentemente, la II se ubica entre los factores de primera influencia para un CS.

Otra consecuencia de la definición de la II es que ésta “limita las elecciones de los individuos” (North, 1990), es decir, acota las decisiones de las personas a un marco, en el que se establece lo que es, o no, permitido y favorecido. En el caso del CS, si existiera tal marco, autorizaría y fomentaría los patrones de comportamiento sustentables, a la vez que prohibiría y sancionaría las conductas perjudiciales para el medioambiente y el entorno social. Por consiguiente, la II es una herramienta sumamente valiosa para generar cambios conductuales de mayor escala (Giesler & Veresiu, 2014).

Ahora, en el caso del CS las herramientas de incentivo y castigo de las que dispone la II son las siguientes: estándares y certificaciones (que pueden ser mandatorias u optativas), impuestos y subsidios, campañas de comunicación, educación, abastecimiento público u otras políticas públicas a favor de un CS (OECD, 2008).

Especialmente en México, estas medidas estarían entre las más eficaces, debido a que, al ser un país federal cuya población es muy diversa en términos socio-económicos y culturales, las instituciones son, en algunos casos, el único vector de comunicación común de todos los ciudadanos. Adicionalmente, un estudio de GlobeScan y *National Geographic* (2014) ha mostrado que los consumidores mexicanos se encuentran entre los más dispuestos a realizar un cambio de conducta si se les informa acerca de los

impactos que tiene su comportamiento sobre el medioambiente y el entorno social. Paradójicamente, en este mismo país se observa un bajo aprovechamiento de las herramientas de II en materia de CS. Este bajo interés está reflejado en la bibliografía académica, ya que, al realizar una búsqueda en el metabuscador Discovery Service de la UNAM con las palabras clave “incitación institucional” o “instituciones” o “políticas públicas”, más “consumo sustentable” o “consumo responsable”, en conjunto con la palabra “México”, se constata una evidente ausencia de resultados (EBSCO Industries, 2018).

Este artículo pretende, entonces, aportar un primer acercamiento a las razones por las que la II ha mostrado un bajo perfil en México, en cuanto a CS se refiere. Para ello, y al tratarse de un primer estudio exploratorio, se llevó a cabo una metodología cualitativa apoyada por entrevistas a profundidad en formato libre con cuatro expertos en sustentabilidad, quienes laboran o han laborado en alguna institución pública.

Artículos de referencia

Como se mencionó con anterioridad, el papel institucional en la realización de un CS es un tema relativamente desatendido. Sin embargo, por eso mismo, resulta ser un factor de potencial mayor en términos de cambio conductual a gran escala. A continuación, se presenta los argumentos de dos artículos que ilustran mejor esta afirmación.

De acuerdo con la investigación de Giesler y Veresiu (2014), la II tiene un papel positivo y determinante en el CS cuando ayuda a los ciudadanos a tener una mayor conciencia de su responsabilidad individual. Para lograrlo, la II debe recurrir a una política que administre a los ciudadanos como sujetos morales, es decir, como individuos dotados de una consciencia. Y en efecto, se observa una tendencia de cambio en las estructuras institucionales, que pasan de ser centralizadas, jerárquicas e impersonales, a descentralizadas, basadas en la lógica de mercado, y en donde los ciudadanos reivindican sus intereses. En este contexto, las relaciones se vuelven más horizontales y, como consecuencia, la aceptación de la responsabilidad individual crece.

Para plasmar ese cambio en el consumo y reconfigurar la atribución de la responsabilidad desde el Estado y las empresas hacia el individuo, la II puede recurrir al proceso PACT. El proceso PACT designa la

Personalización, la Aprobación, la Capacidad y la Transformación. En primera instancia, tenemos la personalización, que consiste en educar a los consumidores acerca de su poder como individuos para participar en la solución de problemas de naturaleza social y medioambiental. Luego, está la aprobación, que se refiere al hecho de que expertos, ya sean sociólogos, economistas, ambientalistas, u otros científicos, confirmen el impacto positivo o negativo de los comportamientos individuales a nivel global. En tercer lugar, está la capacidad que representa el desarrollo de una oferta sustentable que permita a los consumidores ejercitar concretamente un CS en autonomía. Finalmente, se encuentra la transformación, cuyo énfasis radica en el cambio de comportamiento como resultado, al proveer de un nuevo auto-entendimiento moral al consumidor. En conclusión, el CS generado por medio del proceso PACT, resulta de un proceso gubernamental, y es por esto que la II tiene un potencial relevante en el surgimiento de un CS a mayor escala.

Otro artículo, de Keller, Halkier y Wiska (2016), refiere lo siguiente. En la actualidad, una parte importante de la II a favor de un CS se centra en temas de innovación tecnológica para desarrollar medios de producción más eficientes y menos contaminantes. Sin embargo, evita abordar directamente el comportamiento del consumidor. A raíz de esto, tenemos: los imperativos económicos, la priorización de temas relacionados con las ciencias ambientales y la dificultad de predecir con precisión la efectividad de las medidas relacionadas con el comportamiento de consumo, por lo que cuando se llega a emprender alguna iniciativa en ese campo, generalmente se limita al uso de herramientas mercadológicas, en forma de campañas de comunicación, para persuadir al consumidor de adoptar un mejor comportamiento. Los mensajes transmitidos en estas campañas están dirigidos al pensamiento individual y cognitivo; no obstante, está comprobado que así como el individuo puede actuar de forma racional y para su propio interés (*homo economicus*), de igual manera puede seguir reglas sociales (*homo sociologicus*) que no consideran la sustentabilidad.

Otra observación es que ni la innovación tecnológica ni el discurso persuasivo representan medidas suficientes para lograr un consumo verdaderamente sustentable. Como consecuencia, la II debe recurrir a

todas las herramientas a su disposición para incidir en las normas sociales, valores y, por ende, cultura, a favor de un CS, y esto de forma sinérgica.

Para potenciar la influencia de la II, los autores emiten también cuatro recomendaciones. Primero, considerar los contextos laborales de las personas y hábitos relacionados; es decir, no limitarse a su vida privada. Esto como consecuencia del hecho de que los profesionistas, igualmente, toman decisiones relacionadas con la sustentabilidad; además de que sus rutinas, al ser compuestas por reglas y estándares rígidos, son en muchos casos el obstáculo principal para el cambio de hábitos. Como ejemplo, tenemos la imposibilidad de desplazarse en bicicleta para ir al trabajo, ya que la ropa y apariencia exigidas en una oficina no lo permiten. Segundo, considerar las necesidades en cuanto a infraestructura, como consecuencia de las prácticas de consumo. Por ejemplo, el transporte público desactualizado e insuficiente podría crecer e idealmente ser menos contaminante. Pero otro planteamiento del problema, si consideramos las prácticas de consumo, sería que la mayoría de los recorridos se realiza entre domicilios y lugares de trabajo. Podríamos, entonces, cuestionar la necesidad real de estos recorridos y evaluar la oportunidad de equiparnos con Tecnologías de la Información y la Comunicación que nos permitan reducirlos. Tercero, intervenir preferentemente en las transiciones de vida de las personas. Esto es aprovechar una mudanza, un nacimiento o un cambio de trabajo para fomentar nuevos hábitos.

En efecto, el individuo, al familiarizarse con un entorno nuevo, suele ser más receptivo y propenso al cambio. Como ejemplo, la importancia de consumir productos saludables de tipo orgánico o natural, se hace más evidente con la llegada de un bebé. Finalmente, considerar ser más creativo y referirse a la experiencia profesional personal para emitir nuevas medidas a favor de un CS. Esto es reflexionar acerca de la forma en la que uno experimenta y opera el cambio. Como ejemplo, un tomador de decisiones políticas podría convertirse en un actor de cabildeo o en un activista de causas sustentables.

Como conclusión, este artículo apuntala que, en efecto, la II puede cambiar profundamente una sociedad; sin embargo, para conseguirlo no se debe limitar al uso de algunas herramientas existentes y fáciles de implementar, sino que ésta debe ser innovadora, transversal y atenta a las prácticas sociales.

Metodología

A continuación, se explica las etapas claves de la metodología. Ante todo, es necesario precisar que este estudio forma parte de una investigación más amplia respecto de los factores externos del CS. La investigación completa está basada en una metodología mixta. La primera parte es cualitativa y exploratoria, pues se realizó varias entrevistas a profundidad; la segunda parte es cuantitativa y relacional, porque se llevó a cabo una encuesta. En la primera parte, abordamos con algunos expertos en sustentabilidad y algunos consumidores varios temas que pudieran explicar el CS. Precisamente, entre estos temas se encuentra la II. Particularmente, de las entrevistas con los expertos se detectó una perspectiva y trama común: las limitantes de la II para un CS en México. Por ello, este artículo concentra la información colectada y la voz de los expertos, como un primer acercamiento a las causas raíz de la baja II en el CS en México.

Selección de metodología

Al tratarse de un primer estudio exploratorio, las entrevistas a profundidad son la metodología adecuada (Strauss & Corbin, 1998), pues tienen la ventaja de ser “una técnica que permite recolectar datos discursivos que reflejan el universo mental, consciente e inconsciente del individuo” (Raymond Alain Thiétart, 2007), a la vez que permiten “aprender mejor la cultura organizacional tal como es vivida, percibir lo implícito y lo escondido, así como, descifrar las raíces culturales” (Haddar, 2010).

Para el caso de la II para un CS, al ser un tema nuevo, desconocido y sensible, se seleccionó un formato de entrevista libre, es decir sin guía o inducción, y se garantizó el anonimato de los participantes.

Muestra

El estudio está basado en entrevistas con cuatro expertos en sustentabilidad, quienes laboran o han laborado en alguna institución pública. Para determinar la muestra, se recurrió a la literatura institucional disponible acerca del tema de CS, y se contactó a varios autores. Los que aceptaron participar en la entrevista a profundidad, recomendaron, a su vez, una o varias personas a entrevistar, como parte de

un muestreo en cadena (Izcara Palacios, 2014). Se hizo hincapié, como requisito preestablecido, en que las personas recomendadas fueran expertas en sustentabilidad y pertenecieran o hayan pertenecido a una institución pública. De este proceso, resultó que uno de los participantes está o estuvo en la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), otras dos personas están o estuvieron en la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), y una más es o fue parte de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Entrevistas

Las entrevistas se realizaron de forma presencial. Se dio la oportunidad a cada uno de los entrevistados de elegir el lugar de su preferencia para expresarse cómoda y libremente, podía ser su lugar de trabajo o no. Se pidió la autorización de los participantes para realizar un audio-grabación, con la garantía de que sus palabras permanecieran totalmente anónimas. Todos aceptaron.

Cada plática inició con una pequeña introducción respecto del contexto de la investigación y se indicó que no había buenas o malas respuestas (Öberseder, Schlegelmilch & Gruber, 2011). Después, el entrevistador enunciaba el objetivo de la conversación de la siguiente forma: “La idea es que usted me pueda compartir libremente su experiencia sobre la II en México para un CS, es decir, un consumo que sea respetuoso del medioambiente y benéfico para el entorno social. Para fines de este estudio, la II hace referencia a las políticas públicas que se emprenden para promocionar y desarrollar el CS en este país, ya sea por medio de la educación, de la comunicación, de la fiscalidad o del marco legal. Usted puede iniciar con el tema que prefiera”.

Las cuatro entrevistas dieron lugar a una toma de nota en vivo, lo que se acercó al método *verbatim*, y, con base en el audio-grabación, se realizó una revisión y corrección de los apuntes dentro de 48 horas después de cada entrevista. La duración promedio de cada plática fue de 78 minutos.

Análisis

El análisis del contenido de las entrevistas se realizó de acuerdo con el texto revisado. De dicho texto, se codificó los temas abordados por cada uno de los entrevistados, mediante un proceso reiterativo hasta cubrir todos los comentarios de forma homogénea (Glaser & Strauss, 1999).

Después, se realizó, por medio de una tabla comparativa, un examen y una confrontación de los temas abordados y de las opiniones expresadas por los cuatro participantes para identificar similitudes y diferencias (Belk, 2006) en su análisis de la II para un CS en México. De este proceso, resultó que los datos colectados se enfocan en las limitantes y debilidades de la II, cuya descripción se detalla a continuación.

Resultados

Las entrevistas a profundidad permitieron hallar una densa debilidad institucional en materia de CS, principalmente causada por cuatro dimensiones. En primer lugar, se observa un bajo involucramiento del poder político en estas cuestiones; es decir, los gobernantes prestan poca atención, sino es que ninguna, a las prácticas de consumo que son la causa de problemas sociales y medioambientales. Es más, los problemas de sustentabilidad en general no están dentro de su agenda prioritaria. Como consecuencia, se aprecia, en segundo lugar, una falta de visión sustentable para México; es decir, una falta de expectativas a largo plazo, que, a su vez, provoca estrategias inadecuadas. En tercer lugar y derivado de lo mismo, tenemos una desarticulación de los esfuerzos institucionales. Esto se refiere a que las instituciones primeramente interesadas en el CS, como la Semarnat, la Secretaría de Economía, la SEP y la Profeco, no colaboran en este asunto. Por último, se hace referencia a la falta y mal uso de los recursos públicos, ya sean de naturaleza humana o presupuestal.

Involucramiento político

Durante el sexenio 2013-2018, se obtuvo una regresión del involucramiento político en el DS en comparación con el sexenio anterior. En el sexenio 2007-2012, el plan nacional de desarrollo (PND), que define “ideas, visiones, propuestas y líneas de acción para llevar a México a su máximo potencial” (Gobierno de la República, 2013), integraba ejes como el desarrollo humano sustentable y la sustentabilidad ambiental (Gobierno de la República, 2007). En cambio, en el PND del sexenio 2013-2018 no se menciona los términos sustentabilidad, verde o medioambiente, y aparece una sola vez el término ambiental (Gobierno de la República, 2013).

Se encontró que, para los entrevistados, ese desinterés político se atribuye al hecho de que la mayoría de los políticos desconoce el tema de

sustentabilidad. No han recibido una formación adecuada al respecto, por lo que no entienden los proyectos relacionados con este tema y les quitan recursos para atribuirlos a otras cuestiones, “como construir un segundo piso en la Ciudad de México”. Incluso, el sexenio 2013-2018 es considerado como “un sexenio perdido” en materia de sustentabilidad.

El bajo involucramiento de los políticos en el tema de la sustentabilidad es sumamente problemático, ya que de ellos derivan todas las medidas tomadas a nivel nacional. Y, en efecto, con base en el PND, que comunica los objetivos, estrategias y prioridades del gobierno, se crean programas nacionales, institucionales y sectoriales, implementados por medio de un plan anual de actividades. De esta manera, si la sustentabilidad no es incluida en el PND, no formará parte de las actividades a realizar y, por ende, no se le asignará un presupuesto. Esta codependencia entre el poder político y las instituciones, causa una gran frustración a los profesionistas de la sustentabilidad, en el caso que nos ocupa, de la Semarnat, Profeco y SEP. Al respecto, el participante número 3 expresó: “cuando no hay política pública, todo queda en los esfuerzos de las personas, de forma aislada y dispareja. Por esta razón, hay que plasmar el tema de sustentabilidad en la agenda pública para que se pueda dar continuidad a los proyectos y exigir resultados”.

Finalmente, dos de las tres dimensiones desarrolladas a continuación, y limitantes de la II para el CS en México (falta de visión y estrategias inadecuadas, desarticulación institucional, y falta y mal uso de recursos públicos), se derivan de la primera.

Falta de visión y estrategias inadecuadas

De acuerdo con el participante número 1, la visión comunicada por el gobierno actual, se basa en un enfoque neoliberal, que considera a la naturaleza como una proveedora de recursos para el crecimiento económico. Esta visión utilitaria de la naturaleza, omite el papel del medioambiente en la mejora de la calidad de vida de las personas, y no cuestiona el modelo económico en vigor. Tampoco permite que los jóvenes reciban una educación que les ayude a replantear ese modelo de desarrollo para preparar otro futuro. De hecho, se cuestiona la existencia misma de “una visión o planeación a largo plazo para la educación sobre sustentabilidad”.

“La parte de sustentabilidad ha sido mínima. Los recursos se atribuyen en prioridad, mediante el plan de actividades, a los temas de la agenda política, de la cual la sustentabilidad está ausente”.

De igual manera, las estrategias emprendidas, cuando las hay, han sido inapropiadas, especialmente para los jóvenes. “No le puedes llegar a toda la gente de la misma forma, por sus edades, estratos sociales, ámbitos rurales o urbanos a los que pertenecen, es un auditorio muy diverso. Es generar mucho contenido para alcanzarlos a todos, y, primero, no hay recursos; segundo, el mensaje es muy complejo, el CS es un concepto muy abstracto, y, tercero, ¿cómo le atinas? (...), falta una estrategia de mercadotecnia y falta visión para gastar en una consultoría de alto nivel”.

Una estrategia en común que utilizan la Profeco, la Semarnat y la SEP en materia de CS, es la impartición de cursos y la organización de consumidores para ello. Como ejemplo, el participante número 2 explica:

La Profeco tiene por objetivo impartir cursos a los consumidores sobre diferentes temas: manejo de finanzas personales, tecnologías domésticas, consumo responsable, etc. El contenido es estándar a nivel nacional, sigue un calendario establecido año tras año, y se imparten los mismos cursos en la ciudad de Monterrey como en el campo oaxaqueño, a pesar de que los estilos de vida difieren por completo. Pero no hace sentido capacitar a un campesino sobre el manejo de tasas de interés en tarjetas de crédito, cuando ni cuenta bancaria tiene.

A esto, el participante número 3 agrega:

Los grupos de consumidores están organizados para impartir cursos, se supone que dan pláticas en las primarias y en las secundarias sobre temas como el reciclaje o una tecnología doméstica. Pero, en realidad, consiguen firmas, no son grupos de consumidores como tal (...). Además, los temas de tecnología doméstica llegan a ser en muchos casos obsoletos, ya que resulta más costoso y peligroso ponerlos en práctica que comprar el producto manufacturado. Se siguen impartiendo porque el personal encargado de generar el contenido lleva muchos años haciendo lo mismo”. Finalmente, se puede objetar que las personas que reciben estos cursos son pocas y no se convierten en agentes de cambio dentro de la comunidad, por lo que se puede cuestionar la estrategia de impartir cursos para el cambio de conducta en materia de CS.

Paralelamente y en particular, la Profeco cuenta con programas de radio, TV, *podcast* y *webcast*, y tiene como principal medio de comunicación la *Revista del Consumidor* en línea. Esta revista, en su formato impreso, surgió en 1976, el mismo año en que se promulgó la Ley Federal de Protección al Consumidor, que expresa el derecho de educación para el consumo. Sin embargo, el participante número 3 expresa: “hoy ya es irrelevante”. Y cuando se llegó a editar un folleto acerca de CS con un contenido más completo, que incluía temas de consumo solidario, local y colaborativo, se entregó de forma indiferenciada, por lo que “no hay una estrategia de comunicación global”.

Desarticulación institucional

Existe una desarticulación en los esfuerzos institucionales en materia de CS. Esto se debe a la fragmentación de las asignaciones de las diferentes instituciones: la Semarnat está encargada del asunto medioambiental; la Profeco, de la educación al consumidor, y la SEP, de la educación pública. En algunas ocasiones en el pasado, se han realizado trabajos interinstitucionales en materia de sustentabilidad. Como ejemplo, se dieron cursos en conjunto con la SEP, la Semarnat (por medio de Centros de Educación y Cultura Ambiental, CECA) y la UNESCO, llamados “geo juvenil”, como parte del proyecto “Perspectivas del Medio Ambiente Mundial” (GEO, por sus siglas en inglés), realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (UNEP, 2004). Estos cursos fortalecieron a algunos jóvenes, quienes, incluso, se volvieron diputados. Sin embargo, a la fecha el repositorio de documentos de la UNEP para Geo Juvenil México, incluye únicamente tres documentos: uno de 2005, otro de 2008 y el último de 2016 (UNEP, 2004). Esto nos lleva a cuestionar la utilidad, continuidad y pertinencia de dispensar este tipo de cursos.

De forma más reciente, como consecuencia del PND y por cuestiones de agenda política, no se pudo llegar a un acuerdo de colaboración entre la SEP y la Semarnat. “La SEP se ha centrado en la evaluación docente (...) y la Semarnat está en crisis. En lugar de progreso de las acciones, debo hablar de regresión, lo cual es muy complicado (...). La parte de educación ambiental ha sido deshabilitada”. Se hace visible aquí, el efecto negativo de la dependencia política, que dicta los temas prioritarios a las

instituciones con base en la actualidad. Al interferir en la agenda de proyectos, el poder político perjudica el desarrollo de estrategias socio-medioambientales de largo término. En efecto, debido a que la agenda política del momento dicta los proyectos a realizar, el tema socio-medioambiental queda descartado por no ser parte de ella.

En el caso de la Profeco, por ejemplo, cuando 25% de las quejas de los consumidores se concentró en la CFE, se detuvieron todos los proyectos de educación del consumidor para dedicarse a este tema, pero después no se retomó los proyectos que estaban en curso. Este caso ilustra la actitud reactiva, en lugar de proactiva, de los políticos en la definición de la agenda pública. Además, “con cada cambio de sexenio, se pierde la continuidad de los proyectos, ya sea que se cancelen, repitan, o que se vuelvan a emprender iniciativas ya fracasadas en el pasado”. Esto debido a la falta de transición de un gobierno a otro.

Recursos públicos

La situación de los recursos públicos para un CS se puede abordar desde dos puntos de vista: los recursos presupuestales y los recursos humanos. En cuanto a los primeros, como se ha mencionado antes, la ausencia del tema de sustentabilidad en el PND, impide que exista un presupuesto específico o un programa nacional para la II y, a su vez, para el CS. El tema es, entonces, considerado dentro de otras problemáticas, como lo es el consumo inteligente para la Profeco o el cuidado del agua para la SEP. Sin embargo, al ser así, la sustentabilidad, en lugar de ser considerada una disciplina transversal que impacte a todas las de las instituciones, se vuelve un apartado pequeño dentro de varios temas y, por ende, se pierde.

También ha ocurrido que cuando ha habido recursos económicos, no siempre se han utilizado de forma eficaz. Un ejemplo de un proyecto detenido es el museo del pequeño consumidor. La idea original era crear un museo “como el Kidzania de la Ciudad de México, pero crítico”, para llegar a los niños de 1 a 8 años de edad. Sin embargo, después de trabajar meses en ello se redujo el presupuesto y el museo se convirtió en una exposición temporal, además, patrocinada por el Banco de México. Esto ocurrió a pesar de que el objetivo inicial era generar una conciencia entre los pequeños, que diera pauta a un cuestionamiento más profundo acerca

de mantener el estilo de vida de los grandes a costa del planeta y de la equidad social.

En el caso de los recursos humanos, los entrevistados indicaron que la mayoría de las instituciones cuenta con una fuerza laboral insuficiente, de muchos años de servicio, y sin expertos en sustentabilidad. De forma lógica, la insuficiencia de los recursos humanos tiene un negativo impacto en la cantidad de los proyectos emprendidos y, al mismo tiempo, en la cantidad del contenido producido y comunicado.

Con respecto de la antigüedad laboral, las principales desventajas son en la baja aceptación al cambio y la falta de competencias tecnológicas. Son desventajas, ya que, en primer lugar, el cambio es absolutamente indispensable en las instituciones para enfrentar los nuevos retos económicos, sociales y ambientales que plantea la sustentabilidad. Entonces, para encontrar soluciones, se debe reinventar desde las estructuras, la organización social y los estilos de vida, hasta, de manera más práctica, las medidas de acompañamiento al cambio, para alcanzar ese nuevo modelo de sociedad sustentable, es decir, ese modelo energéticamente neutral, socialmente equitativo y económicamente viable. En el presente, los trabajadores de la II para el CS se resisten, inclusive, a cambiar ciertos contenidos que datan de los años setenta, como lo son las tecnologías domésticas. Estas herramientas son totalmente obsoletas e ineficaces para las nuevas generaciones. Además, otro problema es que, por su edad, muchos de los trabajadores no dominan las nuevas tecnologías. Como ejemplo de ello, el entrevistado número 3 explica: “Cuando había que generar un contenido, ciertos diseñadores seguían trabajando de forma artesanal con papel y lápiz. Pero esto ya no cuadra con la necesidad de comunicar rápido y por medios digitales”.

En cuanto a la falta de expertos, esto ocurre en todas las instituciones. Los temas de sustentabilidad son considerados secundarios, por lo que no hay personal exclusivamente dedicado a dichos asuntos. Los individuos que llegan a trabajar en ello, se auto-capacitan por medios abiertos. Sin embargo, al ser así, no se les brinda el tiempo ni la información necesaria para operar un cambio profundo en la II. Este problema también se refleja en la SEP. Debido a que el personal docente no recibe una formación suficiente en temas de sustentabilidad, se centra en otras materias, o bien, cuando aborda el tema de la sustentabilidad, se limita a

las 3R (reciclar, reusar, reducir). “No se brinda un conocimiento que ayude a los jóvenes a replantear el modelo de desarrollo y a operar el cambio necesario”, por lo que aunque el DS forme parte del programa oficial, no permea en el currículo real ni en el conocimiento de los alumnos.

Otro tema de preocupación entre los participantes, es la falta de liderazgo en el rubro. El participante número 3 explica: “Ocurren cambios constantes a nivel directivo. Cambia un procurador y quiere nombrar a todos los directores por razones políticas; a veces, estas personas no tienen ninguna relación con el puesto ocupado, es una forma de agradecimiento totalmente ajeno a la institución. Pero, ¿cómo escalar? Además, como no hay una transición protocolarizada entre los directores, se pierde gran cantidad del conocimiento y del trabajo anterior.” Lo anterior es un ejemplo de los problemas que puede causar la dependencia entre el poder político y el personal institucional.

Conclusiones

La II, como instrumento de cambio conductual para un CS, tiene un potencial alto y desaprovechado. Esto es debido a que las herramientas de la II son complejas y el contexto económico que rodea a los gobiernos, de los que dependen las instituciones, influye mucho. En efecto, a pesar de saber que los niveles y estilos de consumo actuales afectan irreversiblemente al planeta, la *real politic*, es decir, la política pragmática y de corto plazo aún privilegia el imperativo económico sobre los imperativos sociales y medioambientales.

Este estudio permite aclarar algunas de las particularidades de las limitantes de la II para un CS en México. Los entrevistados coinciden en que el principal obstáculo es la falta de involucramiento político en la cuestión sustentable, seguida de la falta de visión y estrategias inadecuadas, desarticulación institucional y, finalmente, la falta de recursos. También concuerdan en que sólo el impulso y presión de la sociedad civil podrían contrarrestar estas limitantes.

Aunque los cuatro participantes hayan identificado uniformemente los frenos de la II, es importante señalar, como limitante de este mismo estudio, el reducido número de entrevistados. Por tanto, se sugiere ampliar el tamaño de esta muestra e incluir a los trabajadores de la

Secretaría de Economía para complementar este trabajo con una investigación bibliográfica extensa acerca de las iniciativas políticas y de la II a favor de la sustentabilidad en México. Finalmente, se puede aseverar que el cambio conductual a gran escala es otro tema conexo y fundamental para el avance del conocimiento científico relacionado con el poder de la II para un CS.

Referencias

- Agence BIO (2016). *La bio dans le monde*.
- Belk, R. W. (2006). *Handbook of qualitative research methods in marketing*. UK: Cheltenham.
- Brown, H. S. & Vergragt, P. J. (2016). From consumerism to wellbeing: toward a cultural transition? *Journal of Cleaner Production*, 132, pp. 308–317, recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.107>
- Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. *United Nations Commission*, 4(1), pp. 300, recuperado de <https://doi.org/10.1080/07488008808408783>
- Dueñas Ocampo, S., Perdomo-Ortiz, J. y Villa Casta, L. E. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de la literatura. *Estudios Gerenciales*, 30, pp. 287–300, recuperado de [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(13\)70015-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(13)70015-9)
- EBSCO Industries (2018). Discovery Service para UNAM. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com.pbidi.unam.mx:8080/eds/search/advanced?vid=15&sid=caa135f1-9969-4225-aa2d-948a93f3ca3e%40pdc-v-sessmgr01>
- Firat, A., Kutucuoglu, K., Arikan Saltik, I. & Tunçel, O. (2013). Consumption, consumer culture and consumer. *Journal of Community Positive Practices*, XIII(1), pp. 182–203.
- Giesler, M. & Veresiu, E. (2014). Creating the Responsible Consumer: Moralistic Governance Regimes and Consumer Subjectivity. *Journal of Consumer Research*, 41(3), pp. 840–857, recuperado de <https://doi.org/10.1086/677842>
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1999). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. USA: New Brunswick.

- GlobeScan & *National Geographic* (2014). Greendex 2014: Consumer Choice and the Environment – A Worldwide Tracking Survey, pp. 1–20, recuperado de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Gobierno de la República (2007). Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012. *Diario Oficial de la Federación*.
- Gobierno de la República (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. *Diario Oficial de la Federación*, recuperado de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Haddar, M. (2010). *Méthodologie de la recherche doctorale en économie*. Paris: Éd. des Archives.
- Izcara Palacios, S. P. (2014). *Manual de investigación cualitativa*. México: Fontamara.
- Keller, M., Halkier, B. & Wilska, T. A. (2016). Policy and Governance for Sustainable Consumption at the Crossroads of Theories and Concepts. *Environmental Policy and Governance*, 26(2), pp. 75–88, recuperado de <https://doi.org/10.1002/eet.1702>
- Kilbourne, W. E., Beckmann, S. C. & Thelen, E. (2002). The role of the dominant social paradigm in environmental attitudes: A multinational examination. *Journal of Business Research*, 55(3), pp. 193–204, recuperado de [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00141-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00141-7)
- Lee, K. (2008). Opportunities for green marketing: young consumers. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(6), pp. 573–586, recuperado de <https://doi.org/10.1108/02634500810902839>
- Martinez, M. G. & Poole, N. (2009). Fresh Perspectives 4 – Ethical consumerism: development of a global trend and its impact on development, in Borot de Battisti, A., MacGregor, J. & Graffham, A. (eds.), *Standard Bearers: Horticultural Exports and Private Standards in Africa*, London: International Institute for Environment and Development (IIED) and Natural Resources International (NRI), pp. 18-21, recuperado de <http://eprints.soas.ac.uk/7489/>
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. New York : Cambridge University Press.
- Öberseder, M., Schlegelmilch, B. B. & Gruber, V. (2011). “Why Don’t Consumers Care about CSR?”: A Qualitative Study Exploring the Role of CSR in Consumption Decisions. *Journal of Business Ethics*, 104(4), pp. 449–460, recuperado de <https://doi.org/10.1007/s10551->

011-0925-7

OECD (2008). *Promoting Sustainable Consumption. Good Practices in OECD countries.* Recuperado de <https://www.oecd.org/greengrowth/40317373.pdf>

Ozcaglar-Toulouse, N. (2005). *Apport du concept d'identité à la compréhension du comportement du consommateur responsable: une application à la consommation des produits issus du commerce équitable* Lille, France: Université du Droit et de la Santé Lille II.

Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research : techniques and procedures for developing grounded theory.* Los Angeles: Sage Publications.

Thiétart, R. A. (2007). *Méthodes de recherche en management.* Paris: Dunod, pp. 586.

UNEP (2004). UNEP Document Repository. Recuperado el 6 de junio de 2018 en <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/9368>

Número	Institución pública a la que se pertenece o ha pertenecido
Participante 1	Semarnat
Participante 2	Profeco
Participante 3	Profeco
Participante 4	UNAM

LA AGENCIA ESPACIAL MEXICANA COMO
ORGANISMO GENERADOR DE UN ENTORNO
QUE IMPULSE LAS VENTAJAS
COMPETITIVAS DEL SECTOR ESPACIAL
MEXICANO: EL CLÚSTER AEROESPACIAL
Área de investigación: Negocios internacionales

Luis Fernando Juárez Jiménez

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Universidad Nacional Autónoma de México

Luisfernando.juarez@outlook.com

Hugo Javier Buenrostro Aguilar

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Nacional Autónoma de México

yroxaber@gmail.com

**Agradecemos a la Red de Ciencia y Tecnología Espacial (Redcyte) por el apoyo brindado para la
presentación de este trabajo.**

Resumen

Desarrollar el sector espacial en un país emergente como México y en un entorno global competitivo, es bastante complejo. Por ello, en el presente artículo se analiza las condiciones del sector y se plantea que éstas impulsen ventajas competitivas y que la Agencia Espacial Mexicana (AEM) genere dichas condiciones. De allí que el objetivo sea analizar los fundamentos de la implementación de un clúster espacial por medio de la Agencia Espacial Mexicana.

Por un lado, los resultados del análisis demostraron que el sector espacial mexicano ya cuenta con ventajas competitivas, pero el entorno idóneo para adquirirlas apenas se está estableciendo, y que la AEM realiza

grandes esfuerzos para formar este entorno, pero precisa atender las desventajas del sector nacional respecto de competidores internacionales. Por otro lado, también se apreció que el enfoque de la Agencia para establecer el clúster espacial nacional puede no ser suficiente. Por tanto, se plantea fomentar el sector espacial en clústeres aeroespaciales, impulsar clústeres competitivos e innovadores y diversificar la internacionalización. **Palabras clave:** AEM, ventajas competitivas, clúster, internacionalización.

Introducción

Desde la década pasada, el interés del gobierno y la sociedad mexicana en el sector espacial ha aumentado por su potencial de desarrollo. Prueba de ello es la creación de la AEM en 2010, así como la subsecuente elaboración de planes estratégicos como ruta de acción para impulsar al sector.

La importancia del sector espacial en la actualidad es evidente a nivel internacional. Como ejemplo, Space Foundation estima que éste contribuyó con 180 000 000 000 de dólares a la economía en 2005, con 60% proveniente del comercio; además, se estima que por cada dólar que la NASA gasta, se cataliza diez dólares de beneficio económico gracias a las innovaciones tecnológicas (Amadeo, 2018). Ya para el 2015, el sector global alcanzó los 323 000 000 000 de dólares, con la mayor parte proveniente del sector comercial (Castañeda y otros, 2017, p. 23). Aunado a este potencial de derrama económica que beneficia a otras industrias, ya sea con tecnología o con servicios e información, el sector espacial provee beneficios directos a la sociedad al atender diferentes necesidades que van desde la comunicación y navegación hasta la gestión de recursos y agricultura de precisión (Castañeda y otros, 2017, p. 55).

Asimismo, en la actualidad los actores involucrados en este sector se han diversificado. Durante el siglo XX, las actividades del espacio eran exclusivas de los Estados, en particular de las potencias. Sin embargo, las cadenas de suministros de sistemas espaciales se están internacionalizando, hay una participación más intensa de economías emergentes y el sector privado ha comenzado a desarrollar servicios y tecnologías para una diversidad de actores y no sólo para los gobiernos (Castañeda y otros, 2017, pp. 19 y 26).

En el caso de México, sobresalen dos situaciones importantes en el sector espacial nacional: la primera se refiere al presupuesto gubernamental, pues México destina 125 000 000 de dólares al sector, y la segunda corresponde a las actividades espaciales, en las que México está completamente desarrollado en materia de servicios de comunicación satelitales, pero tiene un bajo impulso o, incluso, nulo interés en otras áreas importantes del mercado y del desarrollo en ciencia y tecnología (Castañeda y otros, 2017, pp. 24-26).

En este artículo, se analizó tanto las condiciones del sector espacial mexicano como la labor de la Agencia Espacial Mexicana (AEM) a partir de la revisión de tres categorías de análisis principales: el sector espacial, las ventajas competitivas y los clústeres. Asimismo, este estudio se dividió en dos planos: el sector espacial internacional y el caso particular del sector espacial mexicano, y se comparó la AEM y clústeres mexicanos con otras agencias espaciales y la condición de los clústeres de otros países. Igualmente, se contactó a expertos y a actores involucrados en el tema y se analizó documentos gubernamentales que permitieron estudiar las condiciones del sector espacial, tales como los Planes de Órbita de la AEM, sus informes de trabajo, el *FY 2018 Budget Estimates* de Estados Unidos, el *Emerging Space* de la NASA y documentos de otras instituciones relativas al sector.

Marco Conceptual

En primer lugar, el sector espacial, de acuerdo con el Plan de Órbita 2.0, se define como las “[...] actividades de ingeniería e investigación relacionada directamente con la exploración del espacio exterior y el desarrollo de tecnologías espaciales” (Castañeda y otros, 2017, p. 20).

En cuanto a las instancias relacionadas con este sector, éstas pueden ubicarse en el modelo de la Quíntuple Hélice, formado por el sector público, el privado y la academia, así como por la sociedad civil y el contexto medioambiental (Bitran, 2015, p. 11). Además, cabe señalar que dicho sector está inscrito en la economía del espacio, que consta de recursos y actividades espaciales que generan beneficios sociales y económicos (Gómez y otros, 2012, p. 13).

Un autor pertinente para el presente análisis es Michael Porter, quien considera que el actuar del Estado debe dirigirse hacia el desarrollo de un

entorno nacional que permita a las empresas obtener y mantener ventajas competitivas para competir a nivel internacional, y afirma que de esa forma se elevará el estándar de vida de las personas (Porter, 2007). También, Porter define la ventaja competitiva como aquella proveniente del valor que una empresa logra crear para sus compradores (Porter, 2015). Además, él precisa que ésta se adquiere por actos de innovación – entendido este último término como nuevas tecnologías o procesos que se obtienen del conocimiento– que sólo podrán mantenerla con una mejora incesante (Porter, 2007, pp. 5 y 9), y la vincula, entre otros aspectos, con la productividad, que puede generar un estándar de vida alto si las empresas la elevan en sus países (Porter, 2007, pp. 7-8).

Al respecto, existen dos tipos de ventaja competitiva: por costo inferior, que se refiere a la capacidad empresarial para diseñar, producir y comercializar con más eficiencia que los competidores, y por diferenciación, que es la capacidad para ofrecer un valor superior y singular, con calidad, características especiales y servicios posventa (Colegio Panamericano, s.f., p. 2).

Paul Krugman no comulga con el concepto de Michael Porter de ventaja competitiva y lo reduce a otra forma de productividad. No obstante, en lo que sí coinciden estos dos autores es en la importancia de las aglomeraciones espaciales o clústeres. Para Krugman, las aglomeraciones son un espacio compuesto por firmas que producen bienes diferenciados y que están dotadas de cierto poder monopólico. Él considera que la concentración de industrias evidencia rendimientos crecientes en la economía (Posada y Vélez, 2008) y comenta que dicha concentración conlleva efectos denominados externalidades, a las que define como beneficios acumulados en el exterior de la empresa (García Hernández, 2009, p. 20).

Por su parte, Porter define al clúster como una colección de compañías e instituciones (gubernamentales, universidades, asociaciones comerciales, *think tanks*, etc.) geográficamente cercanas, con intereses comunes y actividades complementarias, con relaciones de competencia y cooperación (Soriano, 2008, p. 9). Asimismo, puntualiza que al concentrar conocimiento y relaciones los clústeres coadyuvan a tener ventajas competitivas respecto de la competencia (Porter, 1998, p. 78).

En suma, una ventaja competitiva puede ser de costo inferior o por diferenciación; está estrechamente relacionada con la productividad y con el valor que una empresa crea para sus compradores; surge de los actos de innovación, ya sean relativos a nuevas tecnologías o a nuevos procesos, y se mantiene por la mejora incesante basada en el conocimiento.

En cambio, un clúster es un espacio que concentra conocimiento y está compuesto por instituciones y compañías que producen bienes diferenciados, que son geográficamente cercanas y que tienen intereses comunes, actividades complementarias y relaciones tanto de competencia como de cooperación.

Ventajas competitivas del sector espacial

En este apartado, se expone las ventajas competitivas del sector espacial mexicano y del sector en general, lo que se logró al revisar “Las ventajas competitivas de las naciones” de Porter, los planes de órbita desarrollados por la AEM y otros documentos relativos al sector espacial.

Concretamente, se identificó siete ventajas competitivas en el Diamante de Porter que son: los factores especializados; la interconexión entre industrias relacionadas y de apoyo; prácticas de gestión y modos de organización en un país; los mecanismos para obtener información acerca de tendencias en la industria; la concentración geográfica de los competidores; los productos de calidad, y las cadenas de valor que permitan obtener insumos económicos.

De las políticas gubernamentales que propone Porter, se desprende la ventaja competitiva de los estándares estrictos en productos, seguridad y medioambiente. De las políticas empresariales, proviene la ventaja competitiva de tener proveedores avanzados y compradores exigentes para adquirir mejores insumos, así como la localización productiva para propiciar una mayor productividad e intercambio de información.

Otra ventaja competitiva del sector es el presupuesto de los gobiernos. De acuerdo con el Plan de Órbita 2.0, los países líderes del sector invierten en casi todas las actividades espaciales, que van —pero no se limitan— desde la manufactura, lanzamientos y satélites pequeños, hasta la observación de la Tierra, comunicación satelital y exploración del espacio (Castañeda y otros, 2017, p. 24).¹ No obstante, para que el presupuesto gubernamental

sea ventaja competitiva debe dirigirse a la investigación y desarrollo (I&D).

En el caso de Estados Unidos, de los 19.1 000 000 000 de dólares requeridos en 2018 la NASA destinó 53% a I&D (NASA, 2017, pp. 2-6). En cambio, China dirige su política espacial para tener independencia tecnológica e innovación en ciencia y tecnología (Aliberti, 2015, pp. 32 y 33). Por su parte, la Agencia Espacial Europea creó, entre otras cosas, un programa para mejorar la cooperación en I&D (ESA, 2005, p. 9).

Además del presupuesto gubernamental en I&D, se observó que el gasto público-privado es una ventaja competitiva. Como ejemplo, en un documento del American Institute of Aeronautics and Astronautics (AIAA) se sugiere que para que Estados Unidos mantenga su liderazgo espacial debe promover la asociación público-privada, así como el fortalecimiento de la inversión en I&D (AIAA, s.f., p. 3).

Asimismo, esta ventaja competitiva se vincula con la coordinación de otras instancias. En *Emerging Space*, se menciona que la economía del espacio del futuro vendrá de los esfuerzos combinados del gobierno y la industria privada, pero también del esfuerzo conjunto de científicos, estudiantes y ciudadanos (NASA, s.f., p. 35).

En el Plan de Órbita 2.0, fueron encontradas otras ventajas competitivas al revisar el estudio de tendencias prospectivas –a veinte años– del sector espacial a nivel nacional e internacional. En concreto, se ubicaron siete ventajas competitivas del sector a nivel internacional y seis que México comparte (Castañeda y otros, 2017, pp. 53-59).

Algunas tendencias son la falta de empresas certificadas en los países en desarrollo, así como la armonización mundial de normas. De éstas, se desprenden las ventajas competitivas de la certificación espacial y del involucramiento y la adecuación de los marcos nacionales al proceso de armonización.

En el caso mexicano, la AEM tiene varios proyectos para fomentar la certificación y la normalización. Uno de los más importantes es establecer un centro que normalice y certifique productos y sistemas espaciales (AEM, 2017, p. 5).² Sin embargo, algunos esfuerzos se aprecian sutiles, por lo menos en cuanto a la armonización internacional de normas.

La siguiente ventaja a tratar es la de los acuerdos e instrumentos internacionales que permiten transferencia tecnológica. Al respecto, la

AEM ha concretado diecinueve convenios con agencias y organismos internacionales, aunque al no encontrar el contenido de éstos, no se pudo constatar que provean la transferencia tecnológica (AEM, 2018, p. 1); no obstante, la Agencia planea establecer un centro de innovación y transferencia tecnológica, con lo que se podrá tener mejores certezas al concretar acuerdos de esta índole (AEM, 2017, p. 4).

En virtud de la anterior, se identificó la ventaja competitiva de las compensaciones, ventaja que la AEM trata de aprovechar con un programa de compensaciones industriales (Castañeda y otros, 2017, p. 76). Sin embargo, pese a establecer la entrega de un modelo al respecto, en sus programas de trabajo no figura ningún avance.

A partir de ello, se ubicó la ventaja competitiva del desarrollo tecnológico de producción y componentes electrónicos para acelerar la asequibilidad de la industria espacial, así como la ventaja de coordinar el sector espacial de un país para involucrarse en temas de vanguardia e importancia local y mundial.

Respecto de los temas de vanguardia, México experimenta algunas tendencias, como el *big data*, robótica, simulación y modelación, internet de las cosas y agricultura de precisión, con instituciones como Infotec o Cinvestav y universidades como la UNAM o el IPN que trabajan en estos rubros (Castañeda y otros, 2017, pp. 56-57).

La última ventaja competitiva ubicada en el estudio de tendencias es la del capital humano especializado. En cuanto al tema de recursos humanos, México cuenta con la ventaja del capital humano calificado, pero se precisa de nuevo talento especializado para fortalecer esta ventaja competitiva.

Para seguir conociendo las ventajas competitivas de México, se analizó los FODA elaborados en ambos planes de órbita (Castañeda y otros, 2017, pp. 43-48; Gómez y otros, 2012, pp. 24-28), ya que –de acuerdo con Otero y Gache– las fortalezas y oportunidades son ventajas competitivas (Otero y Gache, 2006). No obstante, sólo se expondrá las fortalezas, en vista de que las oportunidades no pueden ser consideradas ventajas competitivas propias o consolidadas.

Las fortalezas ubicadas en el primer Plan de Órbita, pero que fueron omitidas cuando se actualizaron, son el marco de protección de propiedad intelectual y el Programa de innovación de la SE-Conacyt; la estrategia a

nivel nacional y en clústeres regionales; la capacidad para desarrollar proveeduría, y la vinculación entre grupos académicos y agencias internacionales.³

Las fortalezas que se mantuvieron en el Plan 2.0 son la experiencia en el sector aeronáutico, capital humano capacitado, centros académicos y de I&D de alto nivel, reserva de talento humano, la investigación especializada y el apoyo gubernamental con fondos federales o reducciones fiscales. En tanto que se agregó las fortalezas en costos competitivos, vinculación académica-industrial, tratados de libre comercio y la infraestructura tecnológica para pruebas.

Por último, se debe decir que este esfuerzo de exponer las ventajas competitivas del sector espacial está incompleto, debido a la diversidad y surgimiento continuo de éstas. Sin embargo, dicho esfuerzo no se llevó a cabo para hacer una clasificación rigurosa, sino para aproximarse a algunas de las ventajas competitivas del sector espacial mexicano y del sector en general, de tal forma que se obtenga una visión más clara y completa de ellas.

Tabla 1. Resumen de las ventajas competitivas encontradas

Del análisis del Diamante de Porter y documentos del sector espacial.	Del análisis de las tendencias expuestas en el Plan de Órbita 2.0		Del análisis de los FODA elaborados en el Plan de Órbita y su actualización.		
	En general	Caso mexicano	Omitidas en plan 2.0	Conservadas y agregadas.	
Conocimiento/innovación y Productividad.	Certificación espacial.	Diversos proyectos: 1) establecer un centro que normalice y certifique productos y sistemas espaciales. 2) NMX-AE-001-SCFI-2018	Marco de protección de propiedad intelectual.	Experiencia en el sector aeronáutico.	
Factores especializados.	Adecuación de marcos nacionales y armonización internacional de normas.		Programa de innovación de la SE-CONACyT.	Reserva de talento humano.	
Interconexión entre industrias.					
Mecanismos para obtener información sobre las tendencias en la industria.	Acuerdos e instrumentos internacionales para la transferencia tecnológica.	Diecinueve convenios con agencias y organismos internacionales. (No todos prevén transferencia)	Capacidad para desarrollar proveeduría	Costos competitivos	
Productos de calidad.			Vinculación de grupos académicos con agencias internacionales.	Capital humano capacitado.	
Concentración geográfica de los competidores.					
Prácticas de gestión y modos de organización en un país.			Centro de innovación y transferencia tecnológica. (En proceso)	Estrategia a nivel nacional y en clústeres regionales. (No se cuenta con un clúster espacial)	Centros académicos y de I&D de alto nivel
Cadenas de valor que permitan obtener insumos económicos.					
Estándares estrictos.	Aprovechar compensaciones industriales	Programa de compensaciones industriales. (No aparecen avances)		Investigación especializada	
Tener proveedores avanzados y compradores exigentes.					
Presupuesto gubernamental dirigido a I&D.	Desarrollar tecnologías de producción y componentes electrónicos para acelerar la asequibilidad.	—		Apoyo gubernamental (Es limitado)	
Localización productiva.				Infraestructura tecnológica para pruebas	
	Involucrarse en temas de vanguardia y mayor importancia	Tendencias en temas importantes y de vanguardia.		Vinculación académica-industrial	

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de los documentos citados en el análisis.

Entorno del sector espacial

Como se comentó, se plantea que la AEM debe generar un entorno con condiciones que impulsen las ventajas competitivas ya expuestas del sector espacial mexicano y del sector en general. Con esto en mente, se analiza de nuevo los FODA de los Planes de Órbita y el trabajo de Porter, específicamente su Diamante de la ventaja nacional.

El Diamante de Porter está formado por cuatro determinantes, que un país debe cuidar para generar un entorno nacional donde sus empresas obtengan ventajas competitivas y fuentes de ellas. Estas determinantes son la condición de los factores, la condición de la demanda, las industrias locales relacionadas y de apoyo, y el contexto para la estrategia y la rivalidad (Porter, 2007, pp. 9 y 10).

La condición de los factores establece un ambiente con instituciones de clase mundial;⁴ la condición de la demanda hace énfasis en una demanda local caracterizada por compradores exigentes;² respecto de las industrias locales relacionadas y de apoyo, se especifica que éstas deben ser internacionalmente competitivas, es decir proveedores que compitan globalmente,⁶ y, finalmente, la determinante del contexto para la estrategia y la rivalidad promueve condiciones nacionales que incentiven la rivalidad entre las empresas locales y en las que las empresas se creen, organicen y gestionen de acuerdo con los usos de su país.⁷

Para analizar las condiciones propias del sector espacial mexicano que puedan impulsar sus ventajas competitivas, se revisó a profundidad el análisis FODA desarrollado en los Planes de Órbita, ya que en ellos se describe su entorno local (fortalezas - debilidades) y externo (oportunidades - amenazas).

En el entorno nacional, se identificó cinco debilidades persistentes: el escaso conocimiento del sector, el bajo nivel en desarrollo de proveedores, así como tres de mayor importancia que son los recursos humanos con capacidades poco desarrolladas, bajo presupuesto gubernamental y poco desarrollo de emprendimiento basado en desarrollos tecnológicos.

Asimismo, se encontró cinco debilidades nuevas, pero las tres con mayor importancia corresponden a la necesidad de fortalecer la estrategia,

disminución del presupuesto gubernamental y la integración de la industria espacial a la industria 4.0.⁸ Las dos de menor importancia son la deficiente infraestructura de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la grande brecha tecnológica entre países líderes. De igual forma, se determinó diez oportunidades para el sector mexicano. Las de mayor importancia son la regulación actual que permite incorporarse al mercado internacional, nuevos nichos de mercado, cooperación internacional para países emergentes y la integración con el mercado estadounidense.²

Las otras seis oportunidades son el posicionamiento geográfico, el desarrollo de nuevas tecnologías con descenso en costos, la integración con la industria latinoamericana, la terciarización de la órbita baja y geoestacionaria al sector privado, el cambio demográfico que modificó la disponibilidad de talento y los recursos humanos mexicanos en el extranjero.

Por último, se identificó diez amenazas, de entre las cuales las de mayor importancia son la inestabilidad financiera, la competencia internacional de países emergentes, la competencia internacional en temas de manufactura y el aumento de la brecha tecnológica. Las otras seis amenazas son la dependencia tecnológica, fuga de talento, proteccionismo económico y de transferencia tecnológica de otros países, enfoque de apoyo gubernamental desligado de interés privado, cancelación de acuerdos comerciales e inseguridad.

Un clúster competitivo e innovador

En el Plan de Órbita 2.0, se establece una serie de hitos, objetivos, estrategias y proyectos que buscan hacer frente a los retos y oportunidades expuestos en el apartado anterior, de tal forma que se alcance las metas de la AEM y se posicione el sector nacional.

Uno de estos proyectos es particularmente importante para esta investigación debido a que se refiere a las condiciones del sector; se conoce como el proyecto de la formación del clúster espacial nacional, cuyo objetivo es “Establecer el clúster mexicano de industrias y servicios ligados al sector espacial, que permita el intercambio de información y la realización de acciones comunes a la triple hélice y a la sociedad”

(Castañeda, 2017, p. 67), y que plantea como primer paso para su constitución crear un modelo de negocios y gobernanza.

En el Plan, se considera que este clúster es fundamental para capitalizar las fortalezas (ventajas competitivas). Los beneficios que se esperan de éste son fomentar la colaboración y vinculación entre los actores involucrados, facilitar el intercambio de información y conocimiento, y desarrollar una articulación eficaz de las cadenas de valor.

Al respecto, en el Informe Anual de Actividades 2016 de la AEM se comenta la existencia de un documento en el que se desarrolla una estrategia para formar clústeres innovadores. Asimismo, en el Informe semestral del 2017 de la AEM se tiene programado un informe relativo a la promoción del desarrollo del clúster espacial nacional.

Hasta el momento, no se ha podido acceder a estos documentos, pero por medio de la Plataforma Nacional de Transparencia se preguntó a la AEM si ya se ha decidido dónde se establecerá el clúster y para cuándo comenzaría su conformación. La solicitud fue remitida al coordinador general de desarrollo industrial, comercio y competitividad en el sector espacial, el Ing. José Javier Roch, quien contestó lo siguiente: “El clúster no está concebido para establecerse en un lugar concreto, sino como un espacio de interrelación entre la triple hélice, con objetivos concretos orientados al desarrollo de la industria y los servicios de base espacial. [...] se ha contactado a distintos actores de la triple hélice que, por su perfil, podrían desempeñar un papel importante en este proceso debido a su visión y su experiencia en el sector [...]”.

A la luz de esta información, cabe recordar que tanto Porter como Krugman mencionan, respectivamente, que el clúster o la aglomeración industrial se refiere a la concentración de actores geográficamente cercanos, y afirman que dicha concentración reporta beneficios, ya sean llamados ventajas competitivas o externalidades.

Para aclarar mejor esta problemática, se intentó contactar al Dr. Porter mediante el envío de un correo electrónico a la unidad de estrategia del Harvard Business School. En dicho correo, se preguntó si era posible establecer un clúster de relaciones sin un área geográfica cercana, así como lo que esto implicaría. El Dr. Porter no ha respondido hasta el momento; no obstante, Richard Bryden, director de productos de

información del Institute for Strategy and Competitiveness (ISC) de la Harvard Business School, respondió que el concepto de clúster no puede ser separado de la localización. Asimismo, Bryden proporcionó fuentes de información que permitieron un mejor entendimiento del proyecto del clúster espacial mexicano.

Por un lado, al revisar la página del ISC quedó claro que el clúster debe tener un espacio geográfico y que éste puede ser construido y/o actualizado (Institute of Strategy and Competitiveness, s.f.). Por otro lado, al revisar el artículo “Clusters and Economic Policy” se entendió que la necesidad de proximidad hace que los clústeres sean regionales, no nacionales (Porter, 2009, p. 2).

Para entender mejor la situación de los clústeres en México, se contactó al Dr. Tomás Sibaja, director del clúster aeroespacial de Baja California, y se le preguntó si se buscaba hacer de este clúster uno espacial además de aeronáutico debido a declaraciones en las que se expresa la búsqueda de una producción integral al fabricar satélites y efectuar su propulsión. Su respuesta fue que ese clúster ya atiende al sector espacial entre sus segmentos de mercado. Al saber esto, se llegó a la conjetura de que si no se pretende establecer el clúster espacial nacional en un lugar específico y sólo se fomenta la interrelación de la triple hélice, entonces se usará los clústeres aeroespaciales establecidos. Dicha estrategia sería viable ya que “Un clúster puede superponerse con otros clústeres” (Porter, 2009, p. 3), y, como se mencionó, un clúster puede actualizarse. Sin embargo, ¿la concepción del clúster espacial mexicano planteada es la mejor para generar un entorno nacional que impulse las ventajas competitivas del sector? Establecer sólo un espacio de interrelaciones de la triple hélice puede no ser suficiente.

Para comprender qué hace que un clúster espacial sea competitivo e innovador, se analizó el libro *Aerospace clusters, world's best practice and futur perspectives*, que compara las mejores prácticas de clústeres aeroespaciales y hace énfasis en el sector espacial de diversos países bajo el esquema del Diamante de Porter (Paone y Sasanelli, 2016).¹⁰ Como elementos determinantes para la competitividad y la innovación de los clústeres, se concluyó que respecto de la condición de los factores las universidades e instituciones de investigación proveen ímpetu a los clústeres, ya que proporcionan actividades de I&D y capital humano

altamente cualificados; asimismo, se indica la importancia de una infraestructura adecuada para evitar congestiones entorpecedoras.

En lo relativo al contexto para la estrategia y la rivalidad, primero se destaca las instituciones de colaboración para incentivar la interacción entre los miembros del clúster, socios externos y otros clústeres, con ellos se atrae Inversión Extranjera Directa (IED); segundo, se resalta la importancia de tener empresas ancla en el clúster que desarrollen una red industrial y atraigan proveedores especializados, y, tercero, se menciona la participación en programas internacionales e incentivos fiscales que apoyen el potencial del clúster para innovar y ser competitivo en el escenario internacional.

Respecto de las industrias relacionadas y de apoyo, éstas se caracterizaron por la elevada interconexión entre clústeres del sector y de otros sectores, un alto grado de internacionalización multidimensional (enlaces comerciales, cooperación en I&D, atracción y retención de talento) y la especialización en segmentos altamente innovadores de la cadena de valor. En cuanto a la condición de la demanda, finalmente, cada clúster analizado espera el crecimiento de la demanda global de productos y servicios del sector, así como la creciente integración del sector aeroespacial con otros sectores, tendencia que reportó mayores beneficios a clústeres más internacionalizados.

Por tanto, se señala la estrategia para confrontar competidores emergentes, particularmente de la región Asia-Pacífico, donde se espera que se originará la demanda futura; ésta consta de aproximarse a dichos competidores para que se fomente la correspondencia entre oferta-demanda, pero sin dejar de lado la importancia de la demanda en sus países de origen.

Los clústeres aeroespaciales mexicanos

Ahora, el panorama de los clústeres a nivel internacional es comparado con los clústeres aeroespaciales en México que, de acuerdo con el Plan Nacional de Vuelo (PNV), son los de Baja California, Chihuahua, Sonora, Querétaro y Nuevo León (Archundia, 2014, pp. 48-55). Lo primero que hay que puntualizar es que, al analizar el PNV y los planes de vuelo de estas entidades federativas, se apreció un sesgo hacia el sector aeronáutico e incluso se descubrió que sólo Querétaro plasma proyectos del sector

espacial en su plan de vuelo y que en el de Baja California sólo se menciona que hay producción de componentes para aplicaciones espaciales.

Para precisar el porcentaje del sector espacial en la industria aeroespacial, se recurrió al Plan de Vuelo Queretano (PVQ), el único que lo expone en segmentos: 46% en aeroestructuras, 15% en propulsión, 24% en sistemas y aviones y 15% en procesos espaciales (Lugo y otros, 2017, p. 29). De acuerdo con el PVQ, se expone un panorama global de los cinco clústeres mexicanos, y se aclara que presentaron características particulares y generales.

Respecto de la condición de los factores, todos los clústeres tienen universidades con vocación hacia el sector y centros de investigación especializados; en I&D, algunos presentaron investigación en materiales avanzados, tecnologías en materiales compuestos y en disponibilidad de procesos espaciales, así como una red de innovación e investigación en Querétaro; acerca del capital humano cualificado, todos los clústeres mostraron colaboración y centros para desarrollar técnicos e ingenieros especializados; en lo relativo a la infraestructura adecuada, se afirma que se cuenta con infraestructura global de calidad en términos de laboratorios de prueba y centros de certificación, pero se debe recordar la tendencia al sector aeronáutico y que la AEM apenas está concretando proyectos al respecto.

Del contexto para la estrategia y la rivalidad, todos presentaron IED alta, así como empresas ancla y atracción de proveedores especializados; en cuanto a los programas internacionales, en algunos clústeres hay proyectos con universidades y agencias espaciales extranjeras; respecto de los incentivos fiscales, no hubo mención, pero, como se comentó anteriormente, en los Planes de Órbita se indica que éstos han decrecido.

En lo que se refiere a las instituciones para la colaboración, en un artículo de la conferencia acerca del clúster aeroespacial sonoreNSE se dice que el sector aeroespacial cuenta con cuatro: la Federación Mexicana de la Industria Aeroespacial, la Dirección General de Aviación Civil, el Consejo Mexicano de Educación Aeroespacial y la AEM (Arce y otros, 2014).

Respecto de las industrias relacionadas y de apoyo, en el PNV se menciona que existe integración con otros sectores, pero no se proporciona información de la interconexión entre clústeres del sector,

sólo se sabe que la AEM incentiva la interrelación de la triple hélice; del alto grado de internacionalización multidimensional, se refiere que la mayor parte de las exportaciones se dirige a Estados Unidos y que la cooperación en I&D también se establece con empresas multinacionales; en cuanto a la especialización en segmentos altamente innovadores, el PNV señala que Baja California busca desarrollar capacidades de innovación en servicios basados en conocimiento de alto valor, sin embargo éste se centra en el sector aeronáutico; por último, se deja de lado lo concerniente a la atracción y retención de talento.

Finamente, en lo relativo a la condición de la demanda referente a los clústeres más internacionalizados, en el PNV se observa que los clústeres mexicanos se enfocan principalmente en Estados Unidos y después en Europa, lo que, a su vez, expone la falta de proximidad con competidores de Asia-Pacífico; acerca de la importancia de la demanda local, no hay datos de los otros clústeres, pero se afirma que el de Nuevo León cuenta con una mayoría de empresas de capital 100% mexicano, además Juan Carlos Corral, director ejecutivo de ITP Aero, menciona que “los clústeres aeroespaciales no existen para prestar servicios a empresas más grandes, sino para crear un tejido industrial basado en pequeñas compañías” (ProMéxico, 2017, p. 39).

Como se pudo apreciar, los clústeres aeroespaciales mexicanos guardan ventajas similares y desventajas respecto de los clústeres de otros países, por lo que la AEM debe incentivar el desarrollo de ventajas que los clústeres nacionales no tengan, en particular las relativas a un entorno de competencias que motive a las empresas a innovar.

Conclusión

En este artículo, se ha podido apreciar en especial dos circunstancias del sector espacial mexicano: que apenas se está estableciendo un entorno nacional favorable para adquirir y mantener ventajas competitivas, y que aunque la AEM realiza grandes esfuerzos para impulsarlo, es visible la falta de estrategias para desarrollar el clúster espacial nacional sin demeritar los esfuerzos por interrelacionar la triple hélice. Más bien, se busca puntualizar que esta medida es muy necesaria, pero no suficiente.

A manera de conclusión, se puede decir que la AEM debe atender tres puntos importantes expuestos al analizar los postulados de Porter: la

acumulación más rápida de factores y habilidades especializadas, una mejor recepción de información entre empresas y un ambiente nacional que presione a las empresas a competir, innovar e invertir en I&D, pero también hay que aprovechar las fortalezas, como las ventajas competitivas, en particular para el desarrollo de los clústeres, en los que se debe fomentar un interés mayor por el sector espacial en concreto.

Si bien fueron muchos los problemas encontrados, la orientación de la internacionalización se aprecia como uno de los más importantes, ya que ésta puede promover un entorno de competitividad y para adquirir ventajas competitivas. La AEM, incluso, busca una estrategia de alianzas internacionales para desarrollar capacidades industriales.

El análisis realizado permite plantear que dicha estrategia de alianzas, tanto nacional como de clústeres, debe dirigirse hacia la región Asia-Pacífico para obtener los beneficios expuestos de la internacionalización, esto sin menoscabar la importancia de Europa y Norteamérica, debido a la inestabilidad que implica la excesiva dependencia con los Estados Unidos en momentos como la administración de Trump. Además, la estrategia debe enfocarse en la comercialización y complementación de la cadena global de valor, la especialización de factores, la atracción de talento y la cooperación en I&D.

Referencias

AEM (2017). Programa de Trabajo Institucional 2017. México, recuperado el 23 de mayo de 2018 en http://www.aem.gob.mx/downloads/PROGRMA_DE_TRABAJO_AEM_2017.pdf

_____ (s.f.). *Informe de autoevaluación del 1er semestre del 2017*. México, recuperado el 30 de mayo de 2018 en <https://bit.ly/2xq742Z>

_____ (2018). Acuerdos vigentes firmados con agencias espaciales y organismos internacionales. México, recuperado el 23 de mayo de 2018 en <https://bit.ly/2kxYjur>

AIAA (s.f.). Ensuring U.S. leadership in space. Estados Unidos, recuperado el 16 de mayo de 2018 en <https://bit.ly/2J5PzpQ>

Aliberti, Marco (2015). *When China goes to the moon*. Cham: Springer International Publishing.

Amadeo, Kimberly (2018). NASA budget, current funding, history, and

- economic impact. *The balance*, recuperado el 28 de mayo de 2018 en <https://www.thebalance.com/nasa-budget-current-funding-and-history-3306321>
- Archundia Ortiz, L. y otros (2014). *Plan nacional de vuelo. Industria aeroespacial mexicana mapa de ruta 2014*. México: ProMéxico, recuperado el 14 de junio de 2018 en <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/60149/MRT-Aeroespacial-2014.pdf>
- Bitran C., Eduardo (2015). *Una respuesta desde CORFO a la sostenibilidad de las ciudades: ciudades inteligentes, creativas e innovadoras*. Chile: CORFO, recuperado el 2 de mayo de 2018 en <https://bit.ly/2sp41TC>
- Castañeda, Bereniz A. y otros (2017). *Plan de Órbita 2.0 Mapa de ruta del sector espacial mexicano*. México: ProMéxico y Agencia Espacial Mexicana, recuperado el 15 de agosto de 2017 en <http://www.promexico.gob.mx/documentos/biblioteca/plan-orbita.pdf>
- Colegio Panamericano (s.f.). Ventaja competitiva de las naciones de M. Porter. México, recuperado el 19 de mayo de 2018 en <http://panamericano.edu.gt/colegio2012/archivos/SC-ADMO002/semana%2020%20de%20administracion%20ii.pdf>
- ESA (2005). *The european space sector in a global context. ESA's annual analysis 2005*. The Netherlands: ESA Publications Division, recuperado el 17 de mayo de 2018 en <http://www.esa.int/esapub/br/br260/br260.pdf>
- García Hernández, Maximiliano (2009). La nueva teoría del comercio internacional en la posmodernización de la economía global. *Temas de Ciencia y Tecnología*, 13(37), Universidad Tecnológica de la Mixteca, México, recuperado el 15 de noviembre de 2017 en http://www.utm.mx/edi_anteriores/temas037/E3-.pdf
- Hernández Arce, Jesús y otros (2014). Clúster aeroespacial. Perfil competitivo para el estado de Sonora. Congreso Internacional de Investigación Científica Multidisciplinaria ICM ITESM Chihuahua, México, recuperado el 14 de junio de 2018 en https://www.researchgate.net/publication/272158212_CLUSTER_AEROESPACIAL_PERFIL_COMPETITIVO_PARA_EL_ESTADO_DE_SONORA?enrichId=rgreq-74b4aa136c9131504ee2e1a3cd517faf-

XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI3MjE1ODIxMjtBUzo0MTAwODIyNDUzOTg1MjhAMTQ3NDc4MjYzNDA0OA%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf

Institute of Strategy and Competitiveness (s.f.). *What are clústeres?* USA: Harvard Business School, recuperado el 13 de junio de 2018 en <https://www.isc.hbs.edu/competitiveness-economic-development/frameworks-and-key-concepts/Pages/clústeres.aspx>

Logicbus (s.f.). La industria 4.0 a través de sus características y cómo funciona. Recuperado en <http://www.logicbus.com.mx/que-es-la-industria-4-0.php>

Lugo, Juan G. y otros (2017). *Mapa de ruta del sector aeroespacial para la región de Querétaro*. México: ProMéxico, recuperado el 15 de junio de 2018 en <http://www.promexico.mx/documentos/mapas-de-ruta/aeroespacial-queretaro.pdf>

NASA (2017). *FY 2018 Budget Estimates*. USA, recuperado el 17 de mayo de 2018 en <https://go.nasa.gov/2q8agMJ>

_____ (s.f.). *Emerging space. The evolving landscape of 21st century American spaceflight*. USA, recuperado el 18 de mayo de 2018 en <https://go.nasa.gov/2kDiW8J>

Otero, Dino y Gache, Fernando L. (2006). Evoluciones dinámicas en el diagrama FODA. *Revista Científica Visión de Futuro*, 6(2), recuperado el 15 de mayo de 2018 en <http://www.redalyc.org/html/3579/357935465001/>

Paone, Matteo y Sasanelli, Nicola (2016). *Aerospace clusters. World's best practice and futur perspectives. An Opportunity for South Australia*. Australia, recuperado el 13 de junio de 2018 en <http://www.defencesa.com/upload/capabilities/space/Intern%20-%20Paone,%20Matteo%20-%20Aerospace%20Clusters.pdf>

Porter, Michael E. (2007). Las ventajas competitivas de las naciones. *Harvard Business Review*, 85(11), recuperado el 11 de marzo de 2018 en <https://bit.ly/2Ja62wP>

_____ (2015). *Ventaja competitiva*. México: Grupo Editorial Patria, recuperado el 11 de marzo de 2018 en <https://bit.ly/2H2A2FE>

_____ (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 76(6), recuperado el 24 de octubre de 2017 en

http://clústermapping.us/sites/default/files/files/resource/Clústers_and_the_New_Economics_of_Competition.pdf

(2009). *Clusteres and economic policy: Aligning public policy and new economics of competition*. Cambridge, MA: Harvard Business School, Institute for Strategy and Competitiveness, recuperado el 13 de junio de 2018 en https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Clústeres_and_Economic_Policy_White_Paper_8e844243-aa23-449d-a7c1-5ef76c74236f.pdf

Posada, Héctor M. y Vélez, Juan E. (2008). Comercio y Geografía Económica: una nota sobre la contribución de Krugman a la teoría económica. *Lecturas de Economía*, (69), Medellín, recuperado el 20 de noviembre de 2017 en http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-25962008000200011

ProMéxico (2017). Mexican aerospace industry: flying to new heights. *Negocios ProMéxico*, México, recuperado el 14 de junio de 2018 en <http://www.promexico.gob.mx/documentos/revista-negocios/pdf/mar-abr-2017.pdf>

Sánchez Gómez, Jorge A. y otros (2012). *Plan de Órbita: Mapa de ruta de la industria espacial mexicana*, México: ProMéxico y Agencia Espacial Mexicana, recuperado el 23 de agosto de 2017 en <https://bit.ly/2J3VHPu>

Soriano, Miguel A. (2008). *El papel del Emprendedurismo en la formación de Clústeres Industriales*. Tesis de Maestría en Administración de Empresas, Puebla: Universidad de las Américas Puebla, recuperado el 20 de noviembre de 2017 en http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mcap/soriano_m_ma/capitulo2.pdf

¹ Si bien no se sabe la relación causal entre liderazgo y diversidad de actividades, lo que sí se puede constatar es que las actividades están relacionadas con el presupuesto y con el interés gubernamental.

² La AEM ha avanzado en su programa al revisar la NMX-cubesats, al entregar dos de tres normas a la SE, así como al tomar en cuenta a la empresa Glenair sobre la normatividad internacional (AEM, s.f., pp. ٧٧ y ٧٨).

³ El motivo de su omisión no está claro, quizá solamente respecto al Programa de innovación, ya que existe un proyecto para ampliar la red de innovación, con lo que se presupone que el Programa no era una fortaleza directa, de tal modo que la ampliación de la red consolidará esta ventaja.

⁴ Éstas crearán la ventaja competitiva de factores altamente especializados.

² Este ambiente promoverá las ventajas en estándares altos, productos de calidad e información de tendencia en la industria.

⁶ Así se obtendrán ventajas competitivas en insumos más económicos e interconexión industrial, la cual implica líneas directas de comunicación, flujo de información e intercambio técnico de ideas e innovación.

⁷ De estas condiciones se impulsan las ventajas competitivas de las prácticas de gestión y modos predilectos de organización en un país, así como la concentración geográfica de los competidores, la cual amplifica la rivalidad y la igualdad de condiciones tanto en factores como en beneficios gubernamentales.

⁸ La industria 4.0 consiste en la digitalización de los procesos industriales por medio de la interacción de la inteligencia artificial con las máquinas y la optimización de recursos enfocada en la creación de efectivas metodologías comerciales. Esto implica cambios orientados a las infraestructuras inteligentes y a la digitalización de metodologías. Este proceso incidirá de manera más concreta en el modo de hacer negocios (Logicbus, s.f.).

⁹ La integración con el mercado estadounidense se ve afectada por la relación actual con Estados Unidos. Ésta se definirá después de las negociaciones del TLCAN y, en lo sucesivo, en la administración de Trump.

¹⁰ Los clústeres considerados en el estudio son: Aerospace Valley of Toulouse, BavAIRia Aerospace Cluster, Luft-und Raumfahrt Baden-Württemberg cluster, Bangalore Aerospace Cluster, Lombardia Aerospace Cluster, Harwell Science and Innovation Campus, y US aerospace clusters de Colorado y Nuevo México.



13

¿QUIÉNES SON LOS ANTAGONISTAS DEL DESARROLLO SUSTENTABLE?

Área de investigación: Estudios de género en las organizaciones

Melina González Alanís

Escuela de Negocios

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

melina_gzza@hotmail.com

Gabriela Monforte García

Escuela de Negocios

Departamento de Mercadotecnia y Análisis

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

gmonfote@tec.mx

Resumen

La civilización actual se encuentra en el límite de sus capacidades, es tiempo de actuar de manera sistemática para generar el cambio. Los ODS proponen como acción para el cambio el empoderamiento de las mujeres bajo la premisa de que la disminución de la pobreza sólo será posible cuando los sectores más pobres se incorporen al modelo económico y sean capaces de satisfacer sus necesidades. Para ello, proponen la inclusión de las mujeres en los procesos productivos y de toma de decisiones. En este artículo, se plantea que la masculinidad hegemónica es una limitante para el empoderamiento de las mujeres, y, mediante el caso de estudio, se identifica el perfil de las personas que presentan actitudes machistas y misóginas. En esta investigación, buscamos sumarnos a los esfuerzos para alcanzar la sustentabilidad al reconocer a las personas con perfiles hegemónicos, de modo que sea la base para una propuesta de sensibilización y educación para la sustentabilidad desde el enfoque de género.

Palabras clave: empoderamiento, masculinidades hegemónicas, desarrollo sustentable.

Introducción

En 2015, los Estados miembros de las Naciones Unidas aprobaron una resolución en la que reconocieron que el mayor desafío del mundo actual es la erradicación de la pobreza, y afirmaron que si esto no se lograba, no podría conseguirse el desarrollo sustentable (ONU, 2015). Por ende, se fijó los Objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ODS),

que reformulan las estrategias para conseguir el equilibrio entre los ejes económico, social y ambiental.

El objetivo número uno, “Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo”, se refiere no sólo a la falta de ingresos, sino también al hambre, al acceso limitado a la educación, a la discriminación, exclusión social y falta de participación en la toma de decisiones (ODS, 2015). Dicho objetivo señala que el crecimiento económico debe fundamentarse en el propósito de crear empleos sostenibles y promover la igualdad, lo que da evidencia de la interacción entre el eje económico y social.

La aseveración anterior se vincula de manera directa con el objetivo número ocho: “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos”, que busca garantizar oportunidades laborales para toda la población en edad de hacerlo y con condiciones de trabajo decente. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define trabajo decente como: “trabajo productivo en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, en el cual los derechos son protegidos y que cuenta con remuneración adecuada y protección social” (OIT, 1999, p. 4). Estos dos objetivos coinciden en que la manera de erradicar la pobreza es generar oportunidades de desarrollo económico para los sectores más pobres, de modo que sean capaces de autosatisfacer sus necesidades. Sin embargo, este gran reto no será solucionado sin la participación estratégica de las mujeres en el modelo de desarrollo económico.

La idea anterior se consolida en el objetivo número cinco de los ODS que resalta la importancia de la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas al establecer de manera explícita y puntual que: “Si se facilita a las mujeres y niñas igualdad de acceso a la educación, atención médica y representación en los procesos de toma de decisiones políticas y económicas, impulsará las economías sustentables, beneficiando a la humanidad en su conjunto” (ODS, 2015, p. 1).

Cabe destacar que esta expectativa de desarrollo involucra de manera plena la participación de las mujeres en las actividades económicas y en la toma de decisiones, por lo que, sumado a este esfuerzo internacional, la OCDE se compromete a apoyar la eliminación de la desigualdad de género al establecer una extensa agenda. El 26 de agosto de 2016, realizó

una propuesta específica para América Latina. Publicó un informe en el que detalla el avance en la reducción de la brecha de género de los países que conforman la Alianza del Pacífico: Chile, Colombia, Perú y México. Dicho informe plantea medidas destinadas para promover la igualdad y el empoderamiento económico de las mujeres en los países de la Alianza del Pacífico. Estas propuestas van desde el acceso equitativo a la educación, al trabajo formal y a los sistemas de seguridad social, hasta dar a conocer la violencia contra la mujer en el hogar, en el trabajo y en los espacios públicos, así como eliminar las desigualdades de género, incluidos la brecha salarial, el reclutamiento y el ascenso (OECD, 2016).

Los propósitos definidos en los objetivos del milenio hasta el 2015, se están llevando a cabo. Como podemos observar, ahora los objetivos para el desarrollo sostenible establecen la forma de incidir en el cambio. Una de estas propuestas para el cambio corresponde al empoderamiento. En este artículo, nos enfocaremos en el análisis del empoderamiento de las mujeres como un elemento estratégico para conseguir el desarrollo sustentable.

En este trabajo, se investigó el entorno social, escolar y familiar de las mujeres que en el corto y mediano plazo tendrán acceso a la toma de decisiones. Se realizó un estudio empírico en el que se evaluó el perfil de los y las estudiantes de una universidad privada de México, y se midió la presencia de actitudes hegemónicas como machismo y misoginia, que son considerados como antagonistas del empoderamiento y, como consecuencia, de la sustentabilidad. Entre los resultados del estudio, se identificó las características del entorno que potencian los perfiles hegemónicos mencionados, y, a manera de conclusión, se realizó una propuesta para fomentar el empoderamiento de las mujeres.

Marco Teórico

Las Naciones Unidas han establecido que la manera de salir de la pobreza es conseguir que las clases sociales más pobres tengan acceso al modelo de desarrollo económico, para ello establecen de manera estratégica el empoderamiento de las mujeres.

Entonces, ¿qué es empoderamiento? Este concepto se asocia con los términos de: fuerza personal, control, poder personal, elección propia, vida digna en concordancia con los propios valores de la persona,

capacidad de luchar por los derechos propios, independencia, toma de decisiones propias, ser libre y conciencia de capacidades (Narayan, 2002). Además, tiene efectos benéficos a nivel individual, colectivo, económico, político y social. En su sentido más amplio, se define como la expansión de la libertad de elección y acción; es decir, incrementar la propia autoridad y control sobre los recursos y las decisiones que afectan la vida propia. En la medida en que la gente tiene la libertad de escoger, tiene mayor control de su vida (Narayan, 2002).

Por otra parte, estudios realizados por Monforte y otros (2016) establecen que las mujeres, en ausencia de perfiles hegemónicos, toman decisiones equilibradas respecto de los ejes de la sustentabilidad. Por lo anterior, si las decisiones tomadas por las mujeres son más equilibradas, se podrá transitar hacia la sustentabilidad cuando ellas tengan acceso a la toma de decisiones y esto sucederá cuando tengan la fuerza y el posicionamiento mediante el ya mencionado proceso de empoderamiento.

Las metas del empoderamiento de las mujeres son desafiar la ideología patriarcal (dominación masculina y subordinación de la mujer), transformar las estructuras e instituciones que refuerzan y perpetúan la discriminación de género y la desigualdad social (la familia, la raza, la clase, la religión, los procesos educativos y las instituciones, los sistemas y prácticas de salud, las leyes y los códigos civiles, los procesos políticos, los modelos de desarrollo y las instituciones gubernamentales) y capacitar a las mujeres pobres para que logren acceso y control de la información y de los recursos materiales (Batliwala, 1997, p. 193).

Dicho empoderamiento se contrapone a la dinámica cultural que surge de la búsqueda de la hegemonía, en la que un grupo exige y sostiene una posición de liderazgo en la vida social, generalmente controlada por los hombres. En este caso, la masculinidad hegemónica consiste en la configuración de la práctica genérica que resuelve el problema de la legitimidad del patriarcado; ésta, a su vez, garantiza la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres (Connel, 1995), lo que es adverso al logro del empoderamiento de la mujer.

“El empoderamiento ha sido analizado en tres dimensiones: personal (sentido de ser, confianza y capacidad individual), relaciones cercanas (habilidad para negociar decisiones al interior de la pareja y el grupo

doméstico) y colectiva (trabajo conjunto para lograr mayor impacto en instituciones formales e informales)” (Pérez y Vázquez, 2009, p. 190). Por su parte, la palabra en sí emana del acto de adquisición del poder, por ende, la obtención de poder va desde lo individual, hasta lo colectivo. El poder lo poseen quienes controlan la distribución de los recursos materiales, el conocimiento y la ideología que gobierna las relaciones en una sociedad, por lo tanto su magnitud resulta de la cantidad de recursos que se pueden controlar y de la fuerza con la que se puede influir en los ámbitos político, religioso y social. Dicho control otorga el poder de decisión (Batliwala, 1997).

Debido a que el dinero es poder y el medio para conseguirlo es el trabajo, y que, a su vez, “el dinero tiene el poder liberatorio de las obligaciones, o sea, el dinero justamente da libertad” (Gómez, 2015, p. 1), el acceso de las mujeres al trabajo remunerado les permite manejar un fondo propio, lo que aumenta su poder de negociación al interior de la familia y su capacidad de supervivencia fuera de ésta (Agarwal, 1999). El trabajo, entonces, se convierte en un método con el que las mujeres obtienen autoconfianza y control de sus propias vidas; en otras palabras, se empoderan dentro de éste.

En julio de 2010, con el fin de acelerar los objetivos de los temas de igualdad de género y empoderamiento de la mujer, la Asamblea General de las Naciones Unidas fundó ONU Mujeres, entidad que, en conjunto con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas elaboró los “Principios para el empoderamiento de las mujeres / La igualdad es un buen negocio”. Estos principios fueron planteados con la finalidad de guiar a las empresas y al sector privado hacia la igualdad de género desde el lugar de trabajo, hasta el mercado y la comunidad (ONU Mujeres, 2004).

Por otra parte, en 2016 Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) lanzó la campaña “Ellos por Ellas”, una apuesta ganar-ganar que está dirigida principalmente a la población masculina (HeforSHe, 2016). La campaña busca generar conciencia “sobre todo en los hombres, de la necesidad de repensar los roles que mujeres y hombres desempeñan en la sociedad, tanto en el ámbito público como en el privado” (HeforSHe, 2016).

El proyecto inició con el apoyo de organizaciones privadas y actualmente se ha extendido a todo tipo de instituciones públicas, privadas e incluso

educativas que generan de manera estratégica acciones para el cambio. Se considera que el sector empresarial juega un papel importante en el logro de la equidad de género y que debe darse mayores oportunidades a las mujeres, así como hacer conciencia de que los hombres pueden asumir roles que tradicionalmente se piensan para ellas, como la crianza de los hijos (HeforSHe, 2016). La idea es hacer un cambio cultural de las ideas y conductas que refuerzan la discriminación hacia las mujeres. Por ello, el presente artículo se suma a este esfuerzo al identificar el perfil de aquellas personas que se manifiestan en contra de la equidad al estar a favor de actitudes machistas y misóginas. En la siguiente sección, se describe la metodología que se siguió en este estudio de campo para reconocer las características de las personas afines a los perfiles masculinos hegemónicos.

Metodología

Como ya se mencionó en la introducción y por medio de la propuesta metodológica presentada en esta investigación, se tiene como objetivo indagar la presencia de machismo y misoginia entre los estudiantes de una universidad privada del norte de México, así como describir a los hombres y mujeres que presentan estos perfiles hegemónicos.

Si partimos del hecho de que el empoderamiento es un proceso que fortalece e incrementa la autoestima de las personas, en este caso la de las mujeres, se asume que los perfiles hegemónicos tales como el machismo y la misoginia son procesos antagónicos del empoderamiento; por tanto, en la medida en que se busque un mecanismo para contrarrestar el efecto de la presencia de estos perfiles, será más fácil conseguir el empoderamiento de las mujeres y, por consiguiente, su involucramiento en la toma de decisiones y su participación para lograr el desarrollo sustentable.

Este trabajo se realizó mediante un análisis empírico de los estudiantes de una universidad privada del norte de México. Cabe mencionar que los alumnos de dicha universidad, en su mayoría, pertenecen a las clases socioeconómicas media alta y alta, por lo que en el corto y mediano plazo formarán parte del grupo que tomará decisiones (la fracción de estudiantes becados en el periodo de realización de este estudio, enero a mayo de 2016, fue de aproximadamente 26%). Por lo anterior, consideramos que este caso de estudio es gran interés.

Las preguntas de investigación planteadas fueron las siguientes:

- ¿Existe evidencia de la presencia de actitudes machistas y misóginas entre los estudiantes?
- ¿Cuál es el perfil de los estudiantes que presentan dichos rasgos hegemónicos?

Para responder a las preguntas anteriores, se realizó un estudio diagnóstico de carácter descriptivo mediante el uso, como herramienta de análisis estadístico, de la construcción de modelos de regresión. La investigación consistió en aplicar un instrumento que midió la magnitud de la aprobación de ciertas aseveraciones relacionadas con el machismo y la misoginia. Adicionalmente, por medio de las preguntas demográficas, se identificó las características más relevantes de los individuos que manifestaron mayor afinidad a los perfiles hegemónicos.

Participantes

La población de estudio estuvo conformada por aproximadamente 13 000 estudiantes de licenciatura de una universidad privada en el norte de México. Para la toma de la muestra, se convocó a toda la comunidad estudiantil y se obtuvo la participación de 922 estudiantes de nivel profesional de las siguientes áreas disciplinares: negocios, ingeniería, ciencias sociales, tecnologías de la información, humanidades y ciencias de la salud. La cantidad de respuestas fue superior al tamaño de la muestra calculado para un error de estimación máximo de 5% con un nivel de confianza de 95%.

Es importante mencionar que el instrumento se aplicó mediante el uso de la plataforma Qualtrics que opera en línea, por lo que la muestra tiene un sesgo de auto selección. Sin embargo, dado el nivel de respuesta obtenido, se puede suponer que los resultados del análisis estadístico logran describir las tendencias de la población de estudio. Se recomienda para futuras investigaciones aplicar nuevamente el instrumento por medio de la utilización del esquema de muestreo que asegure la representatividad de la muestra.

Instrumento

Respaldado por la revisión teórica, en este estudio se asume que los perfiles masculinos hegemónicos son antagónicos al empoderamiento de las mujeres. Con esta base, los reactivos diseñados para este estudio se

construyeron a partir de las siguientes definiciones: machismo es el discurso de la desigualdad que consiste en la discriminación basada en la creencia de que los hombres son superiores a las mujeres (Butler, 2006), y la misoginia es la tradición que implica un odio ancestral de lo femenino; es decir, de forma consciente se odia a la mujer y lo que ella implica (Bosch, Ferrer y Gili, 1999).

El instrumento estuvo conformado por las siguientes secciones: 1) datos demográficos y 2) reactivos respecto de la presencia de masculinidades hegemónicas. Estos últimos fueron contruidos a partir de una matriz de intersecciones entre los perfiles de misoginia y machismo en los ámbitos: familiar, social y escolar. Para cada intersección, se diseñó de 2 a 3 reactivos redactados como afirmaciones de las que se solicitaba su nivel de estar de acuerdo en una escala continua con calificación del 1 al 10 (1 totalmente en desacuerdo, 10 totalmente de acuerdo). El instrumento se validó con una muestra preliminar de 32 estudiantes, por lo que se obtuvo un valor del Alpha de Cronbach igual a 0.798.

Para efectos de simplificación de este estudio, del total de reactivos diseñados se seleccionó las siguientes tres afirmaciones:

- Misoginia Social: En un despido laboral, qué tan de acuerdo estás con que se elija a una mujer en vez de a un hombre.
- Machismo Escolar: Es normal escuchar que los profesores o profesoras mencionen comentarios como los siguientes: hay actividades para las que los hombres son mejores que las mujeres o viceversa. Las alumnas son más detallistas y los alumnos más objetivos.
- Machismo Familiar: Es común que en tu familia se escuchen estas frases: “para qué estudias tanto hija, si al final te vas a casar” o “estudia mucho hijo, porque vas a mantener a tu familia”.

Las afirmaciones anteriores correspondieron a las variables dependientes de los modelos de regresión, mientras que las variables demográficas enlistadas a continuación correspondieron a las variables independientes:

- Edad
- Sexo (hombre o mujer)
- Secundaria de origen
- ¿Tus padres viven juntos?
- Principal actividad de tu madre (trabajo remunerado, trabajo no remunerado o labores domésticas)

- Principal actividad de tu padre (trabajo remunerado, trabajo no remunerado o labores domésticas)
- Ingreso familiar mensual (inferior a \$35 000, de \$35 000 a \$80 000 o superior a \$80 000)

Análisis estadístico de la información

Se midió estadísticamente el nivel promedio de estar de acuerdo expresado por los estudiantes respecto de cada aseveración, con la intención de percibir la presencia de dichos perfiles discriminatorios hacia las mujeres por medio de una prueba de significancia para el intercepto de cada uno de los modelos de regresión construidos. Se cuantificó el incremento o decremento de la intensidad del perfil machista o misógino en función de las variables demográficas. El software utilizado para la elaboración de las pruebas estadísticas fue el IBM SPSS Statistics 24.0.

Resultados

Inicialmente, se validó las condiciones para la ejecución de las pruebas paramétricas a partir de los modelos de regresión construidos, por lo que se obtuvo evidencia de aleatoriedad, varianza constante y normalidad de los residuales de los tres modelos de regresión. Hubo aproximadamente 26% de datos perdidos. Todas las pruebas inferenciales fueron concluidas con una significancia máxima de 10 por ciento.

Las siguientes Tablas muestran los resultados de los modelos de regresión construidos para cuantificar los efectos de las variables demográficas en los perfiles hegemónicos segmentados en los ámbitos social, escolar y familiar.

Tabla 5. Perfil de los estudiantes a favor del concepto de misoginia social
Fuente: Elaboración propia. *Trabajo no remunerado. Nota: el modelo de regresión fue significativo con una calidad de ajuste cercana a 10%.

La estimación por intervalo para el intercepto se calculó con una confianza de 95 por ciento.

La Tabla 5 muestra que el valor promedio de la variable misoginia en el ámbito social es igual a 4.79 con una estimación por intervalo que va de 2.5 a 7, con una confianza de 95%. Dado que la escala va del 1 al 10, la variable se encuentra en un valor medio, lo que significa que esta percepción no es generalizada, pero se encuentra presente entre los estudiantes. Por otra parte, el perfil de los estudiantes que están de

acuerdo con esta característica hegemónica se construye aproximadamente de la siguiente manera:

- Un incremento en la edad del estudiante disminuye el nivel de estar de acuerdo con la afirmación.
- También disminuye la afinidad si la estudiante es mujer.
- Por el contrario, se incrementa la afinidad hacia la afirmación si el alumno(a) estudió en secundaria pública, si sus padres viven juntos, si su padre tiene un trabajo no remunerado y si el ingreso familiar es superior a \$80 000 pesos.

La siguiente Tabla muestra el modelo de regresión estimado para la variable machismo escolar.

Tabla 6. Perfil de los estudiantes a favor del concepto de machismo escolar

Fuente: Elaboración propia. ** Labores domésticas. Nota: el modelo de regresión fue significativo con una calidad de ajuste cercana a 20%. La estimación por intervalo para el intercepto se calculó con una confianza de 95 por ciento.

La Tabla 6 muestra que el valor promedio de la variable machismo en el ámbito escolar es igual a 8.54 con una estimación por intervalo que va del 6.1 a 9.95, con una confianza de 95%. Dentro de la escala cuyos valores van de 1 al 10, dicha variable se encuentra en un valor alto, lo que significa que esta percepción es generalizada entre los estudiantes. El perfil de dichos estudiantes que mostraron estar casi o totalmente de acuerdo con escuchar con naturalidad frases machistas por parte de sus profesores o profesoras, se construye aproximadamente de la siguiente manera:

- El incremento en la edad del estudiante disminuye el nivel de estar de acuerdo con la afirmación.
- También disminuye su afinidad hacia la afirmación si el alumno(a) tiene un padre que se dedica principalmente a las labores domésticas.
- Por otra parte, aumenta su afinidad hacia dicha afirmación si sus padres viven juntos.

La siguiente Tabla muestra el modelo de regresión estimado para la variable del machismo familiar.

Tabla 7. Perfil de los estudiantes a favor del concepto de machismo familiar

Fuente: Elaboración propia. *Trabajo no remunerado, **Labores domésticas. Nota: el modelo de regresión fue significativo con una calidad de ajuste cercana a 10%. La estimación por intervalo para el intercepto se calculó con una confianza de 95 por ciento.

La Tabla 7 muestra que el valor promedio de la variable machismo en el ámbito familiar es igual a 3.79 con una estimación por intervalo que va de 3.2 a 4.4, con una confianza de 95%. Lo anterior indica que dicha variable se encuentra en un nivel bajo, lo que significa que esta percepción no es generalizada; sin embargo, sí se encuentra presente entre los estudiantes. El perfil de los estudiantes que dentro de sus familias escuchan con naturalidad frases con tintes machistas, se define aproximadamente por los siguientes demográficos:

- Un incremento en la edad del estudiante disminuye el nivel de estar de acuerdo con la afirmación.
- Disminuye también si el estudiante es mujer y los padres viven juntos.
- Incrementa el nivel de estar de acuerdo si la madre del alumno(a) se dedica a las labores domésticas o cuenta con un trabajo no remunerado.

A partir de las Tablas 5, 6 y 7, se puede resumir que la misoginia social y el machismo familiar, a pesar de estar presentes en el contexto de los estudiantes, se encuentran en menor escala que el machismo escolar. Asimismo, como era de esperarse, las mujeres en promedio se mostraron menos a favor de las actitudes misóginas y machistas; sin embargo, aunque en menor escala, el perfil también se encuentra en ellas.

Conclusiones

Retomando las ideas que justifican la realización de esta investigación, el empoderamiento de las mujeres desde los ámbitos social, familiar y escolar es la base para que una mujer pueda decidir libremente la manera con la que generará valor para sí misma, para su familia y para la sociedad. Las naciones, por medio de los ODS, tienen la confianza de que el trabajo realizado por mujeres modificará sustancialmente la estructura de los ingresos familiares, lo que, a su vez, propiciará el incremento de la calidad de vida de las familias. Por lo anterior, los ODS hablan del empoderamiento de las mujeres como una acción estratégica para avanzar hacia la sustentabilidad. Sin embargo, algo que se contrapone a dicho

empoderamiento son las actitudes de discriminación y sometimiento vinculadas a acciones hegemónicas expresadas mediante el machismo y la misoginia. Erradicar estas actitudes, entonces, sería una acción a favor del empoderamiento mencionado y de la sustentabilidad.

En este artículo, con ayuda de los resultados del análisis empírico, se pudo construir el perfil de las personas con mayor afinidad a las actitudes machistas y misóginas. En síntesis, se pudo observar que quienes están a favor son las personas más jóvenes, de sexo masculino, con ingresos en los extremos; es decir, en el nivel bajo y en el nivel alto (es importante mencionar que la población estudiada no tiene ingresos bajos, para este trabajo se considera como ingresos bajos a los que se encuentran por debajo del ingreso promedio de la misma población, por lo que se recomienda replicar este estudio en universidades públicas), con madre y padre con trabajos no remunerados, con madre dedicada a las labores domésticas y con padres que vivan juntos.

A partir del análisis del perfil de las personas más afines a actitudes machistas y misóginas, se concluye que las personas con más edad se vuelven más equitativas, es decir, su madurez mental les permite ser más equilibrados. De manera natural, las mujeres son más incluyentes y tolerantes que los hombres. Las personas que no tienen ingresos en los extremos dichos, están menos a favor de los perfiles hegemónicos, probablemente por la influencia de que tanto mamá como papá trabajan; ellos están más a favor de la equidad y, por tanto, menos a favor de actitudes hegemónicas. El tener padres con trabajo no remunerado y una madre que trabaja en labores domésticas influye en estar a favor del machismo y la misoginia, quizás porque ella no contribuye de manera directa con la economía del hogar y, por lo tanto, tiene una posición rezagada en la toma de decisiones al no tener independencia económica. Finalmente, el hecho de que los padres vivan juntos puede influir en la presencia de perfiles hegemónicos debido a que podría tratarse de familias más tradicionales. Es muy importante recordar que estos perfiles forman parte de la cultura latina tal como se mencionó en el marco teórico.

Es necesario hacer propuestas que modifiquen los estilos de vida de las familias, por lo que la información anterior es de gran valor para el desarrollo de un plan de información, sensibilización y educación

diferenciada que contribuya a eliminar los prejuicios y rezagos culturales que impiden el empoderamiento de las mujeres.

Se recomienda que, para futuras investigaciones, el estudio expuesto sea replicado en universidades públicas en una muestra representativa de la población con el fin de contrastar los resultados obtenidos respecto del perfil de las personas afines a las actitudes misóginas y machistas.

Referencias

Agarwal, Bina (1999). Negociación y relaciones de género: dentro y fuera de la unidad doméstica. *Historia Agraria*, (17), pp. 13-58, recuperado de

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/126087/1999%2c%2017%2c%2013-64.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Batliwala, Srilatha (1997). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción, en Magdalena León, *Poder y empoderamiento de las mujeres*, Santa Fe de Bogotá: T/M Editores, recuperado de http://www.congresoed.org/wp-content/uploads/2014/10/D4_Batliwala_1997.pdf

Bosch, E., Ferrer, V. A. y Gili, M. (1999). *Historia de la Misoginia*. Barcelona: Anthropos.

Butler, J. (2006). *Desheciendo el Género*. España: Paidós.

Connell, Robert W. (1995). La organización social de la masculinidad, en Teresa Valdés y José Olavarría (eds.), *Masculinidad/es: poder y crisis*, Santiago: Isis Internacional, recuperado de <http://higualitaris.grunyi.net/wordpress/wp-content/uploads/organizacion-social-masculinidad-connell.pdf>

Gómez, F. (2015). Tres dimensiones económicas del empoderamiento femenino. SDPnoticias.com, recuperado de <https://www.sdpnoticias.com/nacional/2015/05/22/tres-dimensiones-economicas-del-empoderamiento-femenino>

HeForShe (2016). HeForShe IMPACT Universities host inaugural Global Ideathon. ONU Mujeres, recuperado de <http://www.heforshe.org/es/newsroom/news/global-ideathons>

Monforte, G., Olascoaga, E. y Velazquez, L., (2016). ¿Es la sustentabilidad un asunto de género? Memorias del XXI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática,

- recuperado de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/10.02.pdf>
- Narayan, D. (2002). *Empoderamiento y reducción de la pobreza*. México: Alfaomega/ Banco Mundial, recuperado de: <http://documentos.bancomundial.org/curated/es/413711468766496204/pdf/248000Empoderamiento.pdf>
- OECD (2016). *Gender Equality in the Pacific Alliance: Promoting Women's Economic Empowerment*. Paris: OECD Publishing, recuperado de: http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/social-issues-migration-health/gender-equality-in-the-pacific-alliance_9789264262959-en#.WVLP4hTLZhA#page1
- OIT (1999). Memoria del director general: Trabajo Decente. Conferencia Internacional del Trabajo, 87° reunión, Ginebra, recuperado de <http://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc87/rep-i.htm>
- ONU Mujeres (2004). Principios para el empoderamiento de las mujeres. Recuperado de: <http://www.unwomen.org/es/partnerships/businesses-and-foundations/womens-empowerment-principles>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Recuperado de: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Pérez, M. y Vázquez, V. (2009). Familia y empoderamiento femenino: ingresos, trabajo doméstico y libertad de movimiento de mujeres chontales de Nacajuca, Tabasco. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, (50), Universidad Autónoma del Estado de México,

recuperado

de

<http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v16n50/v16n50a8.pdf>

Misoginia Social (variable dependiente)	Valor promedio (intercepto)	Variables independientes significativas	Efectos promedio (pendientes)
En un despido laboral, qué tan de acuerdo estás con que se elija a una mujer en vez de a un hombre.	4.79 (2.518, 7.071)	Edad	-0.12
		Mujer	-1.00
		Secundaria pública	0.82
		Padres juntos	0.57
		Padre TNR*	1.35
Superior a \$80 000	0.45		

Machismo Escolar (variable dependiente)	Valor promedio (intercepto)	Variables independientes significativas	Efectos promedio (pendientes)
Es normal escuchar que los profesores o profesoras mencionen comentarios como los siguientes: hay actividades para las que los hombres son mejores que las mujeres o viceversa. Las alumnas son más detallistas y los alumnos más objetivos.	8.54 (6.140, 9.947)	Edad	-0.16
		Padres juntos	0.37
		Padre LD**	-2

Machismo Familiar (variable dependiente)	Valor promedio (intercepto)	Variables independientes significativas	Efectos promedio (pendientes)
Es común que en tu familia se escuchen estas frases: "para qué estudias tanto hija, si al final te vas a casar" o "estudia mucho hijo, porque vas a mantener a tu familia".	3.79 (3.155, 4.435)	Edad	-0.13
		Mujer	-0.48
		Padres juntos	-0.91
		Madre TNR*	1.03
		Madre LD**	1.04

14

LA NORMALIZACIÓN DE LA VIOLENCIA: OTRA DIMENSIÓN DE LA POBREZA URBANA

Área de investigación: Entorno de organizaciones

Dayana Carolina Valverde López

Escuela de Negocios

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

carolina212518@gmail.com

Ilse Ivette Briones Niño

Escuela de Negocios

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

a00823417@itesm.mx

Gabriela Monforte García

Escuela de Negocios

Departamento de Mercadotecnia y Análisis

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

gmonfote@tec.mx

Resumen

La pobreza en México ha sido un fenómeno que desde años remotos ha afectado en mayor proporción a las áreas rurales que a las urbanas. En 2000, más de 50% de la población rural fue clasificada como pobre alimentaria (o extrema), mientras que la pobreza urbana sólo representaba 14.5% (Damian, 2006). Esta misma situación, es decir la intensa pobreza, en zonas rurales provocó las crecientes migraciones de la población rural hacia las zonas urbanas para buscar una mejor calidad de vida; esto, a su vez, ha causado que en la actualidad aproximadamente 80% de la población del país viva en las ciudades (datos del Banco Mundial). Sin embargo, la pobreza urbana se ha agudizado más en los últimos años en comparación con la pobreza rural. Según datos del Coneval (2014), 2 de cada 3 personas en condiciones de pobreza habitan en localidades urbanas. Las limitadas oportunidades que tiene la población migrante para acceder a una mejor calidad de vida y la dinámica de las ciudades, dan como resultado la aglomeración de comunidades marginadas y en zonas de riesgo, que se caracterizan por la falta de servicios básicos y educación, así como por la violencia, inseguridad, presencia de drogas, etc. Mediante esta investigación, se pretende demostrar cómo una de las características de la pobreza urbana, que es la violencia, se ha normalizado en estas localidades hasta el punto de considerar que estas últimas son zonas seguras y sin riesgos.

Palabras clave: pobreza urbana, marginación, normalización de la violencia.

Introducción

La violencia es un problema de la sociedad contemporánea que se remonta a diferentes épocas y cuyas manifestaciones e implicaciones han variado con el cambio de los paradigmas sociales. Hoy en día, según la Organización Mundial de la Salud (2003), la violencia hace referencia más específicamente a “el uso intencional de la fuerza o el poder físico, de hecho, o como amenaza, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones.”

Esta problemática afecta a muchos países a nivel mundial, pero en los últimos reportes se ha mencionado que una gran cantidad de las ciudades más peligrosas del mundo se concentra en América Latina. Por ejemplo, Los Cabos, Baja California Sur, es la ciudad más peligrosa del mundo. Otros de los países incluidos en el ranking de los lugares con más violencia a nivel mundial, son Venezuela, Brasil, Colombia, Honduras, Puerto Rico, el Salvador y Estados Unidos (BBC Mundo, 2018).

En la otra cara de la moneda, están los países que, según el Índice Global de Paz, son los más pacíficos del mundo. En este índice, se encuentran países tales como Islandia, Dinamarca, Austria, Nueva Zelanda, Portugal, República Checa, Suiza, Canadá, Japón y Eslovenia (BBC Mundo, 2016). Cabe recalcar que los países que integran dicho índice poseen altos niveles educativos y de desarrollo social.

En México, específicamente, se ha notado un gradual incremento en los niveles de violencia. El 2018 fue registrado como el año con más violencia en los últimos 21 años (Hernández, 2018). La violencia en México, además de traer consecuencias para los individuos que son víctimas de ella, también conlleva importantes costos financieros para el país y para las personas. En 2018, el costo invertido en los esfuerzos en contra de la violencia y la inseguridad, llegó a 5.16 billones de pesos, mientras que el costo per cápita fue de 41 181 pesos según el Instituto para la Economía y la Paz. Además del fuerte costo financiero, este problema también tiene importantes impactos en la salud y genera problemas de otras índoles, pues una gran parte de los recursos del país es utilizada para combatir la

violencia e inseguridad y no para otros sectores, tales como la salud o la educación (Molina, 2019).

Pese a la percepción común de que hay más violencia en los estratos socioeconómicos más bajos, varios estudios han indicado que los niveles de violencia auto-reportados han sido iguales o mayores en las clases socioeconómicas más altas (La Diaria, 2018). Aunque en un principio esta aseveración podría parecer posible, no es congruente con los índices mundiales que indican que las ciudades con mayores niveles de pobreza y menores niveles de educación promedio son las que tienden a ser las más violentas. Por otro lado, existe la posibilidad de que los niveles de violencia aparentemente más bajos en las clases sociales más bajas se deban a la normalización de esta problemática hasta el punto de que ciertos tipos de violencia no son reconocidos ni mucho menos reportados por los integrantes de las comunidades.

Dada la relevancia del problema de la violencia, su costo financiero y social y la presencia de México entre los países más violentos del mundo, el objetivo de este estudio es identificar, mediante el caso de estudio de una comunidad en condición de extrema pobreza del noreste de México, la normalización de la violencia. Además, esta investigación cuenta con la siguiente hipótesis: La imperativa necesidad del sustento diario, de la educación y del acceso a los recursos básicos como el agua y la sanidad, conlleva la normalización de la violencia en las comunidades más marginadas.

A continuación, se presenta la perspectiva de algunos teóricos del tema de la violencia, sus causas y efectos, así como el caso de estudio de la comunidad La Ribereña. Posteriormente, se compartirá algunas reflexiones a manera de conclusión.

Marco teórico

Una de las definiciones más completas que se pueden encontrar acerca de la violencia, es la de Buvinic y otros (1999), quienes se refieren a ésta como “el uso o amenaza de uso de la fuerza física o psicológica, con intención de hacer daño”. Se habla no sólo del hecho en sí mismo, sino también de la intención de afectar los derechos propiamente relacionados con la seguridad y el bienestar del individuo o grupo de individuos (Buvinic y otros, 2005). Asimismo, estos autores mencionan que la

violencia puede expresarse de manera física o psicológica; adicionalmente, ésta puede llevarse a cabo entre conocidos o extraños, e incluso puede realizarse entre miembros de la misma familia.

Los mismos investigadores resaltan que las causas de la violencia y los tipos de agresiones que existen son multidimensionales, y agregan que “la violencia tiene consecuencias que abarcan diversos ámbitos individuales, familiares, comunales y sociales” (Buvinic y otros, 2005, p. 169). Esto quiere decir que es común que la violencia no sólo se pueda clasificar de una manera y se refiera a un cierto tipo de población, sino que también se trata de un problema multifactorial y multimodal.

Buvinic y otros (2005, p. 172) clasifican en tres apartados los factores de riesgo para la violencia. En el primero, están los individuales como: demográficos (edad, género), biológicos, exposición a la violencia a temprana edad, nivel socioeconómico y educacional, situación laboral, y abuso de alcohol y drogas. El segundo se refiere a las características y dinámicas del hogar. Dentro de este apartado, se encuentran el tamaño y densidad de la población del hogar; la estructura, dinámica y normas del hogar, y la historia de violencia familiar (Buvinic y otros, 2005, p. 199). En el tercero, están los factores relativos a la comunidad y a la sociedad como mercados de armas y drogas, violencia en los medios de comunicación, efectividad de instituciones privadas y públicas de control social, normas culturales, tasa de crimen del vecindario, nivel socioeconómico del vecindario, características ambientales del vecindario, historia de violencia social y nivel de desigualdad (Buvinic y otros, 2005).

Al hablar de violencia, se debe dar importancia al costo social que conlleva. Más allá del hecho de que representa una violación de los derechos humanos, los costos sociales de la violencia son “la transmisión intergeneracional de la violencia por medio del aprendizaje, la erosión del capital social, una calidad de vida reducida y una menor participación de la población en los procesos democráticos” (Buvinic y otros, 2005). Todo esto tiene consecuencias negativas para el desarrollo social dado que se incrementan problemáticas como la desigualdad y, por otra parte, se reduce el crecimiento económico y la inversión en capital físico.

Acerca de la normalización de la violencia, Moser y Winton (2002) dicen que en algunas de las ocasiones en las que se presenta un acto de violencia los individuos no pueden señalarlo como tal debido a que se encuentra en

el grado de lo común; es decir, por la frecuencia en que sucede, porque ocurre indistintamente entre los miembros de la familia o de la comunidad y porque no existe una repercusión hacia el agresor.

Asimismo, las autoras refieren la relación específica entre determinados estilos de vida y la política: “la normalización de la violencia resultante de una exposición prolongada a un conflicto político violento deshumanizador puede dominar el comportamiento en todas las esferas de la vida”. Es decir, la violencia va más allá del acto, pues podría dominar rasgos de la vida de la persona que la sufre (Moser y Wintor, 2002). Un ejemplo de esto es el comportamiento de las sociedades que han vivido periodos prolongados en condición de guerra.

De acuerdo con Mier, Terán y otros (2012), la pobreza urbana está “(...) directamente vinculada a la dificultad de acceder a suelo barato donde producir una vivienda digna, a infraestructura básica (agua y drenaje) y a equipamiento comunitario como son: los centros de salud, las guarderías, los kínderes, las escuelas y los espacios deportivos y culturales”. Adicionalmente, esta pobreza se relaciona con conceptos como la desigualdad socioeconómica y urbana.

Respecto de la pobreza multidimensional, el Coneval (2009) la define como “la situación en la que una persona no tiene garantizado el ejercicio de al menos uno de sus derechos sociales y sus ingresos son insuficientes para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades”.

De la misma manera, Guerrero y Lara (2012), con información del Coneval (2009), mencionan cuatro rubros necesarios para la medición de la pobreza multidimensional:

- 1) La definición del concepto de pobreza multidimensional.
- 2) La construcción de la dimensión asociada con el espacio de bienestar económico, en la que se compara el ingreso corriente per cápita con una canasta alimentaria y no alimentaria.
- 3) La identificación de las carencias de seis derechos sociales establecidos en la Ley General de Desarrollo Social. Dichas carencias se miden mediante un índice de privación social.
- 4) La combinación del ingreso y el índice de privación social para identificar los tipos de pobres.

La pobreza representa vulnerabilidad dado que existe una ausencia de poder económico que brinde seguridad a una persona o a un grupo de individuos. Como se ha visto anteriormente en la literatura investigada, algunos de los mayores cimientos de la violencia son el nivel socioeconómico y educacional, así como las desigualdades (consecuencia de la pobreza misma) que juegan un papel importante en esta problemática. En la siguiente sección, se presenta la metodología para el análisis del caso de estudio, que dará evidencia del problema de la normalización de la violencia en ambientes de pobreza multidimensional.

Metodología

La pobreza urbana es una problemática que, según el Coneval (2014), va más allá del ámbito económico, pues también implica: la incapacidad de satisfacer necesidades básicas como la salud, el agua y la alimentación; la vulneración de los derechos humanos por la falta de oportunidades para acceder a un trabajo decente; la exclusión de los espacios de participación en la vida civil, social, cultural y política, y, dadas las condiciones de escasez de recursos, el nulo acceso a la educación.

Como parte de la metodología de esta investigación, se pretende determinar las condiciones de pobreza de la comunidad La Ribereña, asentamiento irregular ubicado en el municipio de Apodaca que forma parte del área metropolitana de Monterrey en Nuevo León, México.

Para la identificación de la zona de estudio, se empleó el mapa digital de escritorio, recurso que permite la georreferenciación del área de estudio, así como la indexación de información social, económica y ambiental al tomar como referencia la ubicación geográfica. Disponer de información geoespacial ayuda a definir estrategias para el análisis en las dimensiones espacio-temporal y transversal al facilitar el acceso a la información y al incrementar la calidad de los registros administrativos, lo que contribuye a la gestión gubernamental para la aplicación de políticas públicas más acordes con la realidad del entorno (Vela, Villarreal, Garza y Acosta, 2018).

Otro elemento muy importante de esta metodología fue la participación de la ONG TECHO, asociación iberoamericana sin fines de lucro que está presente en 19 países de América Latina y cuyo propósito es superar la situación de pobreza en la que viven millones de personas. TECHO

recopila y realiza el análisis de la información de las localidades que atiende. La información que recauda mediante encuestas se divide en los segmentos económico, cultural y geográfico, así como en los relativos a las problemáticas del entorno y de vivir en la respectiva localidad. La culminación de este análisis es la asignación de una vivienda de emergencia, lo que aumenta la seguridad y la calidad de vida de las familias que son más vulnerables.

La presente investigación es un estudio exploratorio de carácter descriptivo no experimental que consiste en el análisis estadístico de la información obtenida a partir del instrumento de TECHO y de las capas de información disponibles en INEGI y Conapo. De manera complementaria y con el fin de dimensionar la problemática presente en la comunidad de estudio, se realizó el análisis de la periferia de la comunidad en un radio de 500 metros respecto del punto de ubicación, esto para entender las condiciones del entorno y el nivel de interacción entre ambas zonas.

Con la información recabada en las diferentes fuentes, se realizó el análisis descriptivo mediante la utilización de métodos gráficos y contrastes de hipótesis para proporciones y medias, también se recurrió al uso de tablas cruzadas para identificar la dependencia entre variables.

Las condiciones de las pruebas estadísticas empleadas fueron garantizadas al aplicar el teorema del límite central gracias al tamaño de la muestra. Formaron parte de la encuesta 45 familias de un total de 60 familias que habitan en la comunidad La Ribereña. El levantamiento de la información se realizó por medio de la plataforma KOBO. No se presentaron datos perdidos de las variables utilizadas para esta investigación. En las siguientes secciones, se muestra los detalles del caso de estudio, los resultados del análisis estadístico y las conclusiones.

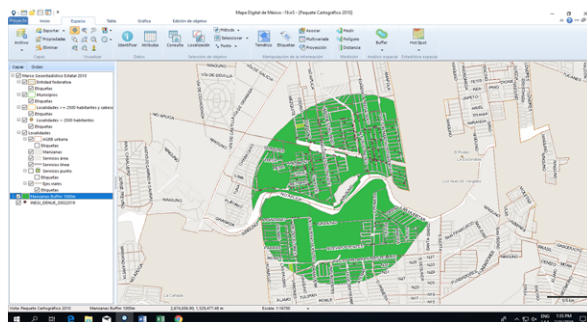
Caso de estudio

Como bien se comentó en el marco teórico y la metodología, la pobreza urbana es un problema muy significativo en México; según datos del Coneval (2014), 2 de cada 3 personas en condiciones de pobreza habitan en localidades urbanas. Por ello, en esta investigación se detallará las características de este tipo de pobreza y se hará un especial énfasis en la normalización de la violencia.

La zona de estudio es La Ribereña, asentamiento irregular ubicado entre los municipios de Apodaca y Escobedo, que forman parte del área metropolitana de Monterrey en Nuevo León, México. Se escogió esta zona de estudio principalmente por la cercanía con la comunidad y luego de las visitas realizadas con la ONG TECHO por parte de un grupo de estudiantes de las áreas de negocios que estudian en una universidad privada del norte de México y que participan en labores de responsabilidad social al vincular sus proyectos de investigación con el entorno social.

Para la conformación de la base de datos de la periferia y de la comunidad de estudio, se empleó las fuentes de información disponibles en INEGI (2019): DENU, Scince, Inventario Nacional de Viviendas, y, adicionalmente a las fuentes secundarias, la encuesta de TECHO. A continuación, se presenta la delimitación de la zona de estudio obtenida a partir del mapa digital de escritorio.

Grafica 1. La Ribereña y su zona periférica



Fuente: Elaboración propia con base en el mapa digital de escritorio.

Resultados y su análisis

Análisis descriptivo de la periferia

Como se ha comentado anteriormente, con el fin de saber con mayor detalle la problemática de la comunidad de estudio se realizó un análisis de la periferia de la comunidad en un radio de 500 metros con la ayuda del mapa digital de escritorio, por lo que se obtuvo más información para entender las condiciones del entorno que rodea a La Ribereña. En la siguiente Tabla, se observa los resultados del análisis.

Tabla 1. Resumen de la información demográfica de la periferia de la comunidad La Ribereña

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI.

Como se muestra en la Tabla anterior, los resultados de las condiciones demográficas de los habitantes de la zona ubicada en un radio de 500 metros, engloban 356 manzanas, en las que hay 8 701 viviendas habitadas, lo que da una media de 22.39 viviendas por manzana en la que 0 es el mínimo, debido a que en dichas manzanas están centros comerciales, lugares recreativos o públicos y un máximo de 207 viviendas por manzana. El promedio de ocupantes por residencia es de 4 a 5 personas, ya que para 44% de las manzanas analizadas lo habitual es encontrar más de 4 habitantes en las viviendas, mientras que las viviendas con una o dos personas suponen tan sólo 4% del total. Lo anterior indica que es una zona con alta densidad de población.

El 40% de la población de la periferia tiene entre 20 y 59 años, seguido de la población comprendida entre 0 y 14 años, que equivale a 35%. El promedio de escolaridad de la población es de 9.5 años y sólo 12% tiene entre 12 y 16 años de estudio. Esta escolaridad relativamente baja se debe a que la mayoría de la población se ve obligada a abandonar los estudios porque no cuenta con los suficientes recursos y tiene que trabajar para ayudar al sustento de su familia.

En cuanto a los servicios, aproximadamente 90% de las viviendas cuenta con todos los servicios básicos (luz eléctrica, drenaje, agua entubada y sanitarios). Hay 16 establecimientos dedicados al cuidado de la salud, de los cuales 6 son consultorios médicos para diferentes perfiles, como dental, salud básica, óptica, etc. También existen 5 farmacias que brindan medicamentos y tratamientos a la comunidad. Si hablamos de que hay 6 unidades médicas que son consultorios y de que se tiene más de 8 000 viviendas, vemos que hay un desabasto de servicio médico.

Dentro de la periferia, predominan los negocios de servicios, que representan 60% del total de los negocios que, en su mayoría, son talleres mecánicos, estéticas, tiendas de multiservicios, escuelas y unidades médicas básicas; a su vez, destacan las pequeñas empresas de menos de 5 empleados. Esto señala que los habitantes recurren al auto empleo para acceder a los recursos para su subsistencia. La gran mayoría de estos negocios pertenece al sector de la economía informal, por lo que seguramente no brindará prestaciones de ley a sus trabajadores.

Análisis descriptivo de la comunidad de estudio La Ribereña

Para el análisis descriptivo de la comunidad de estudio, se recopiló la información por medio de las 45 familias que fueron encuestadas, de un total de 60 familias que habitan en dicha comunidad. El análisis descriptivo siguiente se enfoca en los problemas que padece la comunidad La Ribereña respecto de cuestiones de infraestructura, como acceso y vialidades; las condiciones de las viviendas; la percepción de la inseguridad y/o delincuencia; si cuentan con los servicios básicos como alumbrado, agua potable y alcantarillado. Por otro lado, también se analizó si las personas que viven ahí consideran que sea una zona de riesgo; si existen problemas de alcoholismo y/o drogas; si hay desempleo o violencia intrafamiliar; si falta educación de calidad; si hay insalubridad; si tienen transporte público en esa zona; la falta de policía y de centros de salud.

El levantamiento de información fue realizado por el grupo de estudiantes mencionado con la ayuda de la ONG TECHO, que los acompañó durante todo el proceso de dicho levantamiento y que, posteriormente, proporcionó la base de datos a partir de la que se obtuvo los resultados que se detallan a continuación.

Como ya se ha comentado, se aplicó las encuestas a 45 familias (concretamente al jefe de cada familia). Estas encuestas tenían diversos temas como educación, servicios básicos, relación con los vecinos, opinión en cuanto a las ayudas que llegaban a la comunidad, seguridad, violencia, drogas, etcétera. En la siguiente Tabla, se muestra los resultados de las encuestas aplicadas.

Tabla 2. Resumen de la información demográfica de la comunidad La Ribereña

Características de La Ribereña	Datos
Número de encuestas realizadas	45
Caminos en mal estado	78%
Falta de alumbrado	73%
Falta de electricidad	60%
Falta de servicio de alcantarillado	71%

Falta de servicio de recolección de basura	51%
Falta de empleo	70%
Cuenta con servicio de agua potable	62%
Presencia de delincuencia	78%
Presencia de violencia intrafamiliar	16%

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TECHO.

Como puede notarse en la Tabla anterior, 60% de las personas encuestadas opina que falta electricidad en las viviendas, mientras que más de la mitad, concretamente 62% de las familias, no cuenta con agua potable y se ve obligada a acarrear el agua de otros lugares para poder tenerla en sus viviendas. Se puede afirmar, entonces, que una gran proporción de estas familias no cuenta con dos de los servicios básicos más importantes que todos deben tener. También, se ve aquí claramente la gran diferencia que existe entre la periferia y la comunidad de estudio, ya que, como se vio más arriba, más de 90% de las familias de la periferia cuenta con servicios básicos, mientras que en La Ribereña este porcentaje no llega a ser ni la mitad.

El 71% de la localidad afirmó que falta un buen servicio de alcantarillado y 51% dijo que falta un buen servicio de recolección de basura, por lo que las personas tienen que transportar la basura a un punto o centro de acopio para que pueda ser recogida. Es importante resaltar el impacto que esto causa en la calidad de vida de las personas, pues la cercanía de las familias con esta zona representa un problema de salud pública.

El 71% de la comunidad dijo que existen viviendas en mal estado, ya que en general están construidas con paredes y techos de lámina de cartón o metálica, y los pisos son de tierra o cemento ligero. La mayoría de los encuestados asegura que en la época de lluvias e invierno las viviendas se inundan o no les protegen del frío, y esto es la causa de enfermedades bronco-respiratorias.

El 78% de las personas encuestadas mencionó que los caminos de la localidad son malos, incluso salen a relucir aspectos cualitativos de este asunto en los comentarios de los encuestados, quienes afirman que cuando llueve se inundan los caminos por completo, por lo que les es

imposible salir de sus viviendas, ya que se forman ríos en los caminos que se conectan con éstas.

En relación con la falta de empleo, aproximadamente 70% de los encuestados opinó que no hay dicha falta, esto se debe a que las personas consideran que cualquier actividad remunerada es un trabajo, independientemente si cuenta con prestaciones sociales o si se trata de un trabajo eventual o actividades de autoempleo como la recolección de basura. Sólo 31% opinó que sí hay falta de empleo.

En el caso de la violencia intrafamiliar, notamos que 84% opina que no hay casos de violencia intrafamiliar en la localidad. Es común que quienes viven algún tipo de violencia, ya sea el agresor o la víctima, no lo expresen abiertamente, sólo 16% fue capaz de afirmar que sí se presentan casos de violencia intrafamiliar.

En cuanto a otro tipo de servicios, como educación de calidad, 67% expresa que no hace falta. Por otra parte, 73% de los encuestados dice que no hace falta ni vigilancia policial ni transporte público.

Asimismo, 64% asegura que no hacen falta centros de salud, por ello se infiere que probablemente haya centros de salud cerca de la localidad o que las personas están tan acostumbradas a no atenderse ante una enfermedad que no consideran necesario recibir atención médica.

Un tema en el que se debe hacer un especial hincapié es la presencia de adicciones al alcohol y a las drogas. Más de 70% de los encuestados afirmó la existencia de este problema en la comunidad, ya que aseguró que es normal que los jóvenes (población más afectada) se reúnan en las noches en lugares poco visibles para el consumo de estas sustancias. Los encuestados ven esta situación como algo muy común y no le dan la importancia que realmente tiene, ya que recalcan que es algo con lo que tienen que convivir todos los días. A pesar de este problema, la población no ve a esta zona como un lugar peligroso ni de riesgo, al contrario, aproximadamente 60% se siente feliz de vivir en ella, sin llegar a ser consciente de los peligros que la ingesta de alcohol y drogas puede provocar en la comunidad.

De los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas, nos llamaron la atención dos variables, que a continuación se van a analizar y que son la base de la presente investigación, pues indican la normalización de la violencia.

Gráfica 2. Opinión respecto del riesgo violencia

Fuente: Elaboración propia.

Estas dos Gráficas muestran la opinión de los encuestados en cuanto a si la localidad en la que viven es o no una zona de riesgo y si hay problemas de violencia. Es interesante ver que aproximadamente 70% de las familias dice que el lugar donde vive no es una zona de riesgo a pesar de que una proporción menos elevada de encuestados afirma la existencia de violencia. Se ve claramente la contradicción existente en la opinión de los encuestados, ya que la mayoría opina que se encuentra en una zona segura pese a que sí hay violencia.

Para tener un mejor análisis de estos datos, se decidió obtener de forma condicionada la percepción de la inseguridad y la percepción de la violencia, y se estableció nuevos códigos para crear nuevas gráficas y llegar a mejores conclusiones.

De las variables anteriores, si el encuestado respondía que la comunidad en la que vivía era una zona de riesgo, se le asignaba un número 1, mientras que si respondía que no era una zona de riesgo, se le identificaba con el número 0. De la misma forma, se les asignaba los números si los encuestados respondían que sí había o no violencia, por lo que si la respuesta era afirmativa, el número fue 1, mientras que si era negativa, el número fue 0. Por esta razón, el número que se encuentra en la primera posición de los siguientes códigos, indica si la zona se considera de riesgo o no, mientras que el número de la segunda posición señala si hay o no presencia de violencia.

Los códigos quedaron conformados de esta forma:

- 00, el encuestado opina que no es una zona de riesgo ni existe violencia.
- 11, el encuestado opina que es una zona de riesgo y también que existe presencia de violencia.
- 01, el encuestado considera que no es una zona de riesgo, pero que sí hay violencia.
- 10, el encuestado afirma que es una zona de riesgo, pero que no hay violencia.

Con estos códigos, se estableció el siguiente gráfico:

Fuente: Elaboración propia con base en la información de TECHO.

Los resultados de este nuevo gráfico no coinciden con los de los Gráficos anteriormente expuestos. En este gráfico, sólo 27% de los encuestados considera que La Ribereña no es una zona de riesgo y que no hay problemas de violencia. Además, en estos resultados obtenidos de manera condicionada, se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas, 73%, siente intranquilidad por percibir una zona de riesgo o por estar consciente de la presencia de violencia en la comunidad. En esta gráfica, por otro lado, se puede notar que 42% de las personas indica que es una zona segura aun cuando existen episodios de violencia. Este porcentaje de personas es el que da evidencia de la percepción de la violencia como algo normal, ya que a pesar de su existencia no se nota una sensación de inseguridad.

Por la información obtenida y con la intención de generalizarla a la población, se va a realizar una prueba de hipostasis para saber si dicha localidad, aun con la presencia de violencia, se puede considerar una zona de riesgo, como lo asegura 42% de los habitantes de la localidad.

Planteamiento de las hipótesis:

H₀: No es una zona de riesgo, pero se sabe que existe violencia.

H₁: Es una zona de riesgo y se sabe que existe violencia.

El resultado del estadístico de prueba t-student calculado para la prueba de hipótesis anterior, fue igual a 5.71. Al compararlo con el valor de referencia, con una significancia de 5%, y ser igual a 1.645, se puede concluir que se rechaza la hipótesis nula. Esto quiere decir, con un error máximo de 5%, que la comunidad La Ribereña sí es considerada una zona de riesgo, aunque sus habitantes, conscientes del problema de violencia, afirman lo contrario.

Una explicación, a partir de la teoría revisada en esta investigación, de la contradicción observada en torno a la sensación de seguridad, aun ante la conciencia de la presencia de violencia, es que la comunidad la considera como algo normal hasta el punto de formar parte de la vida cotidiana de los moradores, quienes terminan por no verla como una amenaza.

Conclusiones

Al evaluar las características de La Ribereña y su periferia, es notorio que sus pobladores viven en condición de pobreza y pobreza extrema. La hipótesis de este estudio señaló que las personas en condición de pobreza

multidimensional normalizan el problema de la violencia. Mediante los resultados del análisis de caso, fuimos capaces de probar la afirmación anterior al identificar que las personas, aun cuando mencionaron que el lugar era seguro, sí perciben la presencia de violencia en el entorno; sin embargo, con esta evidencia no es posible establecer las causas de dicha normalización.

Aún así, al valernos de la información del marco teórico podemos inferir que una de estas posibles causas radica en las fuertes carencias que padecen estas familias. Por ejemplo, el acceso al empleo en la periferia de la comunidad se encuentra en el segmento de la economía informal, que no brinda seguridad social ni prestaciones.

Y no sólo se normaliza la violencia, por medio del análisis de caso también fue posible identificar otros problemas que son normalizados como la ausencia de los derechos básicos, como son la salud, la educación y el acceso a un trabajo decente.

Es un hecho que el alcance de esta investigación es dar evidencia estadística del problema dicho; no obstante, conscientes de que la solución de éste es muy difícil, creemos que poner el tema a la luz de la discusión teórica permitirá socializarlo y, por ende, hacer conciencia de su existencia. Al abordarlo desde varios enfoques, tal vez podamos avanzar más rápido hacia su solución.

Asimismo, queremos reconocer a los voluntarios de la ONG TECHO por el valioso apoyo no asistencialista que brindan a las comunidades en extrema pobreza.

Para futuras investigaciones, sugerimos que, para tener más elementos que permitan continuar con el análisis profundo de estos fenómenos sociales, se complemente el instrumento que TECHO aplica, incluidas las variables que permitan la identificación de estas problemáticas.

Referencias

BBC Mundo (2018, 7 de marzo). Estas son las 50 ciudades más violentas del mundo (y 42 están en América Latina). BBC News Mundo, recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-43318108#anchor1>

BBC Mundo (2016, 8 de junio). ¿Cuáles son los 10 países más pacíficos del mundo? BBC News Mundo, recuperado de

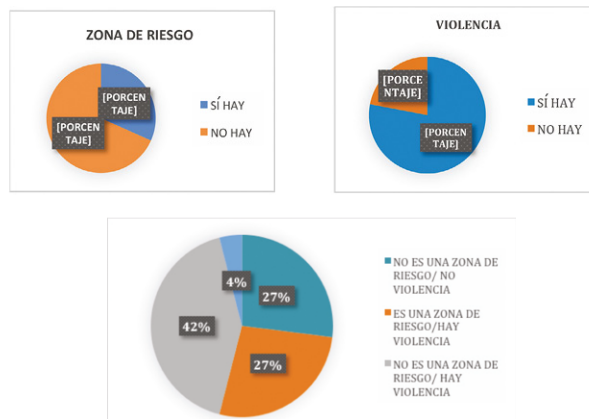
- <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-36481345>
- Buvinic, M., Morrison, A. y Orlando, M. (2005). Violencia, crimen y desarrollo social en América Latina y el Caribe. *Papeles de Población*, (43), recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/pp/v11n43/v11n43a8.pdf>
- Buvinic, M., Morrison, A. y Shifter, M. (1999). Violence in Latin America and the Caribbean: a framework for action. Technical study, Sustainable Development Department, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2014). *Pobreza urbana y de las zonas metropolitanas en México*. Recuperado de [https://www.coneval.org.mx/Informes/Pobreza/Pobreza%20urbana/Pobreza urbana y de las zonas metropolitanas en Mexico.pdf](https://www.coneval.org.mx/Informes/Pobreza/Pobreza%20urbana/Pobreza%20urbana%20y%20de%20las%20zonas%20metropolitanas%20en%20Mexico.pdf)
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2009). *Metodología para la medición multidimensional de la pobreza en México*. México.
- Damián, A. (2006). Evolución de la pobreza urbana en México, en José Luis Lezama y José Morelos (coords.), *Población, ciudad y medio ambiente en el México contemporáneo*, México: El Colegio de México.
- Guerrero, C. y Lara, M. (2012). Pobreza multidimensional: Variaciones al espacio de bienestar económico con base en índices de precios democráticos, México 2008. *Economía: Teoría y práctica*, (36), recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n36/n36a5.pdf>
- Hernández, B. (2018, 21 de agosto). México registra el nivel más alto de violencia en 21 años. *EL PAÍS*, recuperado de https://elpais.com/internacional/2018/08/21/mexico/1534871332_672002.html
- Krug, E. G., Dahlberg, L. L., Mercy, J. A., Zwi, A. B. y Lozano, R. (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud*. OPS/ OMS, recuperado de <http://iris.paho.org/xmlui/handle/123456789/725>
- La Diaria (2018, 17 de marzo). La violencia de género sólo ocurre en las clases sociales más desfavorecidas. Recuperado de <https://findesemana.ladiaria.com.uy/articulo/2018/3/la-violencia-de-genero-solo-ocurre-en-las-clases-sociales-mas-desfavorecidas/>
- Mier y Terán, A., Vázquez, I. y Ziccardi, A. (2012). Pobreza urbana,

segregación residencial y mejoramiento del espacio público en la Ciudad de México. *Sociologías*, 14(30), pp. 118-155, recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/soc/v14n30/05.pdf>

Molina, H. (2019, 10 de abril). Al alza, costo de la violencia; llega a \$5.16 billones. *El Economista*, recuperado de <https://www.economista.com.mx/politica/Al-alza-costo-de-la-violencia-llega-a-5.16-billones-20190409-0184.html>

Moser, C. y Wintor, A. (2002). *Violencia en la Región de América Central: Hacia un Marco de Referencia Integrado para la Reducción de la Violencia*. Londres: Overseas Development Institute, recuperado de <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/3003.pdf>

Características de la periferia	Datos
Manzanas	356
Viviendas totales habitadas	8701
Media de viviendas por manzana	22.39
Hogares con servicio de luz eléctrica	91.74%
Hogares con servicio de drenaje	90.20%
Hogares con sanitarios	91.74%
Hogares con servicio de agua entubada	89.35%
Promedio de ocupantes por vivienda	4 – 5
Años de escolaridad	9.5





15

OPCIONES DE FINANCIAMIENTO PARA LOS ORGANISMOS DEL SECTOR SOCIAL DE LA ECONOMÍA (OSSE) EN MÉXICO

Área de investigación: Entorno de las organizaciones

Valeria Altamira Chavez

Facultad de Contaduría y Administración

Universidad Nacional Autónoma de México

valeria.altamira227b@gmail.com

Ana Cristina Ortega Barro

Facultad de Contaduría y Administración

Universidad Nacional Autónoma de México

aortega@fca.unam.mx

Resumen

La Economía Social y Solidaria (ESS) es una corriente socioeconómica que ha impulsado aquellas actividades productivas que ponen en el centro de su funcionamiento a las personas y no al capital o al Estado, como los modos de producción capitalista y socialista respectivamente. En México, este movimiento comenzó a tomar auge en los años 90 del siglo XX, y en

la actualidad existen más de 61 000 organizaciones que lo conforman, nombradas por la normatividad mexicana como Organismos del Sector Social de la Economía (OSSE), que se valen de apoyos públicos y privados para su funcionamiento.

En el país, los apoyos que reciben los OSSE por parte de la Administración Pública Federal han sido eliminados por el actual gobierno, por ello es necesario ofrecer alternativas de financiamiento para que aquellas organizaciones que dependían en su mayoría de estos apoyos no desaparezcan y, además, se desarrollen en favor de las personas a las que apoyan y las conforman, pues con sus actividades traen beneficios que otro tipo de entidades (privadas y públicas) no ofrecen.

El objetivo de este trabajo es proponer alternativas para que los OSSE se autofinancien, y, aunque se explica que los donativos son un medio para la obtención de recursos, la intención es que éstos no sean la principal fuente de ingresos, pues en su mayoría están condicionados y tienen ciertas restricciones en su uso.

Palabras clave: economía social y solidaria, Organismos del Sector Social de la Economía, financiamiento.

Introducción

La Economía Social y Solidaria (ESS) ha surgido como una alternativa económica ante las desigualdades consecuentes del sistema capitalista. Múltiples son los organismos que integran esta corriente socioeconómica y que traen beneficios que hasta el momento no ha brindado el mercado actual. Las organizaciones que forman parte de la Economía Social y Solidaria son conocidas como Organismos del Sector Social de la Economía (OSSE), también llamados organizaciones sociales, organizaciones del sector social u organizaciones del tercer sector. En México, dichos organismos tuvieron un apogeo a finales del siglo XX como consecuencia de la situación social y económica que se vivía en el país.

Los OSSE no persiguen fines preponderantemente económicos, lo que hace posible que se enfoquen en el crecimiento social al mejorar la calidad de vida de todos sus miembros y/o de un grupo vulnerable de la sociedad; de esta manera, brindan —en un gran número de casos— la oportunidad de desarrollo a personas que por diversos motivos no han sido incluidas

en los ámbitos social, laboral, educativo, entre otros. Además, son parte importante de la economía nacional, ya que generan fuentes de empleo y hacen que internamente circulen la producción y el consumo.

Las instituciones que pertenecen a la ESS se valen de recursos privados y públicos para su financiamiento, por lo que están posibilitadas para recibir apoyos gubernamentales y donativos de personas físicas y organismos privados. Tan sólo en el año 2014, el Instituto Nacional de Economía Social (Inaes) identificó casi 61 000 organizaciones del sector social en México. Del período de 2013 al 2017, dichas organizaciones recibieron más de 36 000 apoyos para su operación, que significaron una cifra superior a 9 000 000 000 de pesos y beneficios para algunas comunidades marginadas y grupos vulnerables.

Los recursos que otorga el gobierno a los OSSE hacen posible, en cierta medida, que éstos operen; sin embargo, en México esta situación podría cambiar, pues entre las nuevas políticas implementadas por el presidente del país se encuentra el retiro de apoyos a estas instituciones. Lo anterior podría perjudicarlas ya que, en su mayoría, no han desarrollado una administración que les permita ser autofinanciables, y, como dependían de este tipo de apoyos, el impacto de esta decisión puede ser tan grande que incluso imposibilitará la continuación de sus operaciones.

Tras detectar la necesidad de las organizaciones del sector social, específicamente de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), de adquirir recursos de fuentes distintas a los apoyos gubernamentales, se realizó una investigación documental y exploratoria con el objetivo de dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las formas de financiamiento a las que pueden acceder las OSC y con las que pueden volverse autofinanciables en el mediano y largo plazo? La respuesta de esta interrogante permitió proponer alternativas para la obtención de ingresos, que son descritas en la presente investigación. Para ello, se realizó una indagación en artículos, libros, sitios web, entre otras fuentes de consulta, así como entrevistas a los integrantes de OSC.

La Economía Social y Solidaria

En la actualidad, el capitalismo es el modo de producción dominante en el mundo (Sabogal, 2014) y la mayoría de los países, incluido México, forma parte de éste. Desde su origen, de acuerdo con Méndez Morales (2009), el

capitalismo ha tenido dos etapas: “la libre competencia”, del siglo XVI a 1870, y el “imperialismo”, de 1870 a la actualidad. Este último se ha caracterizado, entre otras cosas, por la creación de monopolios que se apropian del mercado mundial, así como por el dominio de los países capitalistas con mayor poder que otros.

El desarrollo del capitalismo ha provocado diversos fenómenos globales que desfavorecen a la sociedad y al mundo en general como la crisis ambiental a nivel global que ha traído consigo la disminución del porcentaje de oxígeno en la tierra; los innumerables casos de explotación laboral que causan el deterioro de la vida humana; una gran desigualdad en la distribución de la riqueza que implica una crisis de alimentos y pobreza, que va en aumento sobre todo en aquellos países en vías de desarrollo (ONU, 2014).

Cabe destacar que las consecuencias del capitalismo no han sido del todo malas y la solución a los problemas derivados de éste no es ir en contra del sistema, pues en el otro extremo encontramos al socialismo y ninguno de estos dos modos de producción ha podido “afrontar los desafíos de desarrollo contemporáneos” (ONU, 2004).

Ante tal situación, han surgido economías alternativas que buscan enfrentar de una mejor forma los desafíos de la sociedad actual. Éstas forman parte de la Economía Social y Solidaria (ESS), y aunque en el mundo se usan diferentes términos para nombrarla,¹ Sabogal (1999), quien cita a Rivas, dice que todas estas denominaciones “están basadas en el trabajo y no en el capital. Es el trabajo y no el capital el factor que organiza y dirige la empresa”. Además, dichas economías se caracterizan por poner en el centro de su funcionamiento a la sociedad y no al mercado o al Estado, como lo hacen el modo de producción capitalista y socialista respectivamente (Hernández, 2017). Lo anterior se representa en la siguiente imagen.

Imagen 1. Primacía de los sistemas económicos



Fuente: Mario Hernández (2017), p. 20.

A continuación, se menciona una propuesta de definición propia de Economía Social y Solidaria con base en distintos autores tales como David Fernández, Oulhaj Leïla y Humberto Hernández: “La Economía Social y Solidaria comprende el conjunto de actividades económicas que realizan los Organismos del Sector Social (OSSE), que priorizan al ser humano antes que al capital; se rigen democráticamente para la toma de decisiones; buscan la superación de desigualdades, y se interesan por el bien general antes que por el particular, por lo que se comprometen con la sociedad, la economía y el medio ambiente”.

La ESS trae consigo beneficios que el mercado actual no ha logrado ofrecer, entre ellos están los siguientes: crear un mayor número de empleos estables; arraigar a las personas en su nación, ya que estas empresas no emigran a otros países; generar riqueza en aquellos países que quizá no parezcan tan atractivos para los inversionistas tradicionales; enseñar, mediante la práctica, la democracia económica; promover la sustentabilidad, y fomentar en la sociedad la inclusión de grupos que hasta el momento no han sido tomados en cuenta para la inserción laboral, como lo son las personas con discapacidad (Oulhaj, 2013). Esto se debe en gran medida a los principios y valores con los que se rige y que serán mencionados a continuación:

Tabla 1. Principios y valores de la Economía Social y Solidaria

Principios	Valores
<ul style="list-style-type: none"> • Autonomía e independencia del ámbito político y religioso • Forma autogestionaria de trabajo • Interés por la comunidad • La utilidad o el excedente es colectivo • Para su operación, obtiene recursos de los sectores público y privado • Democracia para la toma de decisiones • Libertad de los miembros para integrarse o retirarse • Fomento al apoyo mutuo • Generación de fuentes de trabajo y mejores formas de vida 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda mutua • Democracia • Equidad • Honestidad • Igualdad • Justicia • Pluralidad • Responsabilidad compartida • Solidaridad • Subsidiariedad • Transparencia

- Confianza
- Autogestión
- Cohesión social
- Responsabilidad social
- Participación
- Autonomía

Fuente: Elaboración propia con base en la información de Leila Oulhaj y los artículos 9° y 10° de la Ley de Economía Social y Solidaria.

La Economía Social y Solidaria en México

En México, desde las culturas prehispánicas han existido sistemas que se asemejan a la Economía Social y Solidaria, como lo fueron el *calpulli* y el *tlalmille* —formas de organización en las que los miembros tenían cierta autonomía y eran autosuficientes gracias al trabajo comunitario. Asimismo, durante la Colonia permanecieron las tierras de uso común para el pueblo, llamadas ejidos (Inaes, 2014).

No obstante, fue hasta 1843 que la primera organización formal que basó sus actividades en los principios que sustentan la ESS fue creada: La Junta de Fomento de Artesanos. El gobierno la estableció con el fin de incrementar la producción; sin embargo, poco tiempo después perteneció a los artesanos, quienes se encargaron de crear una caja de beneficencia para apoyar al trabajador y a su familia en diferentes situaciones. Más tarde, en el año 1853 los artesanos sombrereros fundaron la Sociedad Particular de Ayuda Mutua con el objetivo de consolidarse bajo los principios de solidaridad y ayuda mutua (Oulhaj, 2013).

La Economía Social y Solidaria tomó auge en el país tras la crisis de 1982 y el terremoto de 1985, pues surgió un gran número de asociaciones que buscaba enfrentar las secuelas de dichos fenómenos (Oulhaj, 2013). Un año después de la crisis referida, el sector social fue reconocido por el gobierno e incluido en el artículo 25° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos como parte del desarrollo económico del país. Posteriormente, en 2012, bajo la presidencia de Felipe Calderón Hinojosa, se expidió la Ley de Economía Social y Solidaria (LESS), reglamentaria del párrafo octavo del artículo 25 de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, en lo referente al sector social de la economía.

La mencionada Ley fue expedida con el propósito de establecer mecanismos para el fomento del desarrollo y el fortalecimiento y visibilidad de las actividades económicas que realizan los Organismos del Sector Social de la Economía (OSSE), así como definir las reglas de la promoción y acercamiento de este sector como un sistema que contribuya al desarrollo tanto económico como social del país, a la generación de fuentes de trabajo digno, a la democracia, a la distribución equitativa del ingreso y a la mayor generación de patrimonio social (Ley de Economía Social y Solidaria, 2012).

Por decreto de esta Ley, también se fundó el Instituto Nacional de Economía Social (Inaes), cuyo propósito es instrumentar las políticas públicas de fomento y desarrollo del sector para fortalecerlo y consolidarlo como uno de los pilares del progreso económico y social del país (Ley de Economía Social y Solidaria, 2012).

Los Organismos del Sector Social de la Economía

De acuerdo con Osés y Díaz (2005, p. 18), los Organismos del Sector Social de la Economía (OSSE) son un “conjunto de organizaciones que siendo de iniciativa privada, desarrollan fines de beneficio colectivo o social y no tienen como fundamento el enriquecimiento o la posesión e incremento del capital económico individual, sino que se inclinan por el mejoramiento de las condiciones de vida de sus asociados [...] o el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades”.

Sánchez Díaz nos dice que existen dos tipos de OSSE: las empresas sociales y las organizaciones sin fines de lucro. Las primeras se crean principalmente con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus socios mediante la producción y comercialización de bienes y/o servicios; dentro de éstas encontramos las cooperativas y mutualistas. Las segundas trabajan para brindar servicios a terceros sin un afán de lucro, como lo son las asociaciones civiles y las instituciones de asistencia privada (Oulhaj, 2013, p. 138).

Los Organismos del Sector Social de la Economía en México

En México, la LESS reconoce que el sector social de la economía está integrado por las siguientes organizaciones:

- I. Ejidos
- II. Comunidades
- III. Organizaciones de trabajadores
- IV. Sociedades cooperativas
- V. Empresas que pertenecen mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores
- VI. En general, todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios

Todas ellas, de acuerdo con el artículo 42° de la citada Ley, podrán dedicarse a:

- I. Producción, prestación y comercialización de bienes y servicios.
- II. Explotación de bienes que sean propiedad de la nación, así como prestación de servicios públicos, siempre y cuando obtengan los permisos o concesiones respectivos.
- III. Educación, salud, actividades gremiales, deportivas, recreacionales, culturales y sociales en beneficio de los socios y la comunidad.
- IV. Servicios financieros de seguros, crédito, ahorro y préstamo.
- V. Todas las actividades económicas relacionadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios.

OSSE en números

Actualmente, en el país no existen datos estadísticos que engloben a todos los organismos de la Economía Social y Solidaria, por lo que no se sabe con exactitud cuántos existen, pero hay información que nos puede dar una cantidad aproximada de éstos. Tras realizar una estimación del número de OSSE que había en el país hasta el año 2014, se identificó casi 61 000, de los cuales más de 32 000 eran de tipo agrario (aproximadamente 29 000 ejidos y 2 000 comunidades); por su parte, las cooperativas representaron cerca de 15 000 organismos y las sociedades de solidaridad social casi 2 000. Pese a esta estimación, no se obtuvo de manera precisa el número de otras organizaciones de tipo agrario ni de aquellas formas de organización social indispensables para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios, que están contempladas en la LESS (Inaes, 2018).

Por otro lado, la Cuenta Satélite de las Instituciones sin Fines de Lucro de México que emite el INEGI nos indica que en el año 2017 las instituciones sin fines de lucro aportaron 2.9% del total del PIB (Producto Interno Bruto), que alcanzó un monto de 604 583 000 000 de pesos (incluida la valoración del voluntariado). Es importante señalar que dentro de esta Cuenta Satélite no se conoce con exactitud qué instituciones pertenecen al sector social, ya que no se especifica; además, están incluidas las que se dedican a la política y religión, que, de acuerdo con la normatividad mexicana, no forman parte de los OSSE (INEGI, 2017).

Cabe mencionar que aunque las cooperativas son los OSSE que tienen un mayor desarrollo en México y en el mundo —pues para el año 2014 existían 2 614 598 organizaciones de este tipo en todo el mundo que generaron 12 610 748 empleos (Censo global de cooperativas, 2014)— no están presentes dentro de dicha Cuenta y tampoco hay alguna que las incluya específicamente. Ante esta situación en la que no se tiene información detallada acerca de los OSSE en el país, ha surgido un acuerdo entre el INEGI y el Inaes para realizar un estudio de factibilidad para la creación de la Cuenta Satélite de la Empresas de la Economía Social en México, de esta forma se podrá visualizar periódicamente el número de estas organizaciones en el país, la aportación que hacen al PIB, entre otros datos (Inaes, 2018).

Apoyos para los OSSE

El Inaes, con la finalidad de brindar información respecto del sector, elaboró el *Compendio de información básica*, que contiene datos acerca del número de organizaciones que recibió apoyos gubernamentales para llevar a cabo sus operaciones en el período de 2013 al 2017. Todos estos datos se pueden contabilizar gracias a la clasificación establecida en el Programa de Fomento a la Economía Social, que fue creado por el Instituto con el objetivo de contribuir al mejoramiento del ingreso de personas en situación de pobreza por medio del fortalecimiento de los OSSE y del desarrollo de iniciativas productivas creadas por individuos con ingresos mensuales por debajo del valor total de la canasta básica alimentaria y la no alimentaria (Inaes, 2018).

Estos apoyos abarcan desde la incubación de proyectos hasta la asignación de recursos de inversión y la creación de ferias para la promoción de los bienes y servicios ofrecidos por los OSSE, y son otorgados por el Inaes y otras instituciones gubernamentales (Inaes, 2018). A continuación, se presenta la clasificación y distribución de los apoyos dichos durante el período 2013-2017.

Tabla 2. Distribución de apoyos del Inaes a OSSE en el período 2013-2017

Elaboración propia con base en los datos del *Compendio de Información Básica 2013-2017* del Inaes.

Es importante señalar que los recursos otorgados por el Inaes provinieron de la Administración Federal. Por su parte, los gobiernos estatales y municipales cuentan con programas que contribuyen al progreso de los organismos que forman parte de la Economía Social y Solidaria, lo que hace posible un mayor y mejor desarrollo integral del ser humano, ya que (entre otras cosas) los miembros de las organizaciones se autoemplean y generan empleos para más personas; además, con estos programas los beneficiarios reciben apoyos que quizá con sus propios medios no podrían obtener; se mejora la calidad de vida de dichas personas y sus familiares; se fortalece el emprendimiento social y la economía local al crear redes de comercio entre organizaciones del sector, situación que contribuye al desarrollo socioeconómico del país dentro de una cultura de solidaridad, democracia y equidad.

Situación de los OSSE en el gobierno actual

En los datos obtenidos del Inaes, se muestra que el gobierno otorgó más de 30 000 apoyos a los OSSE en el período de 2013 a 2017. Por su parte, el Centro mexicano para la filantropía (Cemefi) nos dice que hasta el año 2018, de aproximadamente 43 962 Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)² que había, 35 305 contaba con la Clave única de inscripción al registro de las organizaciones de la sociedad civil (Cluni), situación que indica que si bien no todas estas organizaciones obtuvieron apoyos del gobierno, sí aspiran o aspiraban a éstos, pues la Cluni se tramita principalmente para recibir apoyos de la Administración Pública Federal. En la actualidad, con la llegada del nuevo gobierno al poder, algunas organizaciones de la sociedad civil que forman parte de los OSSE, serán

perjudicadas y, con ello, todos sus beneficiarios, pues en el discurso mañanero del 5 de febrero el presidente Andrés Manuel López Obrador señaló lo siguiente: “Nosotros ya no vamos a entregar recursos a organizaciones, ni a organizaciones sociales, ni a las organizaciones de la llamada sociedad civil, para eso es el gobierno. Esto debe de quedar muy claro [...] no vamos nosotros a entregar dinero a organizaciones, o sea, los apoyos van directo a los beneficiarios, no van a haber intermediarios.”

Dicha medida violenta la ley, ya que en el artículo 6° de la Ley de Economía Social y Solidaria se dice que “El Estado apoyará e impulsará a los Organismos del Sector bajo criterios de equidad social y productividad, sujetándolas a las modalidades que dicte el interés público.” Además, las afectaciones a las organizaciones de la sociedad civil llegan, en algunos casos, a imposibilitar la continuidad de sus operaciones.

La decisión comienza a llevarse a cabo. En la página oficial del Cemefi (en la que se muestra las convocatorias para que las organizaciones de la sociedad civil puedan recibir donativos de instituciones públicas y privadas), en lo que va del año, las convocatorias del gobierno son prácticamente nulas; por su parte, en la página del Inaes exclusivamente se ha abierto convocatorias para cooperativas de ahorro y préstamo.

No abrir convocatorias y, además, retirar apoyos previamente destinados a este tipo de organismos, perjudica a la sociedad y no únicamente a sus miembros. Entre las afectaciones, está detener el crecimiento de la ESS en el país, pues, de acuerdo con el *Diagnóstico del Programa de Fomento a la Economía Social* presentado por la entonces llamada Secretaría de Desarrollo Social (hoy Secretaría del Bienestar), será difícil que los OSSE puedan operar con sus propios recursos, situación que reduce la creación de éstos y su continuidad en el tiempo (Sedesol, 2017).

El presidente ha dicho que llevará a cabo el trabajo que estas organizaciones hacen, sin embargo el panorama que se observa no apunta al cumplimiento de esta promesa, dado que se han cerrado programas sociales como Comedores comunitarios y Apoyo para la protección de personas en estado de necesidad (Alvarado, 2019), lo que aumenta las carencias de las personas en situación de vulnerabilidad.

Resultados

Retos que enfrentar

Las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) enfrentan nuevos retos en la actualidad, derivados de las condiciones sociopolíticas que se viven en el país. Para identificar dichos retos, se realizó entrevistas a presidentes, directores y trabajadores de OSC dedicadas principalmente a la asistencia social. Debido a la limitación en el acceso a la información, únicamente se entrevistó a 8 OSC y, por ello, también se revisó 4 entrevistas, en los sitios web de algunos periódicos, que fueron realizadas previamente a miembros de este tipo de organizaciones.

Entre los principales retos identificados, están los siguientes:

1. Con la eliminación de los apoyos federales, 5 de las 12 organizaciones consultadas tiene disminución de recursos para su funcionamiento.
2. Pudimos encontrar que 50% de los OSSE entrevistados, además de recibir donativos (ya sea gubernamentales o privados) y las aportaciones de los asociados, no cuenta con otras alternativas para su financiamiento, lo que lo pone en riesgo de desaparecer en algún momento, puesto que, al ser asistencial, no cobra cuota alguna y no es autofinanciable.
3. La falta de capacitación es un elemento importante, pues 25% de los organismos entrevistados no está en funcionamiento todo el año, únicamente opera mientras tenga programas, lo que nos muestra una falta de planeación y administración que requiere ser resuelta si estos organismos quieren continuar en funcionamiento.
4. Al disminuir la asignación de recursos gubernamentales a instituciones del gobierno, como lo es el ISSSTE, y al eliminar programas, como lo fueron Comedores comunitarios, Apoyo a la vivienda, Comunidad DIFerente, entre otros, más personas se han visto en la necesidad de acudir a OSC para solicitar ayuda, lo que incrementa la población que se atiende.
5. Debido a casos particulares, en los que organizaciones del sector se han prestado para hacer lavado de dinero, y que en sexenios anteriores se haya asignado recursos del gobierno a organizaciones cuyos dirigentes son políticos y grandes empresarios, las organizaciones civiles se suelen ver estigmatizadas por un mal uso de sus recursos económicos. Esto representa un reto, puesto que la sociedad tiene

dudas de donar o no a este tipo de organizaciones por la incertidumbre de lo que se hará con los recursos.

Respecto del retiro de apoyos federales a las OSC, el director del Banco de Tapitas A.C. comentó en una de las entrevistas que “Esta situación obliga a un gran número de organizaciones a reinventarse, a dejar de casarse con el boteo y donativos, para comenzar a buscar fuentes propias de financiamiento”. Aunque puede ser difícil enfrentar todos estos retos, también es posible y, sobre todo, necesario resolverlos para que las organizaciones de la sociedad civil continúen operando y, así, otorguen todos los beneficios que, por su naturaleza, brindan a la sociedad.

Propuesta para su financiamiento

Existen diversas formas con las que las Organizaciones de la Sociedad Civil se pueden financiar sin depender parcial o totalmente de los donativos. Inicialmente, los interesados en constituir un organismo de este tipo, deben aportar una cuota para la conformación y operación de éste; sin embargo, para su posterior desarrollo y funcionamiento no es necesario que se vuelva a hacer el pago referido, ya que hay otros mecanismos para la obtención de recursos.

Las alternativas para el financiamiento se dividen en dos vertientes: las **donaciones**, que consisten en recibir gratuitamente recursos de terceros, ya sea en efectivo o en especie, y las **actividades económicas** propias o no de su objeto social. Entre las donaciones, están aquellas que son otorgadas por empresas privadas, organismos internacionales, personas físicas y gobiernos estatales y locales.

El Cemefi, en su página de internet, cuenta con una sección llamada “convocatorias privadas”, que nos muestra convocatorias que abren diversas empresas para que las OSC puedan recibir donaciones tanto en efectivo como en especie; además, se especifica los requisitos necesarios para ser candidato y acceder a éstos. A su vez, en la sección “convocatorias internacionales” existen programas, en su mayoría permanentes, para recibir apoyos de otros países. Cabe destacar que, aunque no existan convocatorias, muchas veces las OSC pueden acercarse, independientemente, a empresas para buscar apoyos, pues actualmente muchas quieren llevar a la práctica la Responsabilidad Social Empresarial.³

Por su parte, el gobierno de la Ciudad de México cuenta con diversos programas de financiamiento para las OSC. En la página del Instituto de Asistencia e Integración Social (Iasis), existe un programa dirigido a aquellas organizaciones sociales que apoyan a personas en situación de calle, en situación de vulnerabilidad, y/o brindan atención comunitaria de asistencia e integración social: Programa de Financiamiento para la Asistencia e Integración Social (Profais). En la misma página, se encuentran los requisitos y el procedimiento para ser parte de éste.

Como este ejemplo, existen otros. Por mencionar algunos, en la Ciudad de México se abrió la convocatoria para el programa de “Fomento, Constitución y Fortalecimiento de las Empresas Sociales y Solidarias de la Ciudad de México” (Focofess, 2019), y en el estado de Jalisco el gobierno estatal cuenta con el programa de “Apoyo a las Organizaciones de la Sociedad Civil”.⁴

En el financiamiento mediante donaciones y apoyos del gobierno, encontramos ciertas desventajas como lo es el hecho de que en la mayoría de las veces estos apoyos están restringidos, pues tienen un uso exclusivo en actividades previamente determinadas; asimismo, se tiene que cubrir ciertos requisitos indispensables como contar con experiencia comprobable y con una donataria autorizada, Cluni o ambas. Por otro lado, el hecho de inscribirse a las convocatorias no garantiza el otorgamiento de los recursos, pues, hasta cierto punto, se entra en una “competencia” con otras organizaciones que también aspiran a obtenerlos.

Al no estar garantizados ni la obtención de apoyos gubernamentales ni las donaciones, es necesario que las organizaciones busquen formas de financiamiento que no les hagan depender totalmente de terceros. Para esto, existe la posibilidad de realizar actividades económicas, pues el hecho de ser organizaciones cuyos fines no son preponderantemente económicos, no significa que no puedan obtener recursos por sus propios medios.

El Centro Nacional para la Ley sin Fines de Lucro, ICNL por sus siglas en inglés (2012), nos dice que las OSC pueden realizar dos tipos de actividades económicas: las relacionadas y las no relacionadas. Las primeras son todas las que se vinculan directamente con el objeto social de la organización, por lo que se puede cobrar cuotas de recuperación por

los servicios ofrecidos. Por su parte, las segundas son aquellas que no están directamente vinculadas con el objeto social de la organización, sin embargo el fin de llevarlas a cabo es destinar las ganancias obtenidas por medio de éstas a la misión que persiguen.

Las actividades económicas no se encuentran limitadas en cuanto a su uso, pero sí en lo referente a la exención de impuestos que hay para las OSC en el país. De acuerdo con el artículo 80 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR):

Las personas morales y fideicomisos autorizados para recibir donativos deducibles de impuestos podrán obtener ingresos por actividades distintas a los fines para los que fueron autorizados para recibir dichos donativos, siempre que no excedan del 10% de sus ingresos totales en el ejercicio de que se trate. No se consideran ingresos por actividades distintas a los referidos fines los que reciban por donativos; apoyos o estímulos proporcionados por la Federación, entidades federativas, o municipios; enajenación de bienes de su activo fijo o intangible; cuotas de sus integrantes; cuotas de recuperación; intereses; derechos patrimoniales derivados de la propiedad intelectual; uso o goce temporal de bienes inmuebles, o rendimientos obtenidos de acciones u otros títulos de crédito, colocados entre el gran público inversionista en los términos que mediante reglas de carácter general establezca el Servicio de Administración Tributaria.

Es decir que cuando las actividades económicas distintas al objeto social de la organización rebasan 10% del total de sus ingresos, se cobra impuestos sobre el excedente.

Dentro de las actividades que las OSC pueden realizar para la obtención de recursos, con base en situaciones que ya se llevan a cabo, se puede sugerir las siguientes:

- 1. Cuotas de recuperación por sus servicios.** Las OSC pueden cobrar una cuota a sus beneficiarios. Esta recaudación tiene la ventaja de que no genera impuestos aun cuando represente más de 10% de los ingresos totales de una organización.
- 2. Venta de productos.** Dentro de esta opción, se encuentran diversas vertientes:
 - a.** Hay organizaciones que se vinculan directamente con la venta de bienes que sus beneficiarios elaboran y que, al ser comprados,

proporcionan un porcentaje pecuniario a la OSC. Casos como éstos son aquellas OSC dedicadas a apoyar las tradiciones y la cultura de grupos indígenas con la venta de artesanías que éstos elaboran.

- b. Para financiarse, algunos organismos venden, ya sea presencialmente o en línea, distintos productos. Los que hacen ventas por internet tienen catálogos muy amplios en sus páginas web.
 - c. Empresas como Krispy Kreme ofrecen productos a las OSC a un costo bajo para que, posteriormente, éstas puedan comercializarlos y obtener ganancias. Estas actividades se pueden realizar con otras empresas, para ello hay que crear alianzas y llegar a acuerdos.
 - d. Mediante alianzas, hay empresas lucrativas y no lucrativas dispuestas a vender artículos de las OSC para que éstas generen recursos. Ejemplo de ello fue la alianza creada entre Toks y la Casa de la Amistad para niños con cáncer I.A.P., en la que el grupo restaurantero vendía en sus instalaciones una pulsera de la I.A.P. con la finalidad de apoyar la causa que dicha organización persigue.
- 3. Dirigirse a un mercado diferente al de los beneficiarios.** Existe la posibilidad de que las OSC, sin perder de vista el objeto social por el que fueron creadas, ni dejar de apoyar a sus beneficiarios, se dirijan a un mercado² que pueda pagar por sus servicios (como cuota de recuperación). Por poner algún ejemplo, si las organizaciones se dedican a la cultura y ofrecen talleres de arte gratuitos a sus beneficiarios, podrían crear exposiciones con las creaciones de éstos y cobrar la entrada.
- 4. Apadrinamiento.** Actualmente, algunas OSC manejan donativos mediante el “apadrinamiento”, este término hace referencia a las donaciones mensuales que realizan las personas a niños (generalmente) beneficiarios de alguna OSC con el fin de mejorar su calidad de vida y contribuir al logro de la misión de la organización.
- 5. Reciclaje.** Organizaciones del sector social han optado por reunir material de reciclaje para su posterior venta y obtención de ingresos.
- 6. Eventos.** La realización de eventos ha funcionado para recaudar fondos. Éstos pueden ser de diversos tipos como deportivos, kermés, cenas, conciertos, etcétera.
- 7. Ventas de bazar.** Las OSC pueden aceptar donativos en especie (ropa, muebles, juguetes, etc.), si éstos son artículos que no funcionan a la

organización o a sus beneficiarios, se puede realizar un bazar para venderlos.

- 8. Acercamiento a grupos de *coaching*.** Empresas que imparten *coaching*, como Elige Ser, Klipot Equipat y Stratega, frecuentemente buscan OSC con el objetivo de apoyarlas mediante trabajo voluntario y donaciones en especie y efectivo.
- 9. Emplear a sus beneficiarios.** Existen organismos como Daunis Gente Excepcional I.A.P. que emplean a sus beneficiarios, en este caso particular a personas con síndrome de Down. Esto puede resultar benefactor para las OSC, ya que permite que las personas que desean o necesitan recibir sus servicios generen ingresos con los que quizá podrían contribuir para pagar las cuotas de recuperación (en caso de que las haya); además, en México existe un estímulo fiscal para aquellas organizaciones que contraten adultos mayores y personas con discapacidad.⁶
- 10. Creación de redes.** Si bien esta opción quizá no represente un beneficio económico directo, de acuerdo con el inciso h del artículo 2° de la Ley de Fomento a las Actividades Realizadas por las Organizaciones de la Sociedad Civil, las redes son “agrupaciones de organizaciones que se apoyan entre sí, prestan servicios de apoyo a otras para el cumplimiento de su objeto social y fomentan la creación y asociación de organizaciones”, lo que puede significar una reducción de costos de operación al igual que la creación, promoción, desarrollo y crecimiento de estas organizaciones. Por otro lado, si existen remanentes en las operaciones de una organización, ésta puede donar una parte de ellos a cualquier otra organización que tenga fines preponderantemente sociales.
- 11. Crowdfunding en plataformas de donación.** El *crowdfunding* es un financiamiento colectivo que consiste en recaudar las aportaciones económicas de personas de cualquier parte del mundo con la finalidad de llevar a cabo algún proyecto. Para ello, existen diversas plataformas en las que se puede compartir un proyecto y las personas deciden si contribuyen o no a éste; en México, las plataformas que existen para este tipo de financiamiento son donadora, Fondify y HIPGive.
- 12. Patrocinios.** Consiste en crear alianzas con las empresas para que éstas apoyen a las OSC a cambio de hacerles publicidad.

13. Programas creados por fundaciones empresariales. Existen organizaciones que crean programas, como es el caso de POSiBLE, llevado a cabo por Fundación Televisa en colaboración con otras instituciones. POSiBLE busca organizaciones o personas que deseen emprender proyectos que ayuden a resolver alguna problemática social. Si el proyecto es elegido, puede traer múltiples beneficios ya que, entre otras cosas, se da a conocer las organizaciones que los promueven en medios masivos y se vincula a éstas con inversionistas, socios potenciales y/o donadores.

Como se puede ver, hay muchos mecanismos para la obtención de recursos, aunque cabe señalar que las características de cada organización dictarán cuáles tomar. Pese a que las organizaciones de la sociedad civil pueden tener dificultades por el retiro de apoyos federales, si su intención es continuar con el objetivo social que persiguen, existen otros medios para lograrlo, y aunque puede representar un trabajo arduo, con empeño y dedicación éstas pueden salir adelante y, además, ser autofinanciables.

Conclusiones

Es notorio que los Organismos del Sector Social de la Economía (OSSE), principalmente las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), pueden verse amenazados por la situación que se vive actualmente en el país, pero aunque resulte radical eliminar el apoyo a todos ellos, tal hecho representa un área de oportunidad para que éstos se reinventen e innoven sus métodos de operación y mecanismos de financiamiento.

El que estas organizaciones lleven a cabo actividades de financiamiento, como las mencionadas en esta investigación, abre la posibilidad de que sean autofinanciables y, además, obtengan ingresos no restringidos, lo que ampliaría la posibilidad de su permanencia en el tiempo y, en algunos casos, aumentaría la población atendida.

Los donativos son una opción benefactora para las OSC, por ello han sido muy utilizados para su financiamiento, sin embargo es importante recurrir a otras fuentes de ingresos para que su funcionamiento no dependa de donaciones y para que las ayuden a crecer y a desarrollarse por sí mismas, a volverse autosustentables en el ámbito económico y a no tener tanta incertidumbre respecto de sus operaciones si en algún momento dejan de percibir estas ayudas económicas.

Si bien las organizaciones del sector social no representan un negocio que enriquezca a sus integrantes, pues no son preponderantemente económicas, sí traen consigo una serie de ventajas que, además de beneficiar a sus miembros, favorecen el entorno en el que se desarrollan al generar empleos y ofrecer una mejor calidad y nivel de vida.

Si en el país se fomenta la creación de organizaciones del sector social, como cooperativas, asociaciones civiles, instituciones de asistencia privada, ejidos, sindicatos, sociedades de producción rural, etc., que sean transparentes y realmente se guíen bajo los principios de la Economía Social y Solidaria, México podría tener un mayor crecimiento económico y mejores prácticas sociales, económicas y ambientales. En otros países, este tipo de organizaciones ha traído resultados que los benefician, pues genera empleos estables y hace circular la economía local.

Referencias

Alvarado, T. (15 de marzo de 2019). En riesgo OSC por recortes federales. *El Heraldo de Juárez*, recuperado el 10 de junio de 2019 de <https://www.periodicoelmexicano.com.mx/local/en-riesgo-osc-por-recortes-federales-3189908.html>

Bastidas Delgado, O. & Richer, M. (1 de mayo de 2001). Economía social y economía solidaria: intento de definición. *Cayapa. Revista venezolana de Economía Social*, 1(1), recuperado el 19 de abril de 2019 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62210102>

Cemefi (2019). Información sobre el sector no lucrativo. Recuperado el 30 de abril de 2019 de <https://www.cemefi.org/programas/informacion-3er-sector.html>

Comisión de fomento de las actividades de las organizaciones de la sociedad civil (s.f.). Preguntas frecuentes. Indesol, recuperado el 14 de mayo de 2019 de <https://www.corresponsabilidad.gob.mx/?idContenido=13y&p=482bd57ea95bb42cc15c82d63af42ea9#>

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (s.f.). Medición de la pobreza. Recuperado el 14 de junio de 2019 de <https://webqa.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Lineas-de-bienestar-y-canasta-basica.aspx>

Crowdfunding México (s.f.). Plataformas en México. Recuperado el 16 de junio de 2019 de

<http://www.crowdfundingmexico.mx/plataformas.html>

Daunis. Por una vida excepcional (s.f.). ¿Cómo ayudar? Recuperado el 16 de junio de 2019 de <http://daunis.mx/>

Díaz Almada, P. (2009). Economía Social. EconLink, recuperado el 22 de abril de 2019 de <https://www.econlink.com.ar/economia-social>

Caurin, Juanma (s.f.). Patrocinio. Emprende pyme. net, recuperado el 16 de junio de 2019 de <https://www.emprendepyme.net/patrocinio>

Flores, L. R. (2019). Fox, Calderón y Peña Nieto dieron donativos a Emilio Azcárraga, Salinas Pliego, Beltrones y a partidos... ¡por 27 mil millones de pesos! *Vanguardia*, recuperado el 10 de junio de 2019 de <https://vanguardia.com.mx/articulo/fox-calderon-y-pena-nieto-dieron-donativos-emilio-azcarraga-salinas-pliego-beltrones-y>

Hernández, M. (2017). *Economía Social y Solidaria: implicaciones para el desarrollo*. México: FCA Publishing.

ICNL (12 de octubre de 2012). Análisis de Derecho Comparado sobre las Actividades Económicas de las Organizaciones de Sociedad Civil (OSC). Recuperado el 11 de junio de 2019 de <http://www.icnl.org/research/library/files/Mexico/compendio-actividades-economicas.pdf>

Inaes y Sedesol (2014). ABC de la economía social e INAES. Recuperado el 22 de abril de 2019 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/102028/ABC_de_la_Economia_Social_e_INAES.pdf

Inaes (2017). *Economía Social en México. Compendio de información básica 2013-2017*. Recuperado el 19 de abril de 2019 de <http://osse.org.mx/portals/0/compendio/default.html#p=1>

INEGI (2017). Instituciones sin Fines de Lucro. Recuperado el 26 de abril de 2019 de <https://www.inegi.org.mx/temas/isfl/>

Ley de Economía Social y Solidaria, Reglamentaria del Párrafo Octavo del Artículo 25 de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, en lo Referente al Sector Social de la Economía (Estados Unidos Mexicanos, 2012).

Ley del Impuesto Sobre la Renta (Estados Unidos Mexicanos, 11 de diciembre de 2013).

López Cruz, A. (15 de febrero de 2019). Cierran fondos a 10 mil organizaciones civiles. *La Razón de México*, recuperado el 10 de junio

- de 2019 de <https://www.razon.com.mx/mexico/cierran-fondos-a-10-mil-organizaciones-civiles/>
- López Cruz, A. (21 de febrero de 2019). “Entre OSC hay aviadoras, pero la mayoría sí trabaja y hace milagros con poco”. *La Razón de México*, recuperado el 10 de junio de 2019 de <https://www.razon.com.mx/mexico/entre-osc-hay-aviadoras-pero-la-mayoria-si-trabaja-y-hace-milagros-con-poco/>
- López Obrador, A. (2019). Conferencia de prensa del presidente Andrés Manuel López Obrador del 5 de febrero del 2019. Gobierno de México, recuperado el 16 de mayo de 2019 de <https://www.gob.mx/presidencia/prensa/conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-5-de-febrero-de-2019?idiom=es>
- Méndez Morales, J. S. (1993). *Dinámica Social en las Organizaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Méndez Morales, J. S. (2009). *Fundamentos de Economía*. México: Mc Graw Hill.
- ONU (2014). *La Economía Social y Solidaria y el Reto del Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 2 de abril de 2019 de http://unsse.org/wp-content/uploads/2014/08/Position-Paper_TFSSE_Esp1.pdf
- Oses Cabrera, R. & Díaz Patigno, L. (julio de 2005). *Curso básico de economía solidaria*. Bogotá: DANSOCIAL, recuperado el 25 de abril de 2019 de <http://186.113.12.182/catalogo/dlfile.php?id=60130>
- Oulhaj, L. (2013). *Miradas sobre economía social y solidaria en México*. México: Formación Gráfica.
- Oulhaj, L. (2017). *Economía Social y Solidaria, migración y género: hacia la búsqueda de alternativas de “desarrollo”*. México: Universidad Iberoamericana.
- Pedraza, M. (30 de octubre de 2017). ¡Súmate a nuestra campaña en restaurantes Toks! Recuperado el 16 de junio de 2019 de <https://casadelaamistad.org.mx/beta/2017/10/30/sumate-a-nuestra-campana-en-restaurantes-toks/>
- Ramos, C. y Ávila, Y. (20 de marzo de 2019). ¿De qué vive la sociedad civil? No de recursos públicos. Animal Político, recuperado el 11 de junio de 2019 de <https://www.animalpolitico.com/2019/03/osc-dinero-publico-financiamiento-gongos/>

- Rivera, A. (16 de marzo de 2019). AMLO borra programas sociales de Calderón y Peña. *El Universal*, recuperado el 10 de junio de 2019 de <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/amlo-borra-programas-sociales-de-calderon-y-pena>
- Sabogal Tamayo, J. (2014). El modo de producción capitalista, su actual crisis sistémica y una alternativa posible. *Sociedad y economía*, (28), recuperado el 2 de abril de 2019 de <http://www.scielo.org.co/pdf/soec/n28/n28a05.pdf>
- Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo (21 de enero de 2019). Reglas de operación del programa “Fomento, Constitución y Fortalecimiento de las Empresas Sociales y Solidarias de la Ciudad de México (FOCOFESS 2019)”. Recuperado el 11 de junio de 2019 de https://trabajo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/DOC_Reglas_de_Operacion_Empresas_Sociales_y_Solidarias_FOCOFESS-2019_STYFE_27012019.pdf
- Sedesol (2017). *Diagnóstico del Programa de Fomento a la Economía Social*. Recuperado el 17 de mayo de 2019 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/256247/Diagnostico_del_PFES_2017.pdf
- Universidad Nacional del Sur (s.f.). Organizaciones de la Sociedad Civil. Recuperado el 2 de junio de 2019 de http://www.cienciasdelaadministracion.uns.edu.ar/a_link/Varios/MANUAL_PRIMEROS_PASOS.pdf

¹ La Economía Social y Solidaria también es nombrada como economía popular, economía solidaria, sector social de la economía, economía del tercer sector, economía social o economía del trabajo.

² Las OSC “son entidades privadas, autogobernadas y no partidarias, cuyo objetivo es aportar al bien común.” Los organismos que se encuentran dentro de esta clasificación son Asociaciones Civiles (A.C.), Instituciones de Asistencia Privada (I.A.P.), Instituciones de Beneficencia Privada (I.B.P.) y Asociaciones de Beneficencia Pública (A.B.P.), principalmente.

³ La responsabilidad social empresarial es la puesta en práctica de las operaciones de una organización en un entorno sustentable económica, social y ambientalmente, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras (Cemefi).

⁴ Para consultar estas convocatorias, se puede acceder a las siguientes ligas:

- <http://www.iasis.cdmx.gob.mx/#>
- https://trabajo.cdmx.gob.mx/storage/app/media/DOC_Reglas_de_Operacion_Empresas_Sociales_y_Solidarias_FOCOFESS-2019_STYFE_27012019.pdf

•<https://www.programassociales.org.mx/programa/11/apoyo-a-las-organizaciones-de-la-sociedad-civil?v=033>

² Mercado: “Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio” (Kotler y Armstrong, 2007).

⁶ El artículo 116 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta menciona que “El patrón que contrate a personas que padezcan discapacidad motriz [...]; auditiva o de lenguaje, en un ochenta por ciento o más de la capacidad normal o tratándose de invidentes, podrá deducir de sus ingresos, un monto equivalente al 10% del impuesto sobre la renta de estos trabajadores retenido [...] Se otorgará un estímulo fiscal a quien contrate adultos mayores, consistente en el equivalente al 20% del salario efectivamente pagado a las personas de 60 años y más”.

Apoyos para proyectos productivos	Apoyos para el desarrollo de capacidades	Apoyos para la banca social
Apoyos en efectivo para la producción. Se beneficiaron proyectos impulsados por mujeres, jóvenes, comunidades indígenas y personas con discapacidad.	Consiste en brindar apoyos para desarrollar las capacidades técnicas, administrativas, de gestión y comercialización de los OSSE que ya están en operación, y para que continúen con su progreso.	Consiste en dar recursos a las Cooperativas de Ahorro y Préstamo y a las Sociedades Financieras Comunitarias para contribuir al ahorro y financiamiento de OSSE y de aquellos sectores que no son cubiertos por la banca comercial.
24 408 apoyos que representaron 8 619.7 000 000 de pesos.	9 951 apoyos que representaron 195.3 000 000 de pesos.	1 984 apoyos que representaron 356 000 000 de pesos.

16

SUSTENTABILIDAD DE LOS PROGRAMAS DE SALUD NACIONALES DE REDUCCIÓN DE SOBREPESO Y OBESIDAD EN MÉXICO

Área de investigación: Administración y Sustentabilidad

Lizbeth González Mérida

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

lizzy_0121@hotmail.es

Jesús Arturo Maruri Villegas

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

maruri.jesus@gmail.com

Dra. Celia Luz González Fernández

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Contaduría y Administración

lgonzález@docencia.fca.unam.mx

Resumen

El principal propósito de este estudio es determinar la sustentabilidad de dos de los programas nacionales para la prevención y control del sobrepeso y obesidad luego de comparar los resultados esperados con los resultados observados en el crecimiento de estos dos padecimientos. Se realizó una investigación acerca de los principales cambios y acciones a realizar por parte de los programas impuestos para la mejora de la población con sobrepeso y obesidad en México al evaluar su cumplimiento. Como resultado, se encontró un incumplimiento de la totalidad de las metas autoimpuestas, que fue justificado por la falta de recursos privados y estatales. Posteriormente, se evaluó el crecimiento poblacional previo a los dos programas de salud, al proyectar el crecimiento esperado en el año 2016 y al compararlo con el crecimiento real en el mismo año para así valorar, numéricamente, el impacto de estos dos programas de salud.

Se encontró que en la población femenina de las zonas rurales hubo 2.9% menos de sobrepeso que lo esperado y 1.99% menos de obesidad que lo esperado para el 2016; en las zonas urbanas hubo 4.87% menos prevalencia que la esperada en sobrepeso y 5.6% menos prevalencia que la esperada en obesidad para el 2016; en la población masculina de la

zona rural existe 3.1% de aumento que lo esperado en sobrepeso y 0.62% de aumento que lo esperado en obesidad para el año 2016; en zonas urbanas hubo 2.5% menos de sobrepeso que lo esperado y 2.0% menos de obesidad que lo esperado para el año 2016. Los programas no cumplen sus ambiciosas metas y objetivos de reducir la obesidad y el sobrepeso en un tercio o de frenar el crecimiento por completo debido a que son fenómenos multifactoriales que no fueron adecuadamente manejados, lo que hace poco sustentables a estos programas aunque sí tuvieron un impacto en la desaceleración de sus prevalencias.

Introducción

La salud es considerada como un recurso fundamental de todos los humanos, ya que permite el desarrollo de las personas en el ambiente que les rodea y una mejor calidad de vida. En cambio, la falta de salud, como es en el caso de la obesidad y sus comorbilidades, puede traer grandes cargas económicas y sociales a una nación. México se encuentra en el segundo lugar de obesidad mundial, por lo que es imperativo crear programas y políticas de salud enfocados en el control y prevención del sobrepeso, obesidad y comorbilidades más importantes (como diabetes *mellitus* tipo 2), y dirigidos a los sujetos en los que se puede alterar su trayectoria de salud más contundentemente y con menos recursos.

Actualmente, datos de la Organización Mundial de la Salud y la Ensanut (Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino 2016) sugieren que México es un país con un problema creciente de obesidad y sobrepeso en su población infantil y adolescente que se exagera en la vida adulta y trae consecuencias funcionales graves tanto en el ámbito personal como en el social (Ensanut, 2016).

La educación y los bajos niveles socioeconómicos afectan negativamente la salud, expectativa y calidad de vida y, de acuerdo con la OCDE, incrementan las posibilidades de desarrollar obesidad, patología que afecta el correcto rendimiento del mercado de trabajo, lo que, a su vez, contribuye a fortalecer e incrementar las desigualdades sociales existentes (Federación Mexicana de Diabetes A. C., 2017). Por otro lado, la discriminación social y la falta de oportunidades laborales también se han asociado con la masa corporal. Las cifras muestran que las personas con sobrepeso tienen menos posibilidades de obtener empleos atractivos.

Sumado a lo anterior, está documentado que las personas obesas son menos productivas, ya que se enferman con mayor frecuencia, y que perciben salarios 10% menores que las personas con peso normal (Federación Mexicana de Diabetes A. C., 2017).

Debido a que a lo largo de las últimas dos décadas se han creado diversas políticas y estrategias a nivel nacional que se han implementado en la población, analizaremos los dos documentos más relevantes en México acerca de la prevención y control del sobrepeso y obesidad para explicar su impacto en la población, confirmar si se han logrado los objetivos propuestos y, tras detectar fallas, plantear un ajuste de objetivos para que se genere un mayor impacto.

Marco contextual

La obesidad se ha vuelto uno de los principales problemas de salud en el mundo, en especial por su gran capacidad para desencadenar enfermedades crónicas que ponen en riesgo la vida, tales como la hipertensión, dislipidemias (alteraciones en los niveles de colesterol), enfermedades osteoarticulares, enfermedades cardiovasculares y diabetes *mellitus* tipo 2 (Del Dias Encinas & Enríquez Sandoval, 2007). La obesidad lleva a 90% de las personas a tener diabetes *mellitus* tipo 2 y ambos problemas de salud están relacionados con la mayoría de las muertes por enfermedades cardiovasculares, por lo que se considera prioritario prevenir las consecuencias generadas por la obesidad (General, 2010).

El sobrepeso ha tenido un incremento alarmante en los últimos 30 años a nivel global. Se han encontrado varios factores de riesgo dentro de nuestro entorno que favorecen esta patología, de los cuales los principales son el aumento de tecnologías que favorecen el sedentarismo y la dieta basada en altas cantidades de grasa, sal y azúcares procesados.

Debido a que las causas de la obesidad son múltiples, se necesita programas y actividades estructuradas por parte de los gobiernos de todo el mundo para combatirla. Organizaciones mundiales, como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), y organizaciones gubernamentales nacionales han establecido que la obesidad es un problema de salud pública

internacional que amerita la priorización de los sectores de salud (OPS, 2018).

A causa del aumento de la obesidad y sus consecuencias, la ONU incluyó en su Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, dentro de la meta 3 que hace referencia a “garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades”, y en el punto 3.4, reducir a un tercio la mortalidad prematura provocada por enfermedades no transmisibles como la obesidad (CNDH, 2016).

En el caso particular de México, de acuerdo con la OMS en el año 2016, se declaró una emergencia sanitaria por el aumento de la población con obesidad y sobrepeso, reflejado en datos alarmantes que revelan que 34.7% de la población entre 5 y 19 años y 33.3% de la población adulta tienen sobrepeso y obesidad. Es por ello que el tema central de esta investigación es describir de qué manera la sustentabilidad integrada en las políticas públicas de México ha logrado contrarrestar el crecimiento de éstos (Ensanut, 2016).

Desde el año 2010, México ha empleado políticas y estrategias para combatir los problemas referidos. Además, en el mismo año se creó el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad, documento que apoya políticas de prevención y tratamiento continuo de pacientes que padezcan obesidad o sobrepeso (General, 2010). Más tarde, en el año 2013 se publicó la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, que tiene como fin la aplicación concreta de actividades estratégicas por parte del sistema de salud y del gobierno para frenar las incidencias y prevalencia de dicha población en el país (Gobierno Federal, 2013).

El Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria 2010 surgió a partir de encuestas y la recaudación estadística de poblaciones infantiles principalmente, en la que se valoró la actividad física, la alimentación y el peso de acuerdo con la edad de los encuestados; esto dio evidencia de la problemática y justificación del acuerdo, al igual que de la necesidad de plantearse metas enfocadas en la nutrición de los jóvenes (General, 2010). El Acuerdo propuso 3 metas del gobierno federal, en conjunto con los sectores privados de salud, para el año 2012:

1. Revertir el crecimiento del sobrepeso y la obesidad a menos de lo

existente en el 2006 en la población infantil de 2 a 5 años de edad.

2. Detener el avance del sobrepeso y la obesidad en la población de 5 a 19 años.
3. Desacelerar el crecimiento del sobrepeso y obesidad en la población de 20 años en adelante.

De igual manera, se plateó lograr 10 objetivos principales:

1. Promover la actividad física en todos los entornos (académico, laboral, comunitario) para prevenir la obesidad y mejorar la salud.
2. Aumentar la disponibilidad, accesibilidad y el consumo de agua simple potable.
3. Disminuir el consumo de azúcar y grasas en bebidas.
4. Aumentar el consumo de verduras, frutas, leguminosas, cereales de granos enteros y fibra en la dieta.
5. Mejorar la capacidad de toma de decisión de una dieta saludable en la población al proporcionar información al consumidor (que también se muestre en el etiquetado de los productos) y fomentar el alfabetismo en nutrición y salud.
6. Promover y proteger la lactancia materna exclusiva hasta los seis meses de edad, y favorecer una alimentación complementaria adecuada a partir de los seis meses de edad.
7. Reducir la cantidad de azúcar adicionada en los alimentos.
8. Disminuir el consumo de grasas saturadas y eliminar la producción y consumo de grasas transaturadas de origen industrial.
9. Disminuir el tamaño de las porciones en restaurantes y expendios de alimentos preparados, y de los alimentos industrializados.
10. Limitar la cantidad de sodio de los alimentos y reducir su consumo.

El Acuerdo fue firmado por varias instituciones nacionales con el fin cumplir de manera transparente las metas planteadas. Estas instituciones son: la Comisión Nacional del Agua (Conagua); el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (SNDIF); el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS); el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE); Petróleos Mexicanos (Pemex); la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa, hoy en día Senasica); la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena); la Secretaría del Desarrollo Social (Sedesol); la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); la Secretaría de

Marina (Semar); la Secretaría de Salud (SS); la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS); la Secretaría de Economía (SE); la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco); la Secretaría de Educación Pública (SEP); la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade); el Centro de Investigación en Nutrición y Salud, del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP); y, por parte de la industria, el Consejo Coordinador Empresarial, el Consejo Nacional Agropecuario, Concamin, Canacintra y ConMéxico (General, 2010). Cada una de ellas se comprometió a cumplir, apoyar y promocionar las metas implementadas en dicho acuerdo.

Cada institución que firmó el Acuerdo se planteó metas institucionales además de las generales de este documento, por ejemplo:

SEP:

- Impulsar un acuerdo secretarial para el expendio de alimentos y bebidas en las tiendas o cooperativas escolares de los planteles de educación básica.
- Garantizar la instalación de bebederos en las escuelas públicas.
- Impulsar la realización de actividad física durante al menos 30 minutos diarios en los alumnos.

STPS:

- Promover la actividad física y la alimentación correcta en los centros de trabajo.
- Abogar por la lactancia materna y revisar la legislación para favorecerla en las madres trabajadoras.

Se realizó el estudio de avances en 2012 en el que se evaluaba cada una de las metas principales y su resultado según la institución de apoyo. En la mayoría de los objetivos no cumplidos, se definió el causante del problema: “la falta de recursos” (objetivos 1, 2, 4, 6, 8, 10). En los objetivos restantes, hubo una falta de proactividad por parte de Cofepris, de gobiernos locales y de empresas, donde aún se consume alimentos y bebidas altos en azúcares por la necesidad del flujo económico (objetivo 3, 7); los etiquetados de alimentos son engañosos y poco controlados por la Cofepris (objetivo 5), y en el objetivo 9 que habla de la orientación a la población acerca del control de tamaños de porción, se reporta que las autoridades no han realizado ninguna acción como campañas, talleres o panfletos informativos (A.C., 2019).

La Estrategia Nacional para la Prevención y el Control de Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes 2013, con base en un análisis epidemiológico, se divide en distintos focos de interés y contempla áreas como la salud pública, la atención médica, la regulación sanitaria y política fiscal, cuyas acciones están enfocadas en fortalecer la prevención de estos problemas y la promoción de la salud para modificar el comportamiento individual, familiar y comunitario que impida un estilo de vida saludable, de tal manera que se logre un impacto favorable en la población de riesgo, principalmente en aquella con sobrepeso y obesidad (Salud, 2013).

Las acciones planteadas en dicha estrategia están compuestas por premisas como la salud en las políticas públicas, un enfoque basado en determinantes sociales desde la promoción hasta la atención médica, la alineación de las acciones de todos los sectores y la evaluación de la estrategia mediante el impacto de las acciones y la rendición de cuentas. Entre los objetivos establecidos y relacionados con la obesidad, se encuentran (Salud, 2013):

1. Promover la consolidación de una cultura que facilite la adopción de estilos de vida que mantengan la salud de las personas.
2. Detectar oportuna y masivamente el conjunto de casos con sobrepeso, obesidad y diabetes para garantizar su adecuado control y manejo.
3. Reducir la inactividad física.
4. Detener el aumento del sobrepeso, la obesidad y la diabetes.
5. El objetivo de la regulación sanitaria y política fiscal fue actualizar la reglamentación mexicana en materia de etiquetado y publicidad de alimentos dirigidos al público infantil para mejorar las decisiones de consumo y, en consecuencia, modificar hábitos alimentarios (Salud, 2013).

Dentro de las dependencias e instituciones participantes, se encuentran: la Secretaría de Educación Pública (SEP); la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (Conade); la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa); la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol); la Secretaría del Trabajo y Prevención Social (STPS); la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco); la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (Sedatu); la Comisión Nacional del Agua (Conagua); la Secretaría de Salud (SS); los Servicios Estatales de

Salud (Sesa); la iniciativa privada, entre otras que estarán encargadas de diversas actividades desde la promoción de campañas, actividad física, alimentación adecuada, modificación de infraestructura, hasta el fomento de la investigación, etcétera, por lo que tendrán una participación activa en la prevención del sobrepeso y la obesidad (Salud, 2013).

Estas políticas explicadas previamente fueron implementadas y aplicadas principalmente a nivel escolar y publicitario por medio de medidas como disminuir las porciones de azúcares de los alimentos industrializados y aumentar la actividad física, por citar unos ejemplos; sin embargo, a pesar de haber implementado ambas políticas públicas el país se declaró en estado de emergencia sanitaria. Se infiere que se empleó los recursos de manera poco sustentable, por lo que no se observa los resultados deseables en relación con el gasto público empleado y la disminución o detención del crecimiento de la obesidad y sobrepeso en la población (Barquera Cervera, 2010).

Asimismo, el enfoque de los programas de prevención suele ser muy general y éstos no tienen metas concretas ni procedimientos específicos para lograr los planes. Al mismo tiempo, dichos programas carecen de acciones específicas y efectivas para aquellos grupos de mayor impacto, como lo son la actual población femenina, conformada por 38% de obesas o con sobrepeso, y el sector infantil, cuyo alto porcentaje de sobrepeso u obesidad aún no desarrolla comorbilidades, lo que lo convierte en un grupo ideal para prevención de éstas en etapas tempranas (Federación Mexicana de Diabetes A. C., 2017).

Marco de referencia

Con base en las principales definiciones, contemplamos el término de la “sustentabilidad” como una corriente de la responsabilidad social cuyo enfoque es impulsar un modelo de desarrollo económico mundial compatible con la conservación del medio ambiente que busque un equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico (UANL, 2019). Es necesario decir que, en sentido estricto, los términos sustentable y sostenible no son sinónimos, ya que “sostenible” se refiere a aquello que puede mantenerse por sí mismo, mientras que “sustentable” se refiere a aquello que se puede defender con razones (Herrera y otros, 2014).

En 1983, en Noruega, las Naciones Unidas creó la World Commission on Environment and Development, presidida por el entonces primer ministro Gro Harlem, para evaluar las decisiones que tienen impacto en el ambiente y los recursos. Se concluyó que se debía cuestionar cada decisión por medio de 3 enfoques: económico, ambiental y social, que son los que luego apoyarían el constructo de la sustentabilidad (Calvente, 2007).

El término “desarrollo sustentable” fue creado por la World Commission on Environment and Development de las Naciones Unidas mediante el tratado Our Common Future de 1987, que lo definió como la habilidad de satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las habilidades de futuras generaciones para satisfacer las suyas. El mismo tratado habla acerca de los límites del desarrollo sustentable, que son principalmente dos: la tecnología y la organización humana (Brundtland, 1987). La definición alcanzó su madurez moderna gracias al ingeniero Arturo M. Calvante, quien la replanteó al decir que una sociedad sustentable es aquella en la que el desarrollo económico y el bienestar social están unidos por un medioambiente con calidad de vida para las personas (Centro del Cambio Global y la Sustentabilidad, 2019).

Por otro lado, podemos retomar también el segundo concepto clave de este escrito: la obesidad, considerada como una enfermedad crónica prevenible de origen multifactorial, que se define como la acumulación excesiva de masa grasa en el cuerpo. A nivel individual, es necesario un balance entre la energía resultante de la cantidad, calidad y frecuencia de los alimentos consumidos en la dieta, y la actividad física realizada (Rivera Juan, 2013). El elevado índice de masa corporal (unidad de medida usada para la clasificación ponderal) es un importante factor de riesgo para diversas comorbilidades, conocidas como enfermedades no transmisibles que afectan la calidad de vida de una persona.

Dentro de este relevante padecimiento, interactúan diferentes causas estrechamente relacionadas, como la falta de actividad física constante y la mala alimentación por el aumento en la porción de alimentos, el incremento en la frecuencia del consumo y la ingesta de comida procesada con mayor contenido calórico.

En los países de la OCDE, uno de cada 2 adultos y alrededor de uno de cada seis niños tienen sobrepeso u obesidad, por lo que estos últimos son

considerados como un reto de salud (Federación Mexicana de Diabetes A. C., 2017). En México, esta prevalencia de obesidad y sobrepeso ha sido considerable a lo largo de las últimas dos décadas y actualmente somos el segundo lugar en peso excesivo en adultos con 30.2% de obesidad y el cuarto lugar en obesidad infantil según la OCDE (OCDE, 2011).

Añadido a lo anterior, la OCDE demostró que la desigualdad social, la falta de educación y las diferencias de género están relacionadas con el problema del sobrepeso y la obesidad al mostrar que las mujeres menos educadas son entre 2 y 3 veces más propensas a desarrollar sobrepeso en comparación con las naciones de mayor nivel educativo (Federación Mexicana de Diabetes A. C., 2017). En general, se considera que la obesidad es uno de los problemas sanitarios más graves de principios del siglo XXI debido a su rápido aumento y a las graves consecuencias que conlleva para la salud (OMS, 2005).

Justificación

La obesidad se ha definido como una enfermedad de etiología multifactorial y de curso crónico, caracterizada por un desbalance que ocurre cuando la ingestión de calorías excede el gasto energético, lo que ocasiona un aumento en el depósito de grasa corporal y, por ende, una ganancia ponderal, es decir una ganancia de peso.

El sobrepeso y la obesidad son afecciones emergentes con orígenes complejos y con efectos graves a mediano y largo plazo. Dado que constituyen un problema de salud pública, resulta urgente el desarrollo y aplicación de medidas de intervención que prevengan o contrarresten sus efectos; actualmente, existen medidas ya iniciadas por parte del gobierno federal, a pesar de ello, según la OCDE, México ocupa el segundo lugar en peso excesivo en adultos con 30.2% de obesidad y el cuarto lugar en obesidad infantil.

En cada nuevo gobierno, se implementa políticas de salud y programas de prevención con metas ambiciosas para mejorar las estadísticas de salud de manera rápida y eficiente, pero, cuando llega la fecha final, las metas no son cumplidas. Es importante ser autocríticos en los gastos de los programas de mejora nacionales y hacer impactos positivos en la sociedad y el entorno, ya que los recursos con los que cuenta cada sexenio para

cada programa son limitados y es poco el tiempo de trabajo para lograr metas tan grandes.

En el año 2018 en México, se dispuso 122 557 300 000 de pesos para el sector de salud nacional, del que se destinó únicamente 0.37011% (453 600 000 de pesos) a la prevención y control de la obesidad en todos los rincones de la República. Dentro de este presupuesto, se tomó en cuenta panfletos, comerciales, clases/cursos de actividad física y programas de salud. En cambio, dentro de los más grandes programas de salud implementados en los últimos 10 años destacaremos dos: el Acuerdo Nacional y la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes. Estos dos programas implican un gasto de recursos pequeño del total del presupuesto y cuentan con la asistencia de otras instituciones públicas y privadas, que también disponen de presupuesto propio para cumplir las metas planteadas.

Ya que el presupuesto es limitado y las causas del problema son multifactoriales y multinivel, es indispensable crear estrategias y acciones específicas y muy enfocadas en las causas críticas de la obesidad y el sobrepeso. Si se tiene metas y acciones poco específicas, será difícil cumplirlas. Este trabajo busca evaluar las acciones de ambos programas de salud en cuanto a las metas propias y al control de la obesidad y el sobrepeso.

Metodología

La presente investigación es mixta, observacional, retrospectiva, longitudinal, descriptiva en su inicio y, posteriormente, correlacional. Es mixta porque es cuantitativa (se analizó las estadísticas nacionales del crecimiento de la población con sobrepeso y obesidad en México) y cualitativa (se analizó algunas estrategias de los dos programas de prevención nacionales en relación con sus metas, objetivos y los resultados que tuvieron al terminar la fecha-meta). Es observacional ya que únicamente se estudió los datos ya recabados, no se interfirió con las muestras ni con la población. Es retrospectiva debido a que se utilizó datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de los años que están entre 2006 y 2016. Es longitudinal puesto que se realizó en 3 tiempos de estudio de una década que fueron los años 2006, 2012 y 2016. Es descriptiva pues, en primera instancia, se detalló el crecimiento que tiene

la población obesa y con sobrepeso en México durante el tiempo establecido. Es correlacional porque, después de la descripción, se evaluó la relación que tuvo el crecimiento de la población con problemas nutricionales y la implementación de dos programas de salud nacionales: el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria 2010 y la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes 2013.

Se realizó un análisis de los datos poblacionales de la base de datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut) para valorar el impacto que han tenido los programas de prevención y control del sobrepeso en la desaceleración del crecimiento de la población con sobrepeso y obesidad. Se hizo una gráfica de regresión simple con los datos de diez años previos de la Ensanut para visualizar el crecimiento esperado de la población obesa y con sobrepeso, y compararlo con la gráfica de datos observados en el año 2016. De este modo, se analizó el impacto de El Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria 2010 y la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, y, con ello, se valoró su sustentabilidad como proyectos de salud con metas fijas para frenar los principales problemas nutricionales que enfrenta el país.

Resultados

Gráfica 1

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2012).

En la Gráfica 1, se observa un mayor porcentaje de prevalencia en la población (de entre 5 y 19 años) con sobrepeso que en la que tiene obesidad. Igualmente, se puede notar que la población masculina con obesidad es mayor que la femenina.

Gráfica 2

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2012).

En el año 2012, la población infantil con sobrepeso abarca 19.6 y 22% de los casos y la población masculina es mayor en obesidad que la femenina.

Gráfica 3

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

Para el año 2016, la Gráfica muestra de nuevo una población infantil masculina mayor en obesidad que la femenina, al contrario del sobrepeso, en el que prevalece la población femenina.

En las Gráficas 1, 2 y 3, podemos ver que la población infantil de ambos sexos (comprendida entre los 5 y 19 años de edad) tiene una prevalencia en sobrepeso de alrededor de 20% y en obesidad de alrededor de 12 y 16%. Asimismo, el cambio entre 2006 y 2012 no es drástico, lo que sugiere que la enfermedad se ha mantenido en los mismos niveles. Sin embargo, en 2016 hubo un cambio notable en los niveles de sobrepeso y obesidad de la población infantil masculina, al ser mayor la obesidad que el sobrepeso. Mantener un nivel de alrededor de 35% en la suma de éstos nos indica que una parte de las personas con sobrepeso se volvió obesa, lo que resulta preocupante.

Gráfica 4

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

En esta Gráfica, se observa que de 2012 a 2016 hubo un crecimiento en ambos grupos, pues en sobrepeso se pasó de 38.8% a 39.2%, mientras que en obesidad se pasó de 22.1% a 33.3 por ciento.

Gráfica 5

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

Gráfica 6

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

En las Gráficas 5 y 6, se observa que la población rural con sobrepeso y obesidad ha ido en aumento desde el año 2000. El incremento fue de aproximadamente 20% en 16 años y alcanzó mayor prevalencia en el 2016.

Gráfica 7

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

Gráfica 8

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

En las Gráficas 7 y 8, se observa que la población urbana con sobrepeso y obesidad ha ido en aumento desde el año 2000. El incremento fue de aproximadamente 8 y 10% en 16 años.

Gráfica 9

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

En la Gráfica 9, se puede observar el crecimiento de la obesidad y el descenso del sobrepeso en niños de 5 a 11 años, y una prevalencia en sobrepeso de 14.6% en 2012 y en obesidad de 15.3%, mientras que se nota un descenso de la prevalencia en sobrepeso (de 19.8% a 17.9%) del 2012 al 2016 en la misma población.

Gráfica 10

Fuente: Elaboración propia con base en datos del informe (Ensanut, 2016).

En la Gráfica 10, se observa el crecimiento del sobrepeso y la obesidad en la población adolescente de 12 a 19 años de edad. De 2012 a 2016, la obesidad pasó de 13.3% a 13.9% y el sobrepeso de 21.6% a 22.4% respectivamente.

Gráfica 11

Gráfica de regresión lineal de la tendencia de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en las mujeres de 20 a 49 años, de la población rural, según Ensanut, en 1990, 1999, 2006 y 2016.

Se esperaba que para 2016 se tuviera 41.7 en sobrepeso, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 38.8. Se esperaba que para 2016 se tuviera 37.89 en obesidad, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 35.9.

Gráfico 12

Gráfica de regresión lineal de la tendencia de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en las mujeres de 20 a 49 años, de la población urbana, según Ensanut, en 1990, 1999, 2006 y 2016.

Se esperaba que para 2016 se tuviera 39.67 en sobrepeso, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 34.8. Se esperaba que para 2016 se tuviera 43 en obesidad, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 37.4.

Gráfica 13

Gráfica de regresión lineal de la tendencia de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en hombres de 20 a 49 años, de la población rural, según Ensanut, en 1990, 1999, 2006 y 2016.

Se esperaba que para 2016 se tuviera 42.9 en sobrepeso, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 46. Se esperaba que para 2016 se tuviera 20.88 en obesidad, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 21.5.

Gráfico 14

Gráfica de regresión lineal de la tendencia de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en hombres de 20 a 49 años, de la población urbana, según Ensanut en 1990, 1999, 2006 y 2016.

Se esperaba que para 2016 se tuviera 42.8 en sobrepeso, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 40.3. Se esperaba que para 2016 se tuviera 31.6 en obesidad, pero el resultado mostrado por Ensanut fue 29.6.

Conclusiones

La urbanización y los cambios sociales, tecnológicos y económicos del país, principalmente en las últimas dos décadas, han traído consigo consecuencias notables en distintas áreas. La salud se ha visto repercutida por el incremento de enfermedades no transmisibles que afectan la calidad de vida de las personas. Como se menciona en la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes 2013, anteriormente la mayoría de los trabajos requería un esfuerzo físico considerable, los momentos de esparcimiento eran aprovechados en pasatiempos más activos y la población tenía menos acceso a productos industrializados como se mencionó más arriba. La modificación de estos factores ha afectado directamente la calidad de vida de las personas y ha causado el aumento de sobrepeso y obesidad.

Al hacer la investigación exploratoria, el análisis de los resultados obtenidos de fuentes que evaluaron directa o indirectamente los programas de salud, y las evaluaciones estadísticas que demuestran las metas cumplidas o no alcanzadas, se puede decir que no se cumplieron los programas como se esperaba. Las metas fueron muy ambiciosas, las acciones no fueron lo suficientemente específicas y los recursos para cumplir dichas metas resultaron ser muy escasos. Sí hubo una mejora en cuanto a la prevalencia del sobrepeso y la obesidad en la mayoría de los sectores poblacionales, pero fueron pocas las acciones que tuvieron un verdadero impacto, como las políticas de nutrición y alimentación en escuelas y tiendas.

Otros aspectos que no se tomaron en cuenta son los factores económicos, urbanos y de globalización vividos hoy en día, en los que los productos de macroempresas, estandarizados y, usualmente, con contenido calórico alto son más baratos que los locales y mucho más redituables en las ventas que las frutas y verduras.

En una crítica realizada en un análisis de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, se comenta que las tasas de mortalidad por enfermedades no transmisibles asociadas al sobrepeso y la obesidad han ido en aumento, lo que denota la carencia de atención y calidad de la salud. En 2015, la Alianza por la Salud Alimentaria, en su texto *Contra la obesidad y la diabetes: una estrategia secuestrada. Análisis de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes*, reconoció las siguientes debilidades:

1. Las regulaciones no cumplen los compromisos expuestos en el documento de la Estrategia.
2. No se impulsa políticas intersectoriales ni medidas regulatorias para mejorar el acceso y disponibilidad de alimentos saludables.
3. Los criterios usados en las regulaciones de publicidad y del distintivo nutrimental están basados en el Pledge de la Unión Europea (UE).

En este contexto, las medidas regulatorias y fiscales que inciden en el consumo de alimentos altamente procesados, no han obtenido los efectos esperados (Hernández, 2018). Finalmente, podemos decir que esta investigación da un mayor conocimiento de la planeación estratégica de diferentes programas de salud a nivel nacional en los que se implementa diversas políticas. Se debe poner énfasis en la obtención de suficientes recursos antes de aplicar estas políticas, pues, de no ser así, pocas podrán cumplir sus metas y tener un real impacto. Así pues, debe hacerse un enfoque global de manera sustentable y los programas deben centrarse en las poblaciones con problemas críticos, como las mujeres adultas, y en aquella población donde la prevención requiere un enfoque central con menos recursos, como lo es la población infantil.

Referencias

El poder del consumidor (2019). El fin del Acuerdo Nacional por la Salud Alimentaria (ANSA) y la necesidad de una ley y política integral del

- combate a la obesidad. Recuperado en junio de 2019, de <https://www.elpoderdelconsumidor.org/wp-content/uploads/Documento-ANSA.pdf>
- Barquera Cervera, S., Campos, I., Rojas, R. y Rivera, J. (2010). Obesidad en México: epidemiología y políticas de salud para su control y prevención. *Gaceta Médica de México*.
- Brundtland, G. H. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/07488008808408783>
- Calvente, A. (2007). El concepto moderno de sustentabilidad. *UAIS Desarrollo Sustentable*, recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.njas.2016.04.001>
- Centro del Cambio Global y la Sustentabilidad, A. C. (2019). ¿Qué es la sustentabilidad? Recuperado de <http://ccgss.org/sustentabilidad/>
- CNDH (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. México: ONU.
- Ensanut (2012). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Resultados Nacionales*. México: Secretaría de Salud.
- Ensanut (2016). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición de Medio Camino 2016 Informe Final de Resultados*. México: SSA, recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/209093/ENSANUT.pdf>
- General, C. A. (2010). *Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria*. México: Secretaría de Educación Pública.
- Hernández, C. A. (2018). Análisis de la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes en México 2013-2016. *Encrucijada. Revista Electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública*, (30°), recuperado de <http://ciid.politicas.unam.mx/encrucijadaCEAP>
- Herrera Walter, Z. (2014). *MORSI. Modelo de Responsabilidad Social Integral*. México: Universidad Iberoamericana de México/ IMEF Fundación de investigación/ PwC.
- OCDE (2011). *Health at a Glance 2011: OECD Indicators*. OECD Publishing.
- Federación Mexicana de Diabetes, A. C. (11 de agosto de 2017). La OCDE presentó el informe de actualización sobre la obesidad 2017.

Recuperado de <http://fmdiabetes.org/la-ocde-presento-el-informe-de-actualizacion-sobre-la-obesidad-2017/>

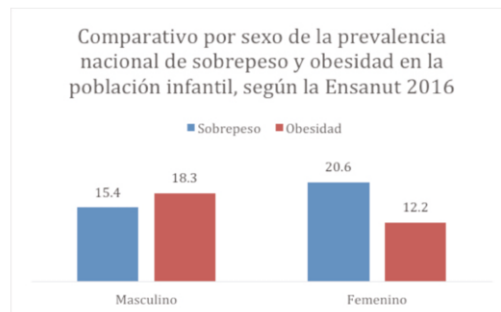
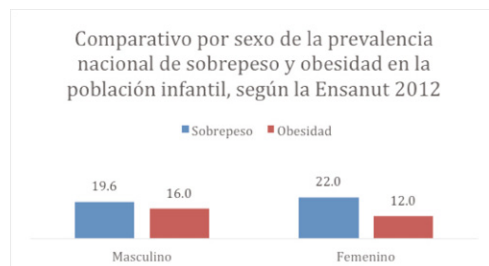
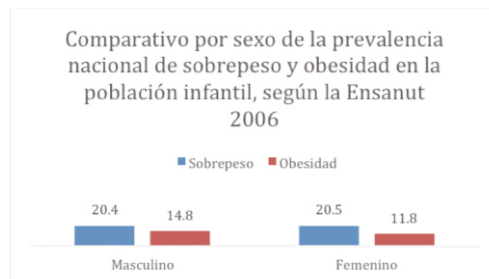
OMS (2005). *Reducir los riesgos y promover una vida sana*. Ginebra: OMS.

OPS (2018). *Los impuestos sobre los refrescos y bebidas azucaradas como medida de Salud Pública*. México: OPS.

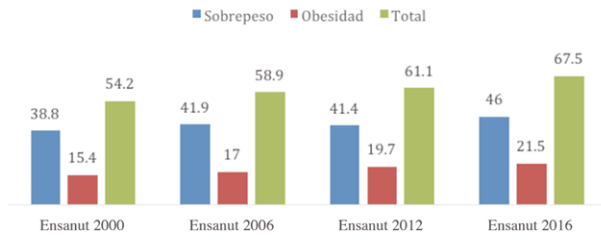
Rivera, Juan A. (2013). *Obesidad en México. Recomendaciones para una política de Estado*. México: UNAM.

Secretaría de Salud (2013). *Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes*. México: Secretaría de Salud.

UANL (01 de febrero de 2019). ¿Qué es el Desarrollo Sustentable?
Recuperado de <http://sds.uanl.mx/>



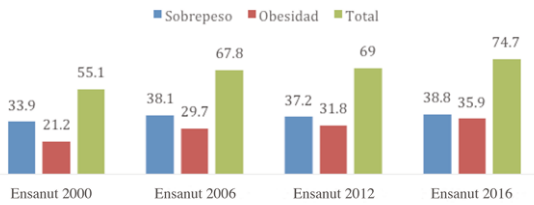
Tendencia de prevalencia de sobrepeso y obesidad en **hombres** de 20 o más años de edad de la población **rural**



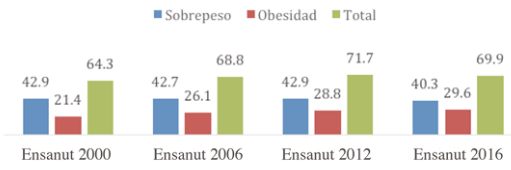
Prevalencia de obesidad y sobrepeso en personas mayores de 20 años de edad, según la Ensanut 2012 y 2016



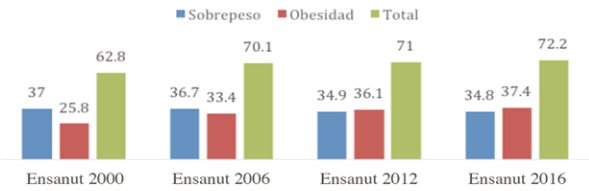
Tendencia de prevalencia de sobrepeso y obesidad en **mujeres** de 20 o más años de edad de la población **rural**



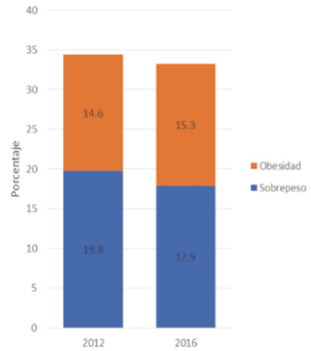
Tendencia de prevalencia de sobrepeso y obesidad en **hombres** de 20 o más años de edad de la población **urbana**



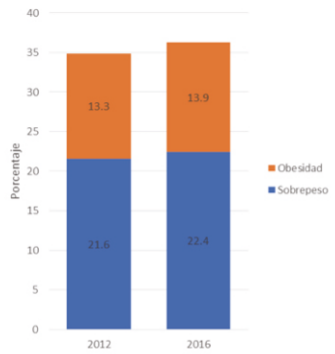
Tendencia de prevalencia de sobrepeso y obesidad en mujeres de 20 o más años de edad de la población urbana



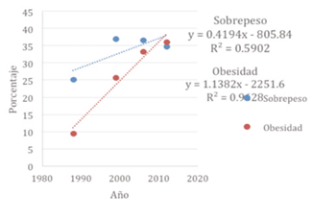
Prevalencia nacional de sobrepeso y obesidad en niños de 5 a 11 años

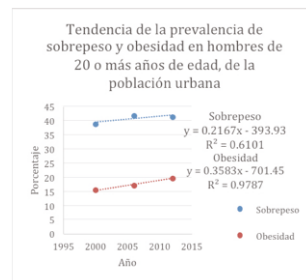
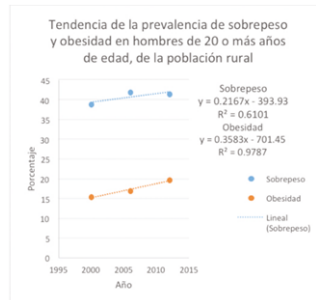
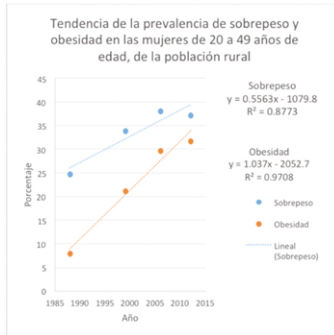


Prevalencia nacional de sobrepeso y obesidad en niños de 5 a 11 años



Tendencia de la prevalencia de sobrepeso y obesidad en las mujeres de 20 a 49 años de edad, de la población urbana





17

¿QUIÉN ES EL VOTANTE INDECISO? Área de investigación: Entorno de las organizaciones

Arturo Casas

Escuela de Negocios

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

arturo.casas97@gmail.com

Gabriela Monforte García

Escuela de Negocios

Departamento de Mercadotecnia y Análisis

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

gmonfote@tec.mx

Resumen

El votante indeciso es un actor que resalta en la celebración de comicios en México, pues representa una importante proporción del electorado; sin embargo, esta persona puede atentar contra la democracia, ya que históricamente ha sido identificada, en particular, por su desafección política y apartidismo. Al utilizar la herramienta estadística de modelos de regresión lineal múltiple, es posible generar una ecuación que sirva para caracterizar al votante indeciso. Dada la zona geográfica donde se recabó los datos usados en esta investigación, los resultados obtenidos del proceso estadístico servirán para brindar una pista respecto del perfil del votante indeciso dentro de la zona metropolitana de Monterrey. El producto de este proyecto es muy similar al de otras investigaciones acerca de este tema, pues se deduce que el votante indeciso tiene un desinterés por la política y se considera apartidario, sin embargo también ofrece conclusiones interesantes y relevantes respecto de la población regiomontana. A fin de obtener mejores resultados, se recomienda ampliar la muestra utilizada o replicar el procedimiento aquí efectuado en otras regiones del país.

Palabras clave: Democracia, votante indeciso, elecciones.

Introducción

El 1 de julio de 2018 fue una fecha importante para México pues se llevó a cabo los comicios para elegir al presidente de la República, a 128 senadores, 500 diputados federales y autoridades locales (INE, 2018). Según Schettino (2017), profesor de la Escuela Nacional de Ciencias Sociales y Gobierno del Tecnológico de Monterrey, “tendremos la

elección más grande de nuestra historia”. Hubo una sucesión de una gran cantidad de cargos políticos, hecho que trajo consigo la oportunidad de alcanzar un mayor desarrollo socioeconómico.

Ante la trascendencia de las elecciones de 2018, las encuestas de opinión estuvieron en la mira tanto de los partidos políticos como de los candidatos, pues éstas son instrumentos útiles para predecir los resultados de una elección (Del Tronco, Flores & Madrigal, 2016), y es eso, precisamente, lo que buscaron los candidatos: ganar las elecciones.

En México, el uso de las encuestas preelectorales es relativamente nuevo, pues fue hasta 1988 cuando, por iniciativa de investigadores privados, se realizó una veintena de encuestas de opinión preelectoral (Kuschick, 2012). Esto significa que desde hace 30 años se tiene información disponible acerca de las preferencias electorales, lo que es útil para propósitos de investigación y análisis, ya sea para describir la elección del voto o para predecir el triunfo de las elecciones.

Dentro de las encuestas de opinión actuales, existe un tipo de votante que ha llamado la atención, nombrado votante indeciso, porque las encuestas preelectorales serias indican que, antes del primer debate presidencial en México, la proporción de indecisos que no había definido su voto era de entre 25 y 30% (Rubli, 2018). Por esta razón, ellos representan un público lo suficientemente grande para que los candidatos contiendan para ganar su simpatía y voto.

El votante indeciso es un elector poco informado en los asuntos públicos y puede decidir votar por cualquier partido o, incluso, no votar (Valdez & Huerta, 2011). El desinterés o desafección política característico de este individuo provoca el deterioro de la democracia (Paramio, L. & Pérez, H., 2015), que aún se encuentra en vías de desarrollo en América Latina. Si bien tal pasotismo puede deberse a razones inherentes a la persona, aún es de vital importancia para la consolidación de la democracia que todo el electorado haga uso de su voto de forma informada, consciente y razonada.

Neuman (2002), directora de Global Access to Information Program de The Carter Center, menciona que: “La democracia depende de una ciudadanía informada cuyo acceso a una amplia gama de información le permita participar de forma plena en la vida pública”, pues una participación significativa en los procesos democráticos exige que los

participantes estén informados (Díez, 2009). Es por ello que el objetivo de este proyecto de investigación es caracterizar al votante indeciso en la región noreste del país, específicamente dentro de la zona metropolitana de Monterrey.

Dicha caracterización se llevará a cabo mediante modelos de regresión múltiple, usados previamente por otros investigadores para explicar y predecir estadísticamente un resultado electoral (Márquez y Aparicio, 2010), que son más precisos en sistemas políticos bipartidistas y que permiten identificar aquellos elementos que determinan la elección de un votante (Torcal, 2014).

Dadas las similitudes de los objetivos previamente mencionados con el de este proyecto, es posible aseverar que la utilización de la herramienta estadística de regresión lineal múltiple es válida para desarrollar un modelo que permita determinar las características del votante indeciso en la zona de estudio anteriormente referida.

Marco teórico

Hace más de 200 años que México comenzó su transición hacia un sistema político democrático con la consumación de su independencia y la elección de su primer presidente en 1824. Décadas más tarde, el país atravesó una época de dictadura conocida como el Porfiriato que cesó en 1911 con el término de la Revolución Mexicana. Posteriormente, en 1917 se reformó la Constitución Mexicana y se buscó consolidar la democracia en el país (Barron, 2006). En 1931, se declaró la igualdad de derechos electorales para hombres y mujeres (Alonso, 2004). En 1929, se fundó el primer partido político del país: el PRI, que retuvo el poder por 71 años (Barron, 2006). Finalmente, en 1990 se creó el Instituto Federal Electoral a fin de contar con una institución que diera certeza, transparencia y legalidad a las elecciones federales, y en 2014 este mismo organismo se transformó en el Instituto Nacional Electoral para homologar los estándares con los que se organiza los procesos electorales federales y locales (INE).

A pesar de los intentos de cumplir con un régimen democrático, fue hasta el año 2000 que, con la llegada de otro partido político al poder, se pasó de un sistema político autoritario, caracterizado por el predominio de un solo partido, a una democracia en la que existió una competencia

partidaria (Prud'homme, 2015); dicho de otro modo, no han pasado más de tres décadas desde que se dio este avance en la democracia y, como tal, aún existen diversos problemas a resolver.

Dicha forma de gobierno en un país puede ser definida según su calidad y condiciones. En el caso de la latinoamericana, pese a un interminable debate, ha llegado a ser identificada como primordialmente electoral debido a la gran importancia que la sociedad le ha dado al voto como requisito para la ciudadanía (Ichuta, 2017). Así pues, en México y otros países de Latinoamérica el sufragio ha aumentado la calidad democrática, pero, al mismo tiempo, su adopción la ha estancado, pues, por un lado, brinda al elector un mecanismo de intervención política, pero, por otro lado, la falta de participación ciudadana, el voto desinformado o la abstención de éste la sabotean.

En México, es posible considerar al elector como el eje central de nuestra, aún en progreso, democracia y, como tal, la mercadotecnia política se ha encargado de clasificar al votante para su investigación y análisis. Tal clasificación no se encuentra estandarizada, pues ésta se adapta según el objetivo del investigador. De la forma más sencilla y práctica, es posible distinguir dos tipos de electorado: el que tiene voto consistente, también llamado duro, y el que tiene voto volátil. El primero es el que recurrentemente vota por un mismo partido y el segundo es aquel que elige partidos diferentes según sean los comicios (Lomelí, 2001).

En contraste, existe otra clasificación que toma en cuenta la orientación del sufragio y la simpatía política. En ella, están el voto duro, el voto blando, el voto opositor y los indecisos (Valdez & Huerta, 2011), el voto duro y el opositor son aquellos que presentan una mayor lealtad u oposición a algún partido, y el voto blando y el indeciso son los que fácilmente pueden cambiar de preferencia.

Puesto que en este proyecto de investigación se adopta al votante indeciso como sujeto de estudio, pues es el votante que mayor controversia genera actualmente, el método estadístico de regresión lineal múltiple es especialmente apropiado, ya que sirve para aquellos casos en los que existe una gran cantidad de variables que pudiesen explicar el comportamiento de la variable dependiente, y permite utilizar grandes cantidades de información para estimarla; además, es posible observar las

variables independientes y probar si contribuyen de manera significativa a la ecuación (Levin & Rubin, 2004).

Para aceptar un modelo de regresión lineal múltiple, es necesario que cumpla con las siguientes pruebas y condiciones (Monforte, 2018):

1. Verificación de los supuestos estadísticos que se hacen sobre los residuales.
2. Verificación de la calidad del ajuste mediante el coeficiente de determinación y el coeficiente de determinación ajustado.
3. Verificación de la significancia estadística del modelo.
4. Asegurar la ausencia de colinealidad.

Caso de estudio

El estado de Nuevo León se encuentra ubicado al noreste del país, cuenta con 5 119 504 habitantes censados hasta 2015, de los cuales las mujeres representan 50.3% y los hombres 49.7%. El grado promedio de escolaridad de la población mayor a 15 años es de 10.3 años, lo que equivale a poco más del primer año de educación media superior; asimismo, de los mayores de 12 años 46.3% está casado y 33.2 por ciento está soltero (INEGI, 2015).

En 2016, el Producto Interno Bruto de Nuevo León fue de 7.3% con respecto del total nacional y las principales actividades económicas de dicho estado, que en conjunto equivalen a 44.8% de su PIB, fueron el comercio (16.8%), los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles (9.9%), la construcción (9.6%) y la fabricación de maquinaria y equipo (8.5%) (Secretaría de Economía, 2018).

Antes de 1929, los periodos de gobierno en Nuevo León duraban, cuando mucho, dos años, pues el país se encontraba en medio de una crisis política. Fue hasta ese mismo año, con la creación y llegada del PRI, que los mandatos se extendieron a seis años. En 1997, se dio la alternancia del gobierno al PAN con Fernando Canales Clariond y, en los últimos meses, con Fernando Elizondo Barragán, quien estuvo hasta 2003, año en el que el PRI recobró la gubernatura estatal (Ochoa, 2014). Hasta 2015, estos partidos representaron las dos opciones más fuertes, lo que indicó el bipartidismo vivido en el estado, sin embargo, para sorpresa de muchos, en las elecciones estatales de 2015 tal sistema fue reprobado por los

electores, pues se eligió al candidato independiente Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, El Bronco (Hernández, 2017).

Metodología

Por el compromiso con el desarrollo social que ha caracterizado al estudiante universitario, se pretende brindar una herramienta académica que sirva de base para la realización de proyectos que estimulen el fortalecimiento y el avance de la democracia en el país.

Durante la tercera semana de abril de 2018, se realizó una encuesta de opinión política en la zona metropolitana de Monterrey, aplicada a 800 personas (ver Imagen 1 y 2), quienes fueron seleccionadas de la lista nominal vigente al corte del 6 de abril. El esquema de muestreo utilizado fue sistemático y el tamaño de la muestra se calculó con base en el parámetro de proporción con un error de estimación menor a 4 por ciento y una confianza de 95 por ciento.

Imagen 1. Mapeo de encuestas Imagen 2. Mapeo de encuestas
(parte superior) (parte inferior)

Fuente: Elaboración de Héctor Zuno
(socio formador del proyecto).

Las personas seleccionadas fueron entrevistadas mediante el uso de un instrumento que contó con 75 preguntas, de las cuales 38 tuvo una escala del 1 al 5, 11 fue de respuesta abierta, 13 de opción múltiple y 13 de respuesta falsa y verdadera. El valor del Alpha de Cronbach fue 0.872.

Para la elaboración del modelo de regresión, se construyó la variable dependiente, identificada en este caso como la intensidad de indecisión a partir de la combinación de las respuestas de las siguientes preguntas:

- Pregunta 24: “Pensando en las elecciones de alcalde que se realizarán el 1 de julio, ¿usted ya tiene decidido por quién va a votar o todavía no ha decidido su voto?”
- Pregunta 25: “Si la elección para elegir al alcalde de Monterrey fuera hoy y éstos fueran los candidatos: Adrián de la Garza por el PRI; Patricio, “el Pato” Zambrano, por Morena, PES y PT; Adalberto Madero por el Verde; Felipe de Jesús Cantú por el PAN, y Aldo Fasci como independiente, ¿por quién votaría?”
- Pregunta 28: “Si la elección para elegir al presidente de México fuera hoy y éstos fueran los candidatos: Ricardo Anaya por el PAN, PRD y

MC; José Antonio Meade por el PRI, PVEM y Panal; Andrés Manuel López Obrador por Morena, PT y PES; Margarita Zavala como independiente, y Jaime Rodríguez, *El Bronco*, como independiente, ¿por quién votaría?”

Se escogió las preguntas anteriores porque brindan una pista clara del votante indeciso, además de que con ellas es posible generar una escala acerca del grado de indecisión de éste. Para lograr homogeneizar estas preguntas, primero fue necesario codificar las respuestas y esto se realizó de la siguiente manera: la pregunta 24 se codificó en 0 si la persona aún no había decidido su voto y en 1 si ya lo había hecho; la pregunta 25 se codificó en 0 si la persona respondió “No he decidido aún” y en 1 si escogió a cualquiera de los candidatos, y la pregunta 28 se codificó en 0 si el encuestado respondió “No he decidido aún” y en 1 si mencionó algún candidato. El resultado fue una escala de 2 a 8, en la que el 2 fue el votante decidido y el 8 el votante indeciso; es decir que entre mayor fuese el resultado obtenido por el modelo de regresión, mayor sería el grado de indecisión del votante.

Posteriormente, se codificó las variables independientes, lo que dio un resultado de 46 variables codificadas, de las cuales 42 fue cuantitativa, 4 cualitativa y 26 no fue codificada debido a que tenía respuestas abiertas con una gran variedad de opiniones o a que se trataba de preguntas irrelevantes para el objetivo del estudio.

Las herramientas de análisis empleadas en este proyecto fueron: 1) el *software* de acceso generalizado Excel para contener la información recabada por los encuestadores y para el ordenamiento y clasificación de los datos, y 2) el *software* de análisis predictivo IBM SPSS Statistics 23 para el procesamiento de la información y la realización de los modelos de regresión lineal múltiple.

Antes de realizar las regresiones en el *software* SPSS 23, fue necesario eliminar aquellas encuestas incompletas o con respuestas omitidas, por lo que quedó 398 encuestas con resultados válidos y completos. Posteriormente, se ingresó los datos al programa y se corrió el modelo de mínimos cuadrados ordinarios, por lo que se repitió el análisis mediante el método de selección de variables Stepwise. En el primer modelo, se ingresó todas las variables con la intención de observar su comportamiento respecto de la variable dependiente, y en el segundo el

método Stepwise identificó aquellas variables que realmente contribuyen a predecir el comportamiento de Y y excluyó a las que no lo hacen.

Resultados

El análisis descriptivo de la información demográfica indica la siguiente composición de la muestra:

Gráfica 1. Distribución por género Gráfica 2. Distribución por edades
Gráfica 3. Grado de escolaridad Gráfica 4. Estado civil

Fuente: Elaboración propia.

Como se ve en las Gráficas anteriores, la composición de la muestra en cuanto a género fue: 52.5% mujeres y 47.5% hombres, porcentajes muy parecidos a los reportados por el INEGI para el estado de Nuevo León. En cuanto a la segmentación por edades, se obtuvo cifras muy similares, sin embargo el segmento de tamaño ligeramente mayor fue el de 36 a 45 años con una proporción de 28.625%, seguido por el segmento de 46 a 55 años con una proporción de 22.125%, el de 26 a 35 años con una proporción de 20% y los segmentos más pequeños de 18 a 25 años con una fracción de 14.6% y de 56 años en adelante con una fracción de 14.5%. El promedio de años de estudio fue 14.9 años, mayor al promedio estatal de 10.3 años, que equivale casi a terminar la educación media superior. En cuanto al estado civil, más de la mitad de la muestra está casada (59.6%), mientras que 26.8% está soltera.

Para la construcción de los modelos de regresión, inicialmente fueron validadas las condiciones para la ejecución de las pruebas inferenciales paramétricas, por lo que se obtuvo evidencia de normalidad, aleatoriedad y varianza constante. Todas las pruebas inferenciales fueron concluidas con una significancia máxima de 5%. La siguiente Tabla muestra un comparativo de los modelos de regresión inicial y final después de haber realizado una selección de variables.

Tabla 1. Comparación del modelo inicial con el modelo
en el que se aplicó Stepwise

Fuente: Elaboración propia.

Al comparar los resultados de ambos procedimientos, es posible observar que el modelo obtenido mediante el método Stepwise es el más adecuado para explicar la indecisión del votante, pues la calidad de ajuste es mayor

y no presenta problemas de colinealidad, lo que genera un modelo con mayor parsimonia, como se muestra a continuación:

Tabla 2. Resultados del método Stepwise

Fuente: Elaboración propia. Nota: Los coeficientes corresponden a los valores estimados del modelo de regresión. La hipótesis nula (H_0) formulada en todos los casos indica que el parámetro es igual a cero. La significancia representa la probabilidad de que la H_0 sea verdadera. Los valores VIF corresponden al indicador Variance Inflation Factor; valores menores a 3 para este indicador señalan ausencia de colinealidad.

De la Tabla anterior, es posible construir la siguiente ecuación que permitirá caracterizar al votante indeciso:

Tabla 3. Sinónimos de variables independientes

Fuente:

Elaboración propia.

Análisis de resultados

Del modelo resultante, es posible destacar tres cosas:

1. El intercepto comienza en 6.279, recordemos que entre más cerca esté el valor Y de 8 la persona encuestada será más indecisa.
2. De las cinco variables seleccionadas por el método Stepwise, cuatro son cuantitativas y una es cualitativa. Respecto de esta última, se debe mencionar que el resultado hace referencia a las personas solteras; es decir, se mandó al intercepto a las personas solteras y se las codificó con 0, mientras que a las personas casadas se las codificó con 1.
3. Todas las variables independientes, excepto una, son negativas, es decir que un incremento en el valor de tales variables hará que disminuya la indecisión del votante.

La ecuación puede ser interpretada de la siguiente forma:

- : Aquellas personas que tienen en mente el posible triunfo de cualquiera de los candidatos de las elecciones para la alcaldía de Monterrey 2018, tienen una disminución en su grado de indecisión de 2.38 unidades.
- : Si la persona se siente cercana o simpatiza con algún partido político, la indecisión del voto decrementa 0.574 unidades.
- : Si la persona no muestra interés por la política, la decisión del voto aumentará 0.140 unidades; si su interés es poco, su decisión de voto

aumentará 0.282 unidades ($0.141*2$); si se califica a sí misma como “algo interesada”, entonces el grado de decisión ascenderá a 0.423 ($0.141*3$) unidades, y si tiene un alto interés en la política, su decisión de voto subirá hasta 0.705 ($0.141*5$) unidades. Lo anterior se debe a que la respuesta a esta pregunta es una escala del 1 al 5, en la que el 1 representa el desinterés por la política y el 5 el interés por ella.

- : Las personas casadas son 0.365 unidades más decididas en su voto que las personas solteras.
- : si la persona considera que su voto seguramente sería para Adalberto Madero en las elecciones para alcalde de Monterrey 2018, entonces su indecisión crecerá 0.685 ($0.137*5$) unidades; si califica su voto hacia este candidato como “probable”, entonces su indecisión crecerá sólo 0.411 ($0.137*3$) unidades, y si considera que nunca podría votar por él, entonces su indecisión aumentará sólo 0.137 unidades.

A fin de ahondar más en el perfil del votante indeciso, se construyó las siguientes Gráficas con las respuestas de aquellas personas que entran dentro del espectro de indecisos:

Gráfica 5. Posesión de automóvil Gráfica 6. Posesión de *smartphone*

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 7. Uso de Facebook Gráfica 8. Edades de votantes indecisos

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 9. Gráfica 10.

Escolaridad del votante indeciso Ocupación del votante indeciso

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 11. Género del votante indeciso

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en las Gráficas anteriores, el votante indeciso, además de ser una persona casada, desinteresada por la política y apartidaria, es alguien que cuenta con al menos un automóvil (lo que nos habla de una solvencia económica aceptable) y un *smartphone*, revisa su cuenta de Facebook casi diario, se encuentra entre los 26 y 55 años, casi siempre cuenta con un grado de escolaridad a nivel preparatoria y es empleado o ama de casa.

Conclusiones y futuras investigaciones

Según el modelo de regresión lineal múltiple obtenido, es posible caracterizar al votante indeciso como aquella persona casada, principalmente desinteresada por la política y sin afiliación partidaria, que no ha visualizado a un ganador para las elecciones de alcalde de Monterrey y que considera a Adalberto Madero (Maderito) como una opción viable para tal puesto.

Es un tanto natural o normal que el nivel de indecisión aumente cuando la persona manifiesta incertidumbre en los siguientes aspectos: interés en la política, afiliación partidaria y no visualizar al ganador de las elecciones; sin embargo, algo interesante para reflexionar es que en las personas casadas incrementa la indecisión, esto podría ser por la incertidumbre que se vive en las actuales elecciones, es decir las personas no visualizan con claridad la mejor opción para el bienestar de sus familias y, por tanto, aumenta su vacilación.

Otro resultado también muy interesante es el hecho de que la indecisión crece si se considera al candidato Madero como una opción viable para la alcaldía de Monterrey. Lo anterior se podría interpretar como una percepción en contra de dicho candidato, ya que si la persona ve posibilidades de que Madero gane, duda por quién votar; es decir, la sospecha de que es probable el triunfo de Madero y la idea de que no es lo deseable incrementan la indecisión de por quién votar.

Por otra parte, dado el perfil demográfico de los indecisos, podemos observar que ellos son empleados y amas de casa, pertenecen a la clase media, ya que tienen un nivel económico que les permite tener auto, y tienen un nivel educativo de preparatoria. Al entender las características demográficas de este sector, cobran sentido los resultados del modelo de regresión debido a que los indecisos son las personas que tienen más temor de perder su posición económica y social ante un cambio en el estilo de liderazgo político.

Respecto de continuar con esta investigación, creemos que sería de gran valor tener una muestra de otros sectores del mismo estado de Nuevo León, es decir de otros sectores socioeconómicos, y ampliarla a otros municipios o, incluso, extenderla a nivel federal para poder contrastar los perfiles de los votantes en función de su ubicación geográfica asociada con su entorno económico, social y ambiental.

Referencias

- Alonso, J. (2004). El derecho de la mujer al voto. *Revista de Estudios de Género. La Ventana*, 2(19).
- Barrón, L. (2006). La transición a la democracia en México con perspectiva histórica. *Política y Gobierno*, 13(1), pp. 179-184.
- Del Tronco, J., Flores, G. & Madrigal, A. (2016). La utilidad de las encuestas en la predicción del voto. La segunda vuelta de Argentina 2015. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 21, pp. 73-92, doi: 10.1016/j.rmop.2016.07.0003.
- Diez, E. (2009). *Globalización y educación crítica*. Bogotá: Desde Abajo.
- Hernández, C. (2017). Del bipartidismo al pluralismo democrático. Candidatura independiente y resultados electorales para gobernador de Nuevo León, México, en 2015. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. 62 (231).
- Ichuta, C. (2017). ¿Ciudadanos o votantes? La centralidad del voto en la democracia latinoamericana. XVIII Certamen de Ensayo Político, Monterrey, Comisión Estatal Electoral de Nuevo León, pp. 26-31, recuperado de https://www.ceenl.mx/educacion/documentos/CEPXVIII_1erLugar.pdf
- INE (2018). Elecciones 2018. Recuperado de: <http://www.ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2018/>
- INE (s.f.). Historia. Recuperado de: <https://www.ine.mx/sobre-el-ine/historia/>
- INEGI (2015). *Panorama sociodemográfico de Nuevo León 2015*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, recuperado de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/inter_censal/panorama/702825082291.pdf
- Kuschick, M. (2012). *El papel de las encuestas de opinión en las elecciones federales de 2012* [Ebook]. México: Instituto Nacional Electoral, recuperado de http://portalanterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/CDD/CDD-estructura/DOCS/El_papel_encuestas_CDDINE.pdf
- Levin, R. & Rubin, D. (2004). *Estadística para administración y economía*.

México: PEARSON.

Lomelí, L. (2001). *El sentido del voto: electores, votos y sistema de partidos en Jalisco*. Jalisco: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Márquez, J. & Aparicio, J. (2010). Un modelo Monte Carlo para la Cámara de Diputados en México. *Política y gobierno*, 17(2), recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-20372010000200005&lng=es&tlng=es

Monforte, G. (2018). *Análisis de Regresión Lineal & Validación del modelo de Regresión Lineal Múltiple*. México: Lecture, ITESM, campus Monterrey.

Neuman, L. (2002). *Acceso a la información: La llave para la democracia* [Ebook]. El Centro Carter, recuperado de <https://www.cartercenter.org/documents/1273.pdf>

Ochoa, O. (2014). La gobernabilidad en Nuevo León. XV Certamen de Ensayo Político, Monterrey, Comisión Estatal Electoral de Nuevo León, recuperado de https://www.ceenl.mx/educacion/certamen_ensayo/decimoquinto/XV-CEP-segundolugar.pdf

Paramio, L. & Pérez Herrero, P. (2015). *Desafección política y gobernabilidad*. Madrid: Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales.

Prud'homme, J. (2015). La insatisfacción con la democracia en el México actual. *Foro internacional*, 55(1), recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-013X2015000100302&lng=es&tlng=es

Rubli, F. (2018). En vísperas del debate. *El Economista*, recuperado de <https://www.economista.com.mx/opinion/En-visperas-del-debate-20180418-0145.html>

Schettino, M. (2017). Macario Schettino: Inercia y obstáculos en 2018. TecReview, recuperado de: <http://tecreview.tec.mx/inercia-obstaculos-en-2018/>

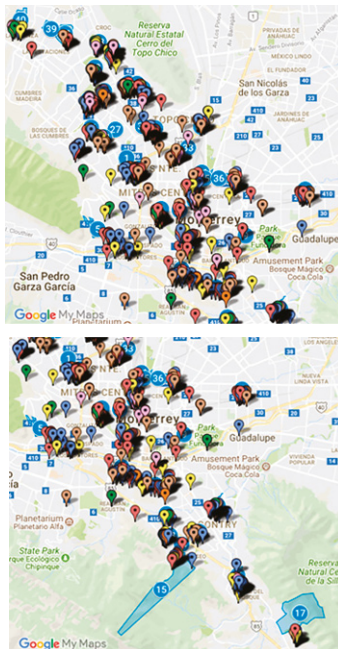
Secretaría de Economía (2018). Información Económica y Estatal. Nuevo León. Gobierno de México, recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/324469/nuevo_leon_2018_05.pdf

Torcal, M. (2014). Bases ideológicas y valorativas del votante mexicano y

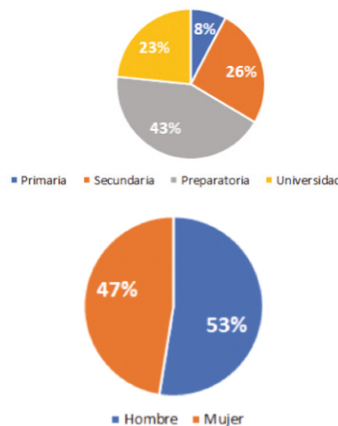
su efecto en el voto. Síntomas de una creciente institucionalización, en G. Meixueiro y A. Moreno (coords.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*, México: CESOP/ ITAM, recuperado de http://departamentodecienciapolitica.itam.mx/sites/default/files/u327/el_comportamiento_electoral_libro_2014.pdf

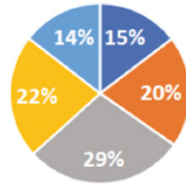
Valdez, A. y Huerta, D. (2011). ¿Qué mueve a los votantes? Un análisis de las razones y sinrazones del comportamiento político del elector. *Razón y Palabra*, 16(75).

¿Quién es el votante indeciso?

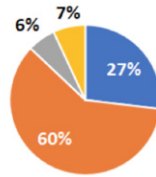


Fuente: Elaboración de Héctor Zuno (socio formador del proyecto).





■ 18-25 ■ 26-35 ■ 36-45 ■ 46-55 ■ 56 o mayor



■ Soltero ■ Casado ■ Divorciado ■ Viudo

	Número de variables ingresadas	Número de variables seleccionadas	Calidad del ajuste (R^2)	Problema de multicolinealidad
Mínimos cuadrados ordinarios MCO	56	56	0.226	Sí
MCO al aplicar <i>Stepwise</i>	56	5	0.250	No

Variante en la ecuación	Referencia a pregunta de la encuesta	Identificación dentro de SPSS
x_{27}	Pregunta 27: Independientemente de sus preferencias, ¿quién cree usted que ganará las elecciones para ser alcalde de Monterrey?	GanarElecc
x_{34}	Pregunta 34: ¿Usted simpatiza con algún partido político o se considera apolítico?	AfilPolítica
x_{33}	Pregunta 33: ¿A usted le interesa la política en términos de mucho, algo, poco o nada?	IntPolítica
$x_{74:Cas}$	Pregunta 74: Estado civil (casado)	DEstCivilI
$x_{41:AM}$	Pregunta 41: A la hora de votar, ¿seguro votaría, podría votar o nunca votaría por Adalberto Madero para alcalde?	VotMaderito

$$Y = 6.279 - 2.380x_{27} - 0.574x_{34} - 0.141x_{33} - 0.365x_{74:Cas} + 0.137x_{41:AM}$$

Método <i>Stepwise</i>			Coefficiente	Significancia	VIF
	(Constante)	6.279	0.000	-	
Variables predictoras	GanarElecc	-2.380	0.000	1.074	
	AfilPolítica	-0.574	0.000	1.122	
	IntPolítica	-0.141	0.020	1.139	
	DEstCivilI	-0.365	0.017	1.035	
	VotMaderito	0.137	0.021	1.046	

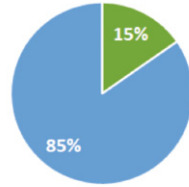
$$-0.141x_{33}$$

$$-0.365x_{74:Cas}$$

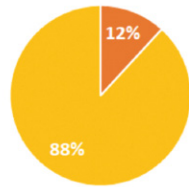
$$-2.380x_{27}$$

$$-0.574x_{34}$$

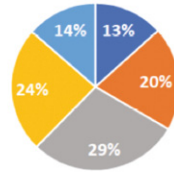
$$+0.137x_{41}$$



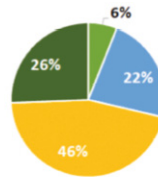
■ No tiene carro ■ Tiene al menos un carro



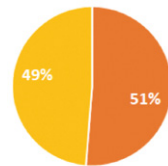
■ No tiene smartphone ■ Tiene smartphone



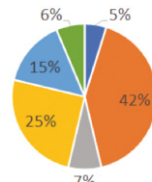
■ 18-25 ■ 26-35 ■ 36-45 ■ 46-55 ■ 56 o mayor



■ Primaria ■ Secundaria ■ Preparatoria ■ Universidad o más



■ Mujeres ■ Hombres



■ Desempleado ■ Empleado ■ Estudiante
■ Ama de casa ■ Negocio propio ■ Pensionado



18

EL VOLUNTARIADO COMO POTENCIALIZADOR DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL DE LAS MUJERES INNOVADORAS Y EMPRENDEDORAS

Área de investigación: Estudios de género en las organizaciones

Ilse Ivette Briones Niño

Escuela de Negocios

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

a00823417@itesm.mx

Gabriela Monforte García

Escuela de Negocios

Departamento de Mercadotecnia y Análisis

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, México

gmonfote@tec.mx

Resumen

El objetivo de este artículo de investigación es demostrar el impacto que tienen las actividades de voluntariado en la inteligencia emocional de una persona. Además, con base en la literatura, se encontró similitudes en el perfil de una persona innovadora y en el de una emprendedora. Para el estudio, se diseñó un instrumento que fue aplicado a 51 mujeres, algunas de ellas realizaron actividades de voluntariado a lo largo de su vida. Después, mediante modelos de regresión lineal, se identificó cuáles fueron las competencias de la inteligencia emocional que tuvieron una relación significativa con el voluntariado. A partir de la interpretación de los resultados que mostraron los modelos, se detectó que la resiliencia, empatía y habilidades sociales fueron las competencias que presentaron relaciones significativas con el voluntariado. Finalmente, se llegó a la conclusión de que las competencias de la inteligencia emocional que fueron importantes, son representativas del perfil innovador.

Palabras clave: voluntariado, competencias, inteligencia emocional, innovación.

Introducción

En un mundo cada vez más globalizado y con nuevos retos de diversos orígenes, las organizaciones deben ocuparse no sólo de adaptarse a los cambios del ambiente empresarial, sino también de transformar los fundamentos organizacionales más profundos como los valores y la cultura. Un concepto estrechamente relacionado con este ámbito es la innovación (Calderón y otros, 2009). Es importante resaltar el papel que ésta ha tenido a lo largo del tiempo en las organizaciones, ya que se ha demostrado que el éxito de las empresas no es únicamente por la creación de nuevos productos, sino por ir más allá de lo que se tiene, lo que provoca cambios revolucionarios.

En México, el porcentaje de empresas que realiza proyectos de innovación es de 6.4% y las actividades de Investigación y desarrollo tecnológico apenas tienen 1.6% (INEGI, 2013). A nivel internacional, en el Índice Global de Innovación (2018) México se encuentra en el lugar 56 (de 126 países) con 35.34 puntos de calificación en una escala de 0 a 100, en la que Suiza ocupa la primera posición con 68.4 puntos, mientras que Yemén se encuentra en el último lugar con 15.04 puntos de calificación. Sin embargo, aunque los números que muestra México en temas de

innovación no son los mejores, se observa que poco a poco las organizaciones comprenden que la innovación es importante para enfrentar los retos que implica la transformación organizacional, por lo que 27.7% del personal administrativo se ha enfocado en realizar actividades de investigación y desarrollo tecnológico (INEGI, 2013).

Siguiendo este enfoque, es interesante preguntarse el papel de las mujeres en la innovación en México. Con base en datos del Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (2013), tan sólo 2% de las mujeres mexicanas es empresaria comparado con el 6% de hombres mexicanos. Además, de acuerdo con datos de la OCDE (2011), las mujeres ocupan 32% de los puestos gerenciales en México, y aunque no existe información acerca de la fracción de innovadoras comparada con la fracción de innovadores, dadas las tendencias anteriores, sería de esperarse que este comparativo tampoco sea favorable para las innovadoras.

Es un hecho que la innovación en las organizaciones sucede cuando se presentan ciertas condiciones, entre ellas el acceso a la toma de decisiones, pero debido a la brecha de género existente, las mujeres, al igual que en otros ámbitos, seguirán excluidas de esta posibilidad.

Dado el contexto anterior, el objetivo del presente texto es demostrar que la realización de actividades de voluntariado por parte de mujeres que trabajan, permitirá desarrollar en ellas las competencias de la inteligencia emocional que potencializarán su capacidad de innovación. Para lograrlo, se aplicó un instrumento de medición de las competencias propias de la inteligencia emocional, como autoconocimiento, resiliencia, entendimiento, simpatía, liderazgo, comunicación, análisis crítico para la inclusión, a 51 mujeres con los siguientes perfiles: estudiantes, empleadas, empresarias, emprendedoras y retiradas. Se estudió los datos por medio del análisis de regresión para conocer el impacto que las acciones de voluntariado tienen en el desarrollo de la inteligencia emocional de las mujeres. Los resultados mostraron las competencias que se relacionan de manera significativa con la realización de actividades de voluntariado. La teoría señala que dichas competencias están estrechamente vinculadas con la innovación.

Enseguida, se llevará a cabo una exploración de los temas que dan un soporte teórico a esta investigación como lo son: la inteligencia emocional,

el voluntariado y la innovación, todo visto desde la perspectiva de género.

Marco teórico

Perfil de las mujeres innovadoras

Cada vez más se ve a las mujeres tomar lugares que se creía que sólo podían ser ocupados por hombres, un claro ejemplo es su presencia como fundadoras de organizaciones y pilares de la innovación. Es por ello que es relevante estudiar los rasgos de personalidad y actitudes que caracterizan a estas mujeres. Según Durán y Arias (2016), dentro de la investigación de Martínez y Carmona (2009), entre las competencias para la innovación y el emprendimiento están:

- La actitud mental positiva: confianza en sus propias capacidades y habilidades para desarrollar y transformar con éxito su propia empresa.
- La capacidad para sobreponerse al fracaso: motivación para que no se abandone un proyecto a pesar de las dificultades o adversidades.
- La facilidad para las relaciones sociales: relacionarse de manera adecuada con otras personas en diferentes situaciones y contextos.
- La iniciativa: actitud proactiva para hacer cosas por sí mismos como introducir nuevos productos, servicios o tecnología innovadores.
- La visión y proyecto de futuro: generar ideas e identificar las oportunidades que no han sido vistas por otros empresarios.

De acuerdo con Huberman (citado en Ríos, 2009, p. 156), la personalidad innovadora se refiere a una persona que siente fuertemente la necesidad de autonomía, éxito y orden, así como de ayudar a los demás y de verse apoyado por otros, lo que muestra que tiene un alto grado de habilidades sociales, autoconocimiento y liderazgo. Asimismo, dicho autor establece que los innovadores se caracterizan por aceptar riesgos, poseer sentido del deber profesional, tener confianza en su capacidad para controlar el medio, etc. Referente a ello, Rogers (citado en Ríos, 2009, p. 157) menciona que los innovadores son personas emprendedoras, sin miedo al fracaso y vanguardistas.

Inteligencia emocional

La inteligencia emocional se entiende como la capacidad de percibir y expresar emociones, de razonar con ellas y de regularlas en sí mismo y en los demás (Fernández y Extremera, 2009). En el contexto laboral, es la

capacidad para comprender, aceptar y gestionar los propios estados emocionales generados a partir del entorno profesional, así como la capacidad para comprender a los demás y mejorar la relación con ellos por medio de la comunicación, el trabajo en equipo, el liderazgo o cualquier otra competencia relacionada con el trabajo grupal (Bisquerra, 2018). Danvilla y Sastre (2010) mencionan que, de acuerdo con la teoría de Goleman, este tipo de inteligencia está compuesta por cinco habilidades distintas: autoconocimiento, autorregulación, motivación, empatía y las habilidades sociales como el liderazgo, la persuasión o la intuición social.

Dicha inteligencia, relevante en diversos ámbitos, tiene un peso aún mayor dentro de las organizaciones debido a que, cuando está presente en el personal, produce un valor agregado que posee un efecto positivo en la productividad y en el desarrollo de la organización o empresa. Además, las características de esta capacidad coinciden con las que presentan las mujeres innovadoras dentro de las empresas, tal como se abordó anteriormente.

Las competencias que genera el voluntariado

Cuando las personas viven una experiencia de voluntariado, se puede observar efectos y beneficios de esto en su rol en las organizaciones donde laboran y/o pertenecen. De acuerdo con Sajardo y Ribas (2014), las competencias del tipo o categoría de las habilidades blandas más destacables son:

1. Lograr una visión más general de la empresa más allá de los alcances de su puesto de trabajo.
2. Generar y fortalecer el desarrollo integral principalmente de habilidades como: el control del estrés, la resolución de problemas, la capacidad de gestión, la comunicación y la planificación.
3. Utilizar la iniciativa y creatividad en contextos laborales nuevos. Esto motiva a la persona a ofrecer respuestas innovadoras y, a la postre, facilita la consecución de su éxito profesional.
4. Mejorar las relaciones interpersonales estimula la solidaridad, la empatía interdepartamental, la cohesión del grupo y el trabajo en equipo, y, por tanto, produce satisfacción con el trabajo realizado.
5. Alcanzar un mayor conocimiento de la comunidad y de la labor que

en ella realizan las entidades sociales.

Como se puede observar, las características anteriores son similares y afines a las competencias que posee una persona con inteligencia emocional, y describen el perfil de una persona innovadora.

Metodología de la investigación

El caso de estudio que se analiza en esta investigación tiene como objetivo principal evaluar el impacto de realizar voluntariado en el desarrollo de las competencias propias de la inteligencia emocional. Cabe aclarar que, como ya se mencionó en el marco teórico, dichas competencias ayudarán a fomentar el perfil innovador de las mujeres que participaron en las actividades de voluntariado; sin embargo, esta investigación no llegó a tener evidencia de los efectos directos en la innovación, por lo que será tema de futuras investigaciones obtener dichas evidencias. Por ahora, solamente se presentará las pruebas del desarrollo de las competencias de la inteligencia emocional.

Este estudio contó con la participación de 51 mujeres que realizaron diversas actividades de voluntariado y que tienen perspectiva de género. La mayoría de ellas colaboró como mentoras en la metodología Will, cuya finalidad fue aumentar las oportunidades de mujeres jóvenes de bajos ingresos al crear alianzas entre mujeres de diferentes contextos socioeconómicos. Otro segmento estuvo en el proyecto Reto4mil, cuyo objetivo fue contribuir a romper el ciclo de violencia contra las mujeres de bajos ingresos en México. Por medio de este proyecto, se les proporcionó una capacitación en temas de mercado, emprendimiento y autonomía. También hubo una pequeña fracción más de participantes en este estudio que realizó otras actividades de voluntariado, con distintas ONG, diferentes a las antes mencionadas.

La hipótesis a desarrollar en esta investigación es que las mujeres que han realizado trabajo de voluntariado, mostrarán evidencia de haber desarrollado algún grado de inteligencia emocional. Orientados por el objetivo y esta hipótesis, mediante el caso de estudio se pretende responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿en qué medida el hacer actividades de voluntariado genera competencias que desarrollen la inteligencia emocional?

Diseño del instrumento de alcance y limitaciones de la

investigación

La investigación realizada es de tipo exploratorio y experimental. El instrumento inició con preguntas acerca de datos demográficos como: edad, ocupación, grado de estudios, si había realizado actividades de voluntariado, cuáles y cantidad de tiempo usado en ellas. Por otra parte, se redactó de 4 a 5 afirmaciones en dirección positiva para medir la percepción respecto de las subcompetencias derivadas de las siguientes competencias de la inteligencia emocional: autoconocimiento, resiliencia, entendimiento, simpatía, liderazgo, comunicación y análisis crítico para la inclusión. En total, se escribió 27 afirmaciones con base en las rúbricas de valor diseñadas por la Association of American Colleges & Universities y *Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives* (AAC&U, 2009; UNESCO, 2017).

Las afirmaciones fueron medidas en la escala de Likert del 1 al 7, en la que 1 significa totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo. Las respuestas de las encuestas fueron registradas en la herramienta de QualtricsXM y, posteriormente, se realizó el análisis estadístico. El Alpha de Cronbach fue igual a 0.951, lo que indica que los resultados obtenidos a partir del instrumento son confiables. Para realizar el análisis estadístico de esta investigación, se tomó como variables dependientes cada una de las subcompetencias, y como variables independientes las variables demográficas.

Las limitaciones de esta investigación son fundamentalmente las siguientes:

- 1) El instrumento no consideró la competencia motivación, correspondiente a la inteligencia emocional, que se relaciona con las competencias actitud positiva-iniciativa, correspondientes a la innovación.
- 2) El voluntariado es una actividad que genera experiencias de educación no formal, por ello las competencias visión y proyección a futuro propias de la innovación no estuvieron incluidas en la evaluación de las competencias desarrolladas.

Resultados y su análisis

El análisis de las percepciones obtenidas a partir del instrumento, que como recordaremos incluyó las competencias definidas a partir de las

propuestas de la AAC&U y UNESCO que son autoconocimiento, resiliencia, entendimiento, simpatía, liderazgo, comunicación, análisis crítico para la inclusión, consistió en construir modelos de regresión lineal para los que cada una de las subcompetencias fue considerada como variables dependientes de las variables independientes: edad, voluntariado, tiempo de participación en el voluntariado y emprendimiento. Los resultados de la modelación indicaron cuáles fueron las subcompetencias que mostraron dependencia lineal respecto de las variables independientes.

Adicionalmente, las subcompetencias que mostraron una relación significativa con las variables independientes, fueron relacionadas con las competencias que definen el perfil innovador. Las competencias para la innovación que fueron obtenidas de la revisión de la literatura son: actitud positiva, resiliencia, iniciativa, visión y proyección de futuro y habilidades sociales; dentro de estas últimas, se encuentran el liderazgo, la persuasión y la intuición social. Este análisis se presenta en la sección de conclusiones.

Las siguientes Tablas indican los resultados de los modelos de regresión obtenidos para cada bloque de subcompetencias de cada una de las competencias de la inteligencia emocional, y señalan cuáles de ellas muestran dependencia lineal con las actividades de voluntariado y/o con las demás variables demográficas. Cabe mencionar que las condiciones estadísticas de los residuales fueron las adecuadas y se observó aleatoriedad y varianza constante.

Competencia de autoconocimiento

Esta competencia, aunque estuvo de manera explícita en el estudio por ser una característica importante de la inteligencia emocional, extrañamente no tuvo una respuesta significativa en las actividades de voluntariado y en ninguna de las demás variables independientes, tal como se muestra en esta Tabla:

Tabla 1. Resultados de los modelos de regresión para las subcompetencias de la competencia de autoconocimiento

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio de campo. Notas: Las variables independientes de cada uno de los modelos de regresión son: edad, voluntariado, tiempo de voluntariado y

emprendimiento. El nivel de significancia máxima para considerar al modelo y a las variables independientes como significativas fue de 10 por ciento.

Competencia de resiliencia

Para esta competencia, la única subcompetencia que resultó tener una relación significativa con el voluntariado, fue la apertura y capacidad de abordar un problema. Los resultados de los modelos se muestran a continuación.

Tabla 2. Resultados de los modelos de regresión para las subcompetencias de la competencia de resiliencia

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio de campo. Notas: Las variables independientes de cada uno de los modelos de regresión son: edad, voluntariado, tiempo de voluntariado y emprendimiento. El nivel de significancia máxima para considerar al modelo y a las variables independientes como significativas fue de 10 por ciento.

Competencia de entendimiento/simpatía

Para la competencia de entendimiento/simpatía, las subcompetencias que mostraron una relación significativa con el voluntariado fueron: “la interacción personal ayuda a entender patrones culturales” y “las clases sociales definen el poder”. La subcompetencia “existen personas y grupos sociales que determinan las oportunidades”, sólo resultó significativa para la variable de edad. Los resultados de los modelos se muestran a continuación.

Tabla 3. Resultados de los modelos de regresión para las subcompetencias de la competencia de entendimiento/simpatía

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio de campo. Notas: Las variables independientes de cada uno de los modelos de regresión son: edad, voluntariado, tiempo de voluntariado y emprendimiento. El nivel de significancia máxima para considerar al modelo y a las variables independientes como significativas fue de 10 por ciento.

Competencia de liderazgo

Para esta competencia, la única subcompetencia que resultó tener una relación significativa con el voluntariado fue generar espacios para el uso de la voz. Los resultados de los modelos se muestran a continuación.

Tabla 4. Resultados de los modelos de regresión para las subcompetencias de la competencia de liderazgo

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio de campo. Notas: Las variables independientes de cada uno de los modelos de regresión son: edad, voluntariado, tiempo de voluntariado y emprendimiento. El nivel de significancia máxima para considerar al modelo y a las variables independientes como significativas fue de 10 por ciento.

Competencia de comunicación

Para la competencia de comunicación, no hubo subcompetencias que mostraran una relación significativa con el voluntariado; sin embargo, las siguientes subcompetencias se relacionaron con la actividad de emprendimiento: “para establecer una comunicación, se requiere la adaptación con el interlocutor” y “capacidad de adaptación”. Además, esta última también resultó dependiente de la variable edad. Los resultados de los modelos se muestran a continuación.

Tabla 5. Resultados de los modelos de regresión para las subcompetencias de la competencia de comunicación

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio de campo. Notas: Las variables independientes de cada uno de los modelos de regresión son: edad, voluntariado, tiempo de voluntariado y emprendimiento. El nivel de significancia máxima para considerar al modelo y a las variables independientes como significativas fue de 10 por ciento.

Competencia de análisis crítico para la inclusión

Se encontró que el voluntariado y la edad fueron significativos para la “relevancia de tener amistad con personas de diferente nivel socioeconómico para concientizarse acerca de los privilegios”. Para “la importancia de conocer y aceptar la diversidad de culturas y niveles socioeconómicos”, el voluntariado fue significativo, mientras que la edad fue significativa para la afirmación “es conveniente trabajar con personas de diferentes estratos socioeconómicos y educativos para concientizar los

diferentes tipos de inteligencia”. Los resultados de los modelos de regresión se muestran en la siguiente Tabla.

Tabla 6. Resultados de los modelos de regresión para las subcompetencias de la competencia de análisis crítico para la inclusión

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del estudio de campo. Notas: Las variables independientes de cada uno de los modelos de regresión son: edad, voluntariado, tiempo de voluntariado y emprendimiento. El nivel de significancia máxima para considerar al modelo y a las variables independientes como significativas fue de 10 por ciento.

Conclusiones y futuras investigaciones

A partir del análisis de los resultados anteriores, nos hemos dado cuenta de la existencia de las relaciones significativas entre las competencias de la inteligencia emocional y las competencias desarrolladas a partir del trabajo de voluntariado de las mujeres que participaron en el estudio, es por ello que es evidente la importancia de realizar las actividades ya mencionadas.

Los modelos de regresión presentes en los resultados dan evidencia estadística del efecto que tuvieron las actividades de voluntariado en el desarrollo de competencias de la inteligencia emocional. Sin embargo, una reflexión importante de esta investigación es que las competencias de la inteligencia emocional son también valiosas en la configuración del perfil innovador. Sólo para recordar, las competencias de este perfil son: actitud positiva, resiliencia, iniciativa, visión y proyección del futuro y habilidades sociales, entre las que se encuentran el liderazgo, la persuasión y la intuición social.

Cabe aclarar que el voluntariado es una experiencia de aprendizaje no formal, por lo que las habilidades sociales están altamente representadas en el instrumento desarrollado para este estudio. En ese sentido, las competencias para la innovación, como visión y proyección a futuro, no fueron medidas debido a que éstas se desarrollan a partir de las experiencias del aprendizaje formal o disciplinario.

Las competencias claramente vinculadas con las actividades de voluntariado son: resiliencia, liderazgo, persuasión e intuición social; sin embargo, la actitud positiva, la motivación y la iniciativa no fueron parte

del grupo de competencias a evaluar debido a que el instrumento se construyó con base en las rúbricas de la Association of American Colleges and Universities y las competencias para la sustentabilidad definidas por la UNESCO; de hecho, ésta es una de las limitaciones de este estudio como se señaló anteriormente.

Acerca del autoconocimiento, aunque sí estuvo presente en nuestro instrumento, nosotros no fuimos capaces de encontrar relaciones significativas entre esta competencia y el voluntariado; no obstante, esto no significa que las mujeres referidas no la tengan, sino que las limitaciones de nuestro instrumento pudieron haber propiciado esta ausencia.

En síntesis, como resultado del presente estudio exploratorio, es posible concluir que las acciones de voluntariado posibilitan el desarrollo de las competencias de la inteligencia emocional, que, a su vez, son una base para la construcción de un perfil innovador desde el ámbito de las habilidades sociales. El análisis empírico realizado permitió comprobar la hipótesis formulada y responder a la pregunta planteada en esta investigación. Sin embargo, aún existen algunas cuestiones pendientes como estimar la magnitud de los efectos de las acciones del voluntariado en el desarrollo de competencias, así como medir los efectos del voluntariado en las competencias de actitud positiva, iniciativa y motivación, temas que serán abordados en otra investigación.

Referencias

- Association of American Colleges and Universities (AAC&U) (2009). Inquiry and analysis VALUE rubric. Recuperado de <https://www.aacu.org/value/rubrics/inquiry-analysis>
- Bisquerra, R. y Pérez, N. (2017). Las competencias emocionales. *Educación XXI*, 10.
- Calderón, G., Cuartas, J. y Álvarez, C. (2009). Transformación organizacional y prácticas innovadoras de gestión humana. *Innovar*, 19(35), pp. 151-166.
- Danvilla, I. y Sastre, M. (2010). Inteligencia Emocional: una revisión del concepto y líneas de investigación. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 20, pp. 107-126.
- Durán, E. y Arias, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos

emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la Educación*, 6(2), pp. 83-102, recuperado de <http://dx.doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>

Fernández, P. y Extremera, N. (2009). La Inteligencia Emocional y el estudio de la felicidad. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 66 (23,3), pp. 85-108, recuperado de http://emotional.intelligence.uma.es/documentos/PDF35estudio_felicidad.pdf

Índice Global de Innovación (2018). Rankings. Recuperado de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2018-intro5.pdf

INEGI (2013). Investigación, desarrollo tecnológico e innovación. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/ciencia/>

Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (2013). Estadísticas sobre mujeres y empresarias en México. Recuperado de: https://www.ipade.mx/wp-content/uploads/2017/04/Estadisticas_sobre_mujeres_y_empresarias_en_Mexico.pdf

Ríos, D. (2009). Características personales y profesionales de profesores innovadores. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, XXXIX(1-2), pp. 153-169, recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27015065007>

Sajardo, A. y Ribas, Ma A. (2014). La inversión social de las empresas: el voluntariado corporativo en España. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (80), pp. 161-186.

UNESCO (2017). *Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives*. Paris: UNESCO, recuperado de <https://www.iauhesd.net/sites/default/files/documents/247444e.pdf>

El voluntariado como potencializador de la inteligencia emocional de las mujeres innovadoras y emprendedoras

Variable dependiente	R ²	Significancia del modelo	Modelo significativo	Variables significativas
Asistir a eventos en los que se aborde aspectos sociales y culturales afines a la cultura y contexto de las personas las concientiza de sus privilegios.	0.05	0.58	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Asistir a eventos en los que se aborde aspectos sociales y culturales diferentes a la cultura y contexto de las personas las concientiza de sus privilegios.	0.015	0.94	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Las personas tienen cualidades y aptitudes que generan valor independientemente de su estrato socioeconómico y nivel de estudio.	0.0922	0.34	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Las personas de poder adquisitivo bajo son capaces de transmitir valiosas enseñanzas incluso a personas de poder adquisitivo alto.	0.036	0.7837	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Es importante promover entornos de convivencia con interacción humana, emocional positiva que permitan una participación equitativa entre las personas.	.0545	0.62	No	Ninguna variable independiente fue significativa

Variable dependiente	R ²	Significancia del modelo	Modelo significativo	Variables significativas (sig.)
Al surgir un problema o imprevisto, es necesario adoptar una postura de apertura y entendimiento aun cuando no se cumplan los objetivos preestablecidos.	.1412	.081	Sí	Voluntariado (0.02)
Los aprendizajes nuevos obtenidos en contextos no profesionales tienen un potencial enriquecedor en el ambiente laboral y profesional.	0.0972	0.3083	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Encontrar la solución a nuevos retos es un motivante para aplicar mis habilidades y conocimientos.	0.099	0.29	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Aportar a la vida de las demás personas da sentido de relevancia y contribuye a generar confianza y autoestima.	0.0921	0.3379	No	Ninguna variable independiente fue significativa

Variable dependiente	R ²	Significancia del modelo	Modelo significativo	Variables significativas (sig.)
La interacción personal ayuda a entender los patrones culturales y económicos de las personas que viven en contextos diferentes al propio, y a actuar de acuerdo con sus necesidades e intereses.	0.182	0.050	Sí	Voluntariado (0.045)
				Tiempo de voluntariado (0.098)
El acceso al poder y a las oportunidades depende de las clases sociales.	0.144	0.121	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Las clases sociales definen/otorgan poder a un grupo determinado sobre otros.	0.201	0.030	Sí	Voluntariado (0.06)
Existen personas y grupos sociales con un alto grado de poder que determinan las oportunidades y/o desventajas de otros.	0.223	0.018	Sí	Edad (0.0099)
El poder opresor se manifiesta al coartar la libertad de expresión, al incurrir en actos violentos y al limitar las capacidades de desarrollo.	0.137	0.014	No	Ninguna variable independiente fue significativa

Variable dependiente	R ²	Significancia del modelo	Modelo significativo	Variables significativas (sig.)
Es importante involucrarse en las necesidades y problemáticas de la comunidad en la que vivimos.	0.059	0.580	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Los diferentes puntos de vista enriquecen los resultados de los equipos.	0.070	0.140	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Lo más importante en la comunicación es escuchar para interactuar, que iniciar estableciendo una postura.	0.066	0.190	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Para que todas y todos los integrantes de un grupo encuentren un espacio que invite al uso de la voz, deben generarse las condiciones adecuadas.	0.095	0.09	Sí	Voluntariado (0.03)

Variable dependiente	R ²	Significancia del modelo	Modelo significativo	Variables significativas (sig.)
Las ideas se comunican mejor cuando se emplea lenguaje verbal y no verbal incluyente y sensible al contexto.	0.094	0.330	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Para establecer una comunicación, es importante adaptarse a quien escucha.	0.153	0.098	Sí	Emprendedora (0.03)
Exponerse a situaciones que se contraponen a las expectativas, requiere aceptar y adaptarse a los cambios o condiciones imprevistas.	0.198	0.034	Sí	Edad (0.074)
				Emprendedora (0.038)
Es importante estar consciente de la existencia de un acceso diferenciado a los recursos educativos al momento de transmitir o comunicar las ideas.	0.053	0.630	No	Ninguna variable independiente fue significativa

Variable dependiente	R ²	Significancia del modelo	Modelo significativo	Variables significativas (sig.)
La capacidad de mantener relaciones amistosas con personas de diferente nivel socioeconómico, genera conciencia acerca de privilegios y oportunidades.	.1884	.04	Si	Edad (0.07) Voluntariado (0.05)
Es conveniente trabajar con las personas y enfrentar retos que ayuden a romper paradigmas.	0.06	0.5378	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Es conveniente trabajar con personas con diferentes niveles de poder adquisitivo y educativo para ampliar la conciencia de los tipos de inteligencia que se puede llegar a tener y a ejercer en la toma de decisiones.	0.15	.09	Si	Edad (0.0595)
Es importante cuestionar las prácticas realizadas cotidianamente y cuyos orígenes desconocemos.	0.097	0.31	No	Ninguna variable independiente fue significativa
Es importante conocer y aceptar prácticas relacionadas con otras culturas o estratos socioeconómicos.	0.104	.09	Si	Voluntariado (0.09)

Investigación en Ciencias Administrativas Jóvenes hacia la investigación

Editado por la Universidad Nacional Autónoma de México,
Publicaciones Empresariales UNAM. FCA Publishing
de la Facultad de Contaduría y Administración.

Se terminó de editar en junio de 2022

Tipo de edición: digital

Se utilizó en la composición tipo

Simoncini Garamond Std Bold 7:8.4, 16:20, 20:24,

Simoncini Garamond Std Italic, 11:13.2,

Simoncini Garamond Std Roman, 7:8.4, 8.5:10.2, 11:13.2, 20:24, puntos

Idioma original: Español

Producción Editorial:

Secretaría de Divulgación y Fomento Editorial:

Dr. José Ricardo Méndez Cruz

Coordinador Editorial: **Mtro. Víctor A. Hernández Arteaga**

Revisión de la edición: **Paola Jazmín Sánchez Rodríguez**

Formación y diseño de portada: **D.C.G. Gabriel Galván Guzmán**

La División de Investigación, de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA), ha impulsado, desde hace cuatro años, en el marco del Congreso Internacional de Ciencias Administrativas, el Encuentro Internacional de Iniciación en la Investigación. Foro en el que alumnos de licenciatura, maestría y doctorado divulgan sus proyectos de investigación; como resultado se presentan las 18 mejores ponencias, que son testigo fiel de la renovación constante y necesaria en la investigación.

La formación de investigadores es fundamental para que nuevos enfoques y formas de entender el entorno se estudien bajo una perspectiva joven y entusiasta, por ello la FCA, comprometida con las tareas sustantivas de la Universidad Nacional Autónoma de México, presenta la obra titulada Investigación en Ciencias Administrativas, jóvenes hacia la investigación, atrevimiento que sin duda ha fructificado y permitido que los alumnos se integren al ámbito de la investigación.

Durante las diversas ediciones del Encuentro, han participado instituciones como: Universidad Nacional Autónoma de México, Tecnológico de Monterrey, Instituto Politécnico Nacional, Universidad Autónoma de Chihuahua, Universidad Politécnica del Bicentenario, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Universidad de Quintana Roo Campus Chetumal, Universidad Autónoma del Estado de México, Tecnológico de Antioquia, entre otras.

Lo anterior se debe a académicos que apoyan de forma constante la actividad científica y la creación de nuevos cuadros que son, y serán, el futuro de la investigación de las Ciencias Administrativas, punto fundamental en el actuar diario de la FCA que observa en estos jóvenes la gran oportunidad para cambiar y resolver el entorno convulso y complejo en el que las organizaciones se desenvuelven.

