



Universidad de Sonora

Departamento de Contabilidad

**V Congreso Internacional de Estudios de Posgrados
de Ciencias Económicas y Administrativas**

22 y 23 de noviembre 2023

Memoria

**V Congreso Internacional de Estudios de
Posgrado (CIEP) 2023**



Volumen: 5

Año: 2023

**“Resiliencia y Estrategias ante los desafíos de un
entorno global”**



Memorias del Congreso Internacional de Estudios de Posgrado, año 5 número 5, 2023, es una publicación anual editada por la Universidad de Sonora, a través del Departamento de Contabilidad. Luis Encinas y Rosales s/n, Colonia Centro, Hermosillo, Sonora, México, C.P. 83000, teléfono (662) 2592166, 2592211 y 2592212.

<http://www.ciep.unison.mx/memoria/2023>

Editoras responsables: Dra. Alma Brenda Leyva Carreras y M.I. Amelia Guereña Gardea. Fecha de última modificación 27 de febrero 2024. La responsabilidad de los contenidos es estrictamente de los autores.

Rectora de la Universidad de Sonora

Dra. María Rita Plancarte Martínez

Directora Administrativa del Campus Hermosillo

Dra. Luz María Durán Moreno

**Coordinadora General de la Facultad
Interdisciplinaria de Ciencias Económicas y
Administrativas**

Dra. Dena María Jesús Camarena Gómez

Jefe del Departamento de Contabilidad

Dr. José Humberto López Caballero

Coordinador General

Dr. Martín Guillermo Duran Acosta

Coordinadora del Comité Editorial

Dra. Alma Brenda Leyva Carreras

Auxiliar en Edición

M.I. Amelia Guereña Gardea

Comité Editorial

Dra. Alma Brenda Leyva Carreras

Dr. Francisco Vargas Serrano

Dra. Ana Cristina Pacheco Navarro

Dra. Edna María Villarreal Peralta

Dr. Miguel Ángel Vázquez Ruiz

Dra. Ivone Edith Ochoa Medina

Dra. Alma Iliana García Cañedo

COMITÉ ARBITRAL

Dr. Ciro Moisés Romo Puebla

Dr. Fernando Calles Montijo

Dr. José Enrique Flores Arguelles

Dr. José Humberto López Caballero

Dr. Martin Eduardo Zalazar Zavala

Dr. Sergio Félix Enríquez

Dr. Roberto Ramírez Rodríguez

Dra. Alma Teresita Velarde Mendivil

Dra. Ana Cristina Pacheco Navarro

Dra. Cecilia Lorena Velarde Flores

Dra. Denisse Mercedes Romero Valenzuela

Dra. María del Carmen Morales Tostado

Dra. Mónica Ballesteros Grijalva

Dra. Nallely Esther Villa Ruiz

Dra. Rebeca Patricia Grajeda Grajeda

M.D.F. Fernando Mendoza

M.I. Amelia Guereña Gardea

M.I. Carmen Josefina Jiménez Ruiz

M.D.F. José Fidel Ramírez Jiménez

M.I. Martin Baltazar Lagarda Esquer

M.I. Saul López Montiel

Mtra. Francisca Irene Coronado Villarreal

Dra. Alma Iliana García Cañedo

Dr. Miguel Ángel Vázquez Ruiz

Dra. Edna María Villarreal

Dr. Arturo Robles Valencia

Dra. María del Carmen Rodríguez López

Dr. Aarón Chávez Valdez

Dr. Jaciel Ramsés Méndez

Mtra. Alma Rosa Gómez

Dr. Isaac Shamir Rojas Rodríguez

Dr. Sergio Ramón Rossetti López

Dr. Ramón de la Cruz Soto

Dr. Juan Carlos Martínez Verdugo

Dra. Clara Molina Verdugo

Dr. Joel Enrique Espejel Blanco

Dra. Carmen Otilia Bocanegra Gastelum

Dr. Francisco Vargas Serrano

Índice de contenido

Administración y estrategias empresariales 11

Estudio de Inclusión laboral Migrante Hispanohablante en el Sector Restauranero de Hermosillo, Sonora	12
<i>Leonor Laura Esthela Hernández Holguín</i>	12
<i>Alma Brenda Leyva Carreras</i>	12
Propuesta y validación de un modelo basado en las dimensiones del TQM para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa “Combo Taco” Puerto Peñasco	20
<i>Simón René Arias Encinas</i>	20
<i>Judith Cavazos Arroyo</i>	20
<i>Alma Brenda Leyva Carreras</i>	20
Estrategias de Marketing Digital: Alcance y Ventas en Sugarbox Bakery.....	26
<i>Dulce Paola Bustamante Ávila</i>	26
<i>Joel Enrique Espejel Blanco</i>	26
Propuesta de elaboración de un manual organizacional para el Sindicato Mexicano Hiaki.....	36
<i>Mariel Quiroz Álvarez</i>	36
<i>María Leticia Verdugo Tapia</i>	36
<i>Guadalupe Bórquez Tamayo</i>	36
Mejora de prácticas del manejo manual de cargas para favorecer la salud ocupacional en el almacén de materia prima de Leoni Wiring Systems en Hermosillo, Sonora.....	43
<i>Francisco Javier Valenzuela Torres¹</i>	43
<i>Sergio Ramón Rossetti López²</i>	43
Hacia una gestión de calidad integral en el sector de hidrocarburos: Importancia de la certificación ISO 29001:2020	50
<i>Fructuoso Hernández Orozco</i>	50
<i>Judith Cavazos Arroyos</i>	50
<i>Ramón Soto Cruz</i>	50
Uso de herramientas tecnológicas para evaluar el consumo de energía eléctrica de equipos de aire acondicionado como estrategia de ventas de la empresa Diseños, Climas y Ductos en la ciudad de Hermosillo, Sonora.....	58
<i>Edgar Adrián Rodríguez Tolano¹</i>	58
<i>Miguel Ángel Romero Ochoa²</i>	58
<i>Sergio Ramon Rossetti López³</i>	58
El impacto del sentido de pertenencia en la productividad de los empleados de una empresa. Caso: Empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo	66
<i>Luna Castro Kathia Guadalupe</i>	66

<i>José Enrique Flores Argüelles</i>	66
Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en las estrategias del proceso administrativo de las pequeñas y medianas empresas.....	74
<i>Claudia Alejandra Cota Romero</i>	74
<i>José Enrique Flores Argüelles</i>	74
<i>José Humberto López Caballero</i> ³	74
Diseño y Elaboración de un Manual de Inducción para Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V.	83
<i>Agustín Preciado Valenzuela</i>	83
<i>Alma Brenda Leyva Carreras</i>	83
La Gestión del Patrimonio Turístico en el Municipio de Ures, Sonora.....	91
<i>Elba Carolina Andrade Villa</i>	91
<i>María Elena Robles Baldenegro</i>	91
<i>Alma Brenda Leyva Carreras</i> ³	91
Manual de Organización para la empresa Margarita Food Solutions.....	100
<i>Joely Oralía García Navarro</i>	100
<i>Alma Brenda Leyva Carreras</i>	100
<i>Clara Molina Verdugo</i>	100
Evaluación de la Eficiencia y Eficacia de la Implementación de Terminales Puntos de Venta en el Sistema de Recaudación de la Universidad de Sonora.....	119
<i>Omar Vásquez López,</i>	119
<i>José Alfredo Heredia Bustamante</i>	119
Factores organizacionales que mejoran el desempeño laboral del personal administrativo de las maquiladoras en los parques industriales de Guaymas, Sonora, México	127
<i>Francisco Javier Acuña Mayoral</i>	127
<i>María Mayela Terán Cazares</i>	127
Aduanas, Logística y Negocios Internacionales	145
Potencial mercado de la Uva Fresca de Sonora para Exportación a Australia, ¿un negocio viable?	146
<i>Grecia Fernanda Guzmán Gortari</i>	146
<i>Lizbeth Salgado Beltrán</i>	146
El mercado de armas de fuego para uso civil en México: Análisis comercial con Estados Unidos	156
<i>Ana Grecia Aguirre Álvarez</i>	156
<i>Edna María Villarreal Peralta</i>	156
Análisis del diseño logístico para la exportación de barita de Sonora a Estados Unidos	165
<i>Lizeth Aidaly Cedillo Valdez</i>	165
<i>Edna Maria Villarreal Peralta</i>	165

<i>Sergio Alan Moreno Zazueta</i>	165
Evaluación de la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM), como sistema aduanero mexicano: eficiencia, autonomía y desafíos en el despacho de mercancías.	174
<i>Carolina Andrade</i>	174
<i>Irene Cañez</i>	174
<i>Luis De la Cruz</i>	174
Focus Group Bacanora	187
<i>Silvia Guadalupe Álvarez Flores</i>	187
<i>Alejandro Severiano Ibarra Wenglas</i>	187
Finanzas	204
El valor que proporcionan a las empresas los intangibles financieros.....	205
<i>Alma Iliana García Cañedo</i>	205
<i>Altayra Geraldine Ozuna Beltrán</i>	205
<i>Carlos Gabriel Borbón</i>	205
Impacto que las afores han tenido en el sistema pensionario mexicano	215
<i>Joel Ernesto Moreno Soto</i>	215
<i>Alma Iliana García Cañedo</i>	215
Los fideicomisos como herramienta jurídica financiera para la administración de los activos del gobierno del Estado de Sonora.	223
<i>Cynthia Zaraith Orozco Atondo</i>	223
<i>Alma Iliana García Cañedo</i>	223
<i>Altayra Geraldine Ozuna Beltran</i>	223
Una Reflexión sobre alfabetización Financiera en Estudiantes Universitarios; Caso Programa de Contaduría Pública UPTC	234
<i>Gloria Mercedes Manrique Joya</i>	234
<i>Francy Liliana Jerez Gil</i>	234
Actitudes Financieras de Estudiantes de Ciencias Económico Administrativas de México	244
<i>Altayra Geraldine Ozuna Beltrán</i>	244
<i>Alma Iliana García Cañedo</i>	244
<i>Cynthia Zaraith Orozco Atondo</i>	244
Impacto de las prácticas financieras sostenibles aplicado a las MIPYMES restauranteras de Hermosillo, Sonora.	254
<i>Daniel Iván Álvarez Aviléz</i>	254
<i>Alma Iliana García Cañedo</i>	254

Aportación al manual de normas y políticas de crédito de la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario Rural Forestal y Pesquero (FND) para reducir el rechazo de las solicitudes de crédito a productores de ganado bovino	260
<i>Hilda Garcilazo Rojas</i>	260
<i>María Elena Saavedra Cota</i>	260
Procesos de Integración Económica.....	265
La integración económica en las etapas históricas de la minería sonorenses	266
<i>Rafael Miranda Córdova</i>	266
<i>Benjamín Burgos Flores</i>	266
El litio en Sonora. Ruta del proceso y perspectivas.....	277
<i>José Tadeo Ruiz Cedano</i>	277
<i>Miguel Ángel Vázquez Ruiz</i>	277
Competitividad de actividad económica con mayor impacto en Sonora & Arizona, 2018-2022	287
<i>Karla Karelía Hernández Moreno</i>	287
<i>Carmen Bocanegra Gastelum</i>	287
Factores de la migración mexicana hacia Estados Unidos y sus efectos económicos	299
<i>Julio Cesar García Chiquini</i>	299
<i>Joel Enrique Espejel Blanco</i>	299
Mercado de frutas y hortalizas subóptimas en la región transfronteriza Sonora-Arizona 1994-2023	309
<i>Paola Angélica Ballesteros Martínez</i>	309
<i>Dena maría Jesús Camarena Gómez</i>	309
Análisis de la proveeduría local en las cadenas globales de valor de la industria manufacturera, en la zona fronteriza norte de México	317
<i>Jesús Manuel Soto Torres</i>	317
Impuestos y contribuciones.....	338
El Comprobante Fiscal Digital Por Internet (CFDI) Como Instrumento De Fiscalización En México.	339
<i>Yazmín Díaz Hernández</i>	339
<i>Fernando Calles Montijo</i>	339
<i>Sergio Félix Enríquez</i>	339
Políticas Fiscales Inclusivas Para El Sector Productivo Con Inclusión Social	347
<i>Jesús Agustín Rivera Robles</i>	347
<i>Nallely Esther Villa Ruiz</i>	347
<i>Amelia Güereña Gardea</i>	347
Beneficios fiscales para las Personas Morales del régimen general de ley en México.	356
<i>Miguel Ángel Cruz Bojórquez</i>	356

Fernando Calles Montijo	356
Las Notificaciones Fiscales en México. El Buzón Tributario	365
Fernanda Quiroz Álvarez	365
Rebeca Patricia Grajeda Grajeda	365
Tratamiento Fiscal de los Planes de Previsión Social	372
Daniel Barret Espericueta	372
Rebeca Patricia Grajeda Grajeda	372
Impactos de Plataformas digitales, comparativo 2021-2022.....	379
Patricia Ortiz	379
Mónica Ballesteros	379
Jorge Juan Olivares Hernández	389
María del Carmen Morales Tostado	389
El ISR en la bolsa mexicana de valores.....	397
Diana Marlen González Libreros	397
Roberto Ramírez Rodríguez	397
Martín Guillermo Duran Acosta	397
La discrecionalidad de la autoridad ante el Artículo 69-B	408
Juana Durán Rojas	408
Martín Eduardo Zalazar Zalazar	408
Impuestos Verdes. Análisis de su técnica fiscal y sus características.....	417
Raúl Alberto Flores Rojas	417
Roberto Ramírez Rodríguez	417
Diferencias, Ventajas y desventajas sobre el IVA en México en su tasa al 0% y su tasa exenta, tanto para el contribuyente como para el SAT	426
C.P. Francia Yazmin Castro Pino	426
Dr. Juan Carlos Martínez Verdugo	426
La Ley Federal de los Derechos del Contribuyente en México ante las exigencias del SAT	431
Juan Carlos Ostler López	431
Fernando David Mendoza Encinas	431
José Humberto López Caballero	431
Sergio Félix Enríquez	431
Tributación de las niñas, niños y adolescentes (NNA) ante el Registro Federal de Contribuyentes.....	441
Francisco Xavier Limón Molina	441
María del Carmen Morales Tostado	441
Capacidad contributiva de las personas físicas.....	450

<i>Luis Eduardo Ayón Anguamea</i>	450
<i>Sergio Félix Enríquez</i>	450
Guía de los derechos y obligaciones ante el SAT de los empleados académicos y administrativos de la Universidad de Sonora	458
<i>Jessica Coronado Romero</i>	458
<i>Amelia Guereña Gardea</i>	458
Marketing y Estudios de Consumo	468
Relevancia del cuidado de la piel en los Jóvenes Hermosillenses	469
<i>Violeta Fernanda López Peñuñuri</i>	469
<i>Alma Teresita Velarde Mendivil</i>	469
<i>Francisca Irene Coronado Villareal</i>	469
Tendencias actuales en el mercado de consolas de videojuegos que son tomadas en cuenta por los consumidores de 18 a 30 años de edad en Hermosillo, Sonora	477
<i>Mario Andres Peiro Tapia</i>	477
<i>Ana Cristina Pacheco Navarro</i>	477
Retos del sector restaurantero en Hermosillo	483
<i>Mariel Rosalía López Pérez</i>	483
<i>Ciro Romo Puebla</i>	483
Percepción de la experiencia de las generaciones Millennial y Centennial de vivir en Casa Compartida en Hermosillo, Sonora.....	488
<i>Josseline Bernabe Rivera</i>	488
<i>Ciro Moisés Romo Puebla</i>	488
<i>Adolfo Esteban Arias Castañeda</i>	488
El impacto del marketing sostenible en el comportamiento de consumo de la moda circular.....	499
<i>Astrid Martínez Lugo</i>	499
<i>Lourdes Patricia León López</i>	499
Análisis de la influencia de las estrategias de MERCHANDISING en niños de 5 a 9 años para la elección de un producto.....	506
<i>Lilián Karina Palafox Chavez</i>	506
<i>Ana Cristina Pacheco Navarro</i>	506
Técnicas de Marketing para la venta de Software.....	516
<i>Cayetano Bustamante Vásquez</i>	516
<i>Ramón Soto de la Cruz</i>	516
Social Media como herramienta para emprendedores del Boutiques ONLINE femeninas	524
<i>Yolanda Domínguez Hurtado</i>	524

Ciro Moisés Romo Puebla	524
Influencers Foodies en Instagram y su impacto en la intención de compra de los consumidores de Hermosillo.....	533
Ana Lenytza Granich León	533
Ana Cristina Pacheco Navarro	533
Denisse Mercedes Romero Valenzuela	533
Francisca Irene Coronado Villareal	533
Marketing de servicios: Caracterización de las acciones de Marketing del sector jurídico en Hermosillo, Sonora.....	539
Beatriz Rodríguez Rodríguez	539
Lourdes Patricia León López	539
Estudio de los atributos de taquerías de carne asada en Hermosillo, Sonora.....	546
Humberto Oviedo	546
Lourdes Patricia León López	546
Análisis de los Atributos Sobresalientes del Bacanora: Un Estudio en Tradición, Calidad y Experiencia Sensorial.....	555
Mariana Alcaraz Garibaldi	555
Dena María Jesús Camarena Gómez	555

Administración y estrategias empresariales

Estudio de Inclusión laboral Migrante Hispanohablante en el Sector Restaurantero de Hermosillo, Sonora

Leonor Laura Esthela Hernández Holguín¹

Alma Brenda Leyva Carreras²

Resumen

Este trabajo de investigación se realizó bajo un enfoque metodológico descriptivo y exploratorio y se aplicará a una muestra aleatoria simple de 93 empresarios del sector restaurantero afiliados a Canirac Hermosillo, así como 56 migrantes hispanohablantes. El objetivo es realizar un diagnóstico con el fin de identificar los principales obstáculos y retos que enfrenta la inclusión laboral de los migrantes en el sector de restaurantes, que ayude a determinar la importancia y la necesidad de contar con un manual de inclusión laboral que facilite el proceso de contratación y adaptación de este grupo de personas. Según los resultados iniciales, tanto los empresarios como los migrantes coinciden en que falta mayor conocimiento sobre los procesos y regulaciones para la contratación, así como la necesidad de abordar las barreras de adaptación y desarrollar políticas públicas que faciliten el proceso. Como conclusión, la inclusión laboral es un desafío para las empresas, pero con capacitación y facilidades que contribuyan al proceso se puede proveer al migrante una oportunidad de empleo que mejore su calidad de vida y la de sus familias, y a las empresas beneficios internos y fiscales, que contribuyen a fortalecer su cultura, sus valores, productividad y rentabilidad en el mercado.

Palabras clave: Inclusión Laboral, Migración, Manual de Inclusión Laboral.

Introducción

Según la Organización Mundial del Trabajo, la contratación de migrantes no perjudica las oportunidades de empleo para los residentes de un país, sino que en realidad aumenta las opciones laborales, la inclusión y el crecimiento económico de las empresas, por lo que es importante tener conocimiento previo de los criterios, beneficios y dificultades que pueden surgir en este proceso, con el fin de mejorar la integración de los migrantes, evitar la rotación de personal en estas empresas y garantizar que las contrataciones en este sector de la población se realicen de manera legal y sin condiciones irregulares de empleo (OIT, 2022).

En las ciudades fronterizas del País, como Tijuana y Ciudad Juárez, se ha observado un aumento en la movilidad ascendente gracias a la apertura del sector restaurantero y gastronómico hacia la contratación de migrantes y

¹ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, E mail: a210213072@unison.mx

² Universidad de Sonora, Facultad de Administración, E mail: alma.leyva@unison.mx

esto ha permitido que la población migrante acceda a empleos formales y logre emprender negocios en el ámbito gastronómico, generando así más oportunidades laborales para el personal local (Colegio de la Frontera Norte, 2021, 0m46s).

Según la Organización Internacional de Migración, es importante destacar que la mejora del empleo y la inclusión de los grupos migrantes siempre resultará en una mejora de sus condiciones de vida, así como en una integración más efectiva de estos grupos vulnerables en la sociedad. En el Estado de Sonora, el número de migrantes ha aumentado considerablemente en los últimos años (OIM, 2022).

Dado que Sonora es un estado fronterizo con Estados Unidos, ha experimentado un gran flujo de migrantes en los últimos años. En el 2021, la situación de migración irregular en Sonora ha alcanzado niveles sin precedentes en la última década, principalmente debido a migrantes provenientes de países de América del Sur, como Guatemala, Honduras y Nicaragua, representando el 86.7% de ellos (UPMRIP, 2022). Como resultado, la emisión de Tarjetas de Residencia Permanente (TRP) en Sonora se sitúa en el decimoquinto lugar a nivel nacional.

Durante el año 2022, se otorgaron un total de 841 TRP en el estado, lo que representa un incremento del 30% en comparación con el año anterior (INM, 2022). Considerando esta situación, podemos comprender que la integración laboral está estrechamente vinculada con la incorporación social de las personas que se encuentran en situación migratoria y esto implica garantizar el respeto a sus derechos fundamentales, como el acceso a empleo digno y un salario justo que les brinde igualdad de oportunidades, desarrollo personal y crecimiento económico en una determinada área geográfica (Carrasco y Suárez, 2019).

Con base en lo anterior, el objetivo de este trabajo de investigación es realizar un diagnóstico con el fin de identificar los principales obstáculos y retos que enfrenta la inclusión laboral de los migrantes en el sector de restaurantes, que ayude a determinar la importancia y la necesidad de contar con un manual de inclusión laboral que facilite el proceso de contratación y adaptación de este grupo de personas.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un diagnóstico con el fin de identificar los principales obstáculos y retos que enfrenta la inclusión laboral de los migrantes en el sector de restaurantes, que ayude a determinar la importancia y la necesidad de contar con un manual de inclusión laboral que facilite el proceso de contratación y adaptación de este grupo de personas.

Objetivos Específicos

- Investigar la población total de personal migrante contratado por las empresas afiliadas a Canirac en Hermosillo, Sonora.
- Identificar qué tipo de contrataciones ofrece el sector restaurantero al personal migrante hispanohablante que radica en la ciudad.
- Conocer si existen estrategias de inclusión laboral dentro del sector restaurantero para el personal migrante hispanohablante.

Antecedentes

La migración se refiere a los desplazamientos que implican un cambio permanente en el entorno político, administrativo, social o cultural de una persona, o cualquier modificación duradera de residencia que interrumpa las actividades en un lugar y las reorganice en otro (Blanco, 2000). Este fenómeno histórico está estrechamente ligado a causas y consecuencias de índole económica, política, social, cultural y psicológica. Es crucial considerar a los migrantes como individuos con capacidad de contribuir al desarrollo del país, sin importar su nacionalidad, origen étnico o etnia, y colaborar con las autoridades gubernamentales para implementar proyectos de desarrollo empresarial que generen oportunidades de empleo para ellos. Además, es posible incorporar instituciones educativas para brindar empleo a migrantes universitarios que deseen ejercer su profesión en otro país (Sosa y Pérez, 2022).

En la situación actual, donde el Gobierno Federal Mexicano ha aceptado recibir más de 30 mil migrantes al mes como parte de los nuevos acuerdos migratorios de Canadá, Estados Unidos de América y México, hay una constante llegada de extranjeros al país. Muchos de ellos no tienen documentos, identificación o conocimiento mínimo de la ley laboral nacional y sus derechos como trabajadores (INM, 2023). Según la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2018 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2018), aproximadamente 1 millón 74 mil 72 personas nacidas en otro país residían en el país, de las cuales más de 55 mil se encontraban en Sonora.

Debido a su ubicación geográfica, a lo largo de la historia Sonora ha sido uno de los puntos de cruce hacia Estados Unidos de mayor importancia y este fenómeno se ha intensificado después de la pandemia ya que según el Instituto Estatal de Migración, en el año 2021 se registraron 11,210 eventos de personas extranjeras presentadas y 2,982 canalizadas ante la autoridad migratoria mexicana en Sonora. En total, hubo 14,192 eventos, lo cual representa un aumento del 227% en comparación con el año anterior, cuando solo se habían presentado 4,343 eventos y esto posiciona a Sonora en el octavo lugar a nivel nacional en términos de eventos de personas extranjeras presentadas o canalizadas, y en el quinto lugar entre los estados del norte, por debajo de Baja California, Tamaulipas, Coahuila y Nuevo León (UPMRIP, 2022).

Por tanto, es fundamental lograr la inclusión laboral de este grupo, ya que esto contribuye a su integración social y garantiza el respeto de sus derechos humanos fundamentales, como el derecho a un empleo digno y un salario justo, que les brinde igualdad de condiciones, desarrollo personal y crecimiento económico en una determinada región (Carrasco y Suárez, 2019). Cambiar esta situación no es una tarea sencilla, ya que requiere de acciones de impacto tanto en el ámbito económico como laboral de un país. Entre estas acciones se incluye la mejora en el acceso a permisos migratorios y laborales, así como la creación de oportunidades para que las personas extranjeras puedan establecer sus propios negocios. Estos mecanismos implican la colaboración y coordinación de los actores tanto públicos como privados de un país (OIM, 2021).

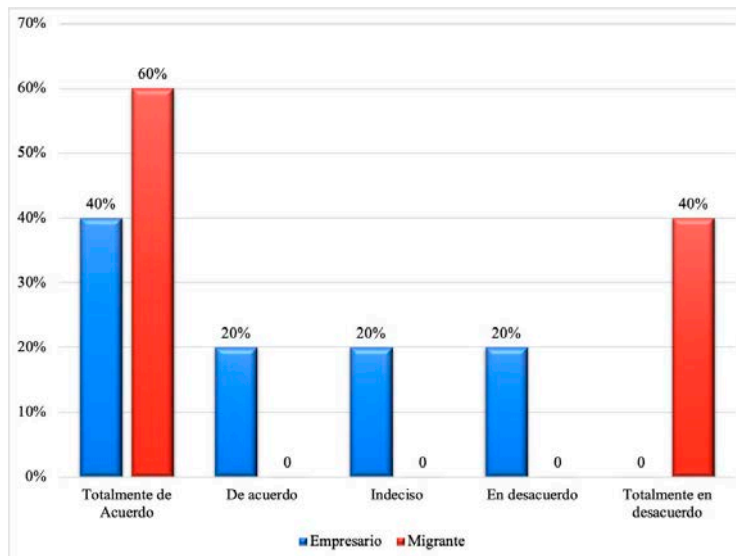
Metodología

Esta investigación se realizó bajo un enfoque metodológico descriptivo y exploratorio y se aplicará a una muestra aleatoria simple de 93 empresarios del sector restaurantero afiliados a Canirac Hermosillo, Sonora y a 56 migrantes hispanohablantes. El objetivo es realizar un diagnóstico con el fin de identificar los principales obstáculos y retos que enfrenta la inclusión laboral de los migrantes en el sector de restaurantes, que ayude a determinar la importancia y la necesidad de contar con un manual de inclusión laboral que facilite el proceso de contratación y adaptación de este grupo de personas. Los resultados iniciales, tanto los empresarios como los migrantes coinciden en que existe falta de conocimiento sobre el proceso y regulación de la contratación, por lo que se ha identificado la necesidad de abordar las barreras de adaptación y desarrollar políticas públicas que faciliten el proceso de contratación. Como conclusión, la migración plantea retos a las empresas, pero también brinda importantes ventajas tanto a los migrantes como a las compañías. Los migrantes tienen la posibilidad de trabajo, mejorar su nivel de vida y el de sus familias y las empresas se benefician al fortalecer su identidad, principios, incrementar su eficiencia, rentabilidad y aprovechar los incentivos fiscales.

Resultados

Se presentan a continuación los resultados más relevantes hasta este momento, basados en la prueba piloto que se realizó a los sujetos de estudio, y en los objetivos planteados durante la investigación.

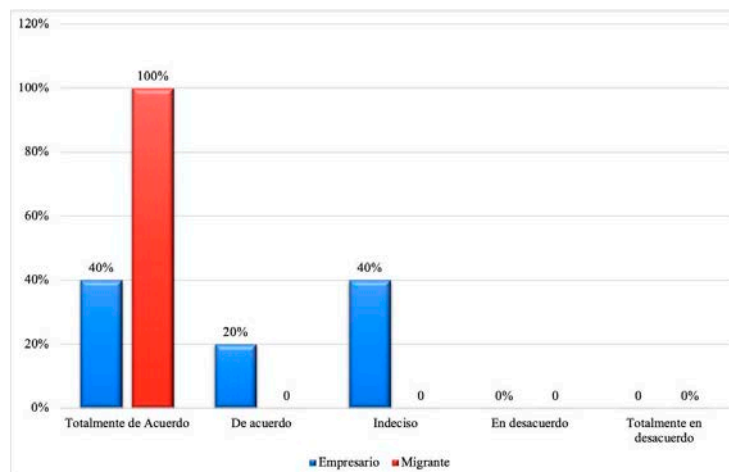
Imagen 1: Experiencia en contratación de empleados migrantes



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La imagen 1 muestra los resultados sobre la percepción de experiencia y conocimiento sobre inclusión laboral migrante en las empresas del sector restaurantero y la comunidad migrante. En los empresarios, el 60% considera que, si hay experiencia en el tema, mientras que el 40% restante se divide 20% como indecisos en el tema y el otro 20% en desacuerdo; entre el personal migrante, un 60% consideró que, si hay experiencia, y el otro 40% que no, de manera contundente.

Imagen 2: La contratación migrante puede ser de beneficio para las empresas

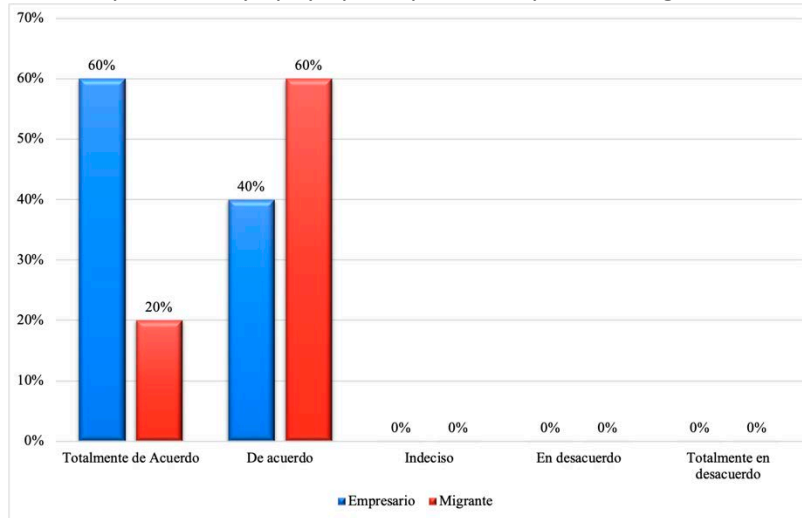


Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La imagen 2 muestra la opinión sobre si hay o no un beneficio de la inclusión laboral migrante en las empresas, donde del sector empresarial, un 40% opinó que estaba totalmente convencido en que sí existe un

beneficio, un 20% indicó que estaba de acuerdo, y un 40% se mostró indeciso. Por su parte el 100% de los migrantes expresó una respuesta positiva al respecto.

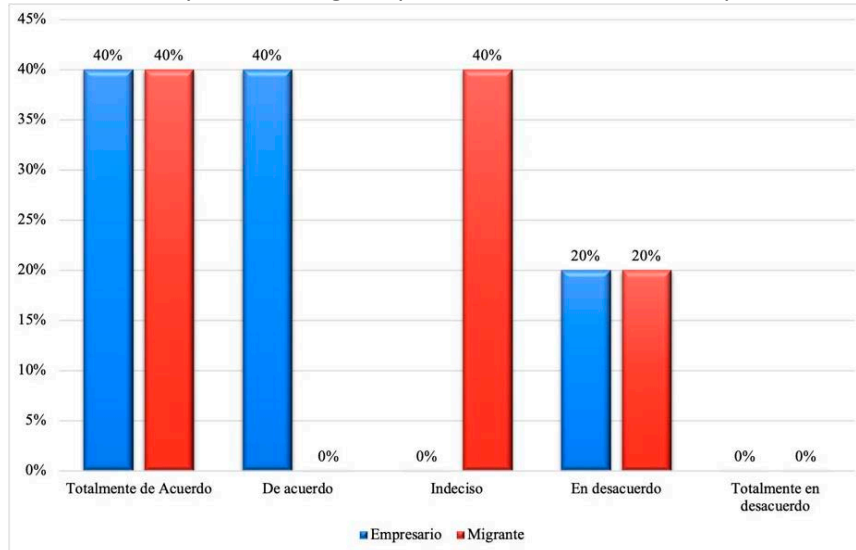
Imagen 3: Es necesaria la capacitación y apoyo para que los empleados migrantes se integren a la empresa.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La imagen 3 muestran que tanto el 100% de la muestra de empresarios, como el 100% de la muestra de migrantes coinciden en que sí es necesaria una mayor capacitación y apoyo para que los empleados se integren a las empresas, y el proceso de contratación sea más ágil y flexible.

Imagen 4: Existen barreras y desafíos legales para la inclusión laboral de personal migrante a la empresa.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La imagen 4 muestra que tanto empresarios como migrantes señalan la existencia de barreras y desafíos que complican la inclusión laboral de extranjeros; un 80% de los empresarios coinciden en que existen desafíos y barreras legales que complican el proceso, mientras que un 20% considera que no es así; entre los migrantes, un 40% considera que sí hay dificultades en el proceso, un 20% que no y un 40% se muestra indeciso.

Conclusiones

De acuerdo con las perspectivas de los empresarios del sector de restaurantes y los migrantes, existe un mutuo interés en aumentar la contratación de personal inmigrante en las empresas, con el objetivo de brindarles mejores oportunidades de vida y tener una mayor captación de personal en las empresas, no obstante, también se enfrentan a desafíos y obstáculos que dificultan este proceso.

Para concluir, es imprescindible proporcionar una capacitación más amplia tanto a los empresarios como al personal extranjero, con el fin de superar los desafíos mencionados y aumentar las contrataciones en las más de 300 empresas del sector de restaurantes en Hermosillo. Según los avances de resultados, vemos que sería altamente beneficioso contar con un manual de inclusión laboral para migrantes, adaptado específicamente a las necesidades de esta industria, ya que facilitaría el proceso, mejoraría la calidad de vida y la readaptación social de estas personas y sus familias, además de que brindaría a las empresas beneficios internos y fiscales, que contribuyan a fortalecer su cultura, sus valores, productividad y rentabilidad en el mercado.

Bibliografía

Blanco, C. (2000) Las migraciones contemporáneas. *Papers: Revista de Sociología*. Editorial, S.A. Madrid, Alianza, 17. 191-193

Carrasco, I. y Suárez, J.I. (2019). *Inmigración e inclusión laboral y protección social según el origen y el tiempo de residencia*. (Notas de Población N° 108) Comisión Económica para América Latina y el Caribe <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1c399885-1cb2-435b-a218-f7304e0699e7/content>.

El Colegio de la Frontera Norte. (27 de mayo del 2021). *Reflexión sobre la Integración Laboral de Personas Migrantes en Tijuana-Ciudad Juárez* [Archivo de Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Z45BCErFG_s.

González Díaz, R. R., Lara, R. J. V., López, R. O., y Hernández Royett, J. (2016). Tax on advertising and commercial advertising: An analysis from Municipal Tax Management. *Globalciencia*, 2(1), 20-34.

INEGI. (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020: Resultados preliminares - Sonora*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/doc/cpv2020_pres_res_son.pdf.

Instituto Nacional de Migración. (2023). *Tarjeta Migratoria 2023*. <https://www.inm.gob.mx/gobmx/word/wp-content/uploads/2023/01/Tarjeta-Migratoria-110123.pdf>.

Organización Internacional del Trabajo. (2022). *Integración de los Inmigrantes en el Mercado de Trabajo*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_644829.pdf.

Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2021). *Tendencias Recientes de la Migración en las Américas*. https://rosanjose.iom.int/sites/g/files/tmzbd1446/files/documents/tendencias-recientes-de-la-migracion-en-las-americas_sp.pdf.

Organización Internacional para las Migraciones. (2022). *7 Recomendaciones para promover la Inclusión de las Personas Migrantes en las comunidades receptoras a través de actividades sociales y culturales*. <https://rosanjose.iom.int/es/blogs/7-recomendaciones-para-promover-la-inclusion-de-las-personas-migrantes-en-las-comunidades-receptoras-traves-de-actividades-sociales-y-culturales>.

Organización Internacional para las Migraciones. (2022). *Integración Laboral y Cohesión Social*. <https://mexico.iom.int/es/integracion-laboral-y-cohesion-social>.

Sosa J.L y Pérez A (2022) *Las Principales Tendencias de la Comunidad de Emigrantes Cubanos en España en los Albores del Siglo XXI*. Papeles de Población, 21(97), 195-225.

Unidad de Política Migratoria, Registro e Identidad de Personas. (2022). *Diagnóstico de la Movilidad Humana en Sonora*. http://www.politicamigratoria.gob.mx/work/models/PoliticaMigratoria/CPM/foros_regionales/estados/norte/info_diag_F_norte/diag_Sonora.pdf.

Propuesta y validación de un modelo basado en las dimensiones del TQM para mejorar la calidad del servicio al cliente en la empresa “Combo Taco” Puerto Peñasco

Simón René Arias Encinas³

Judith Cavazos Arroyo⁴

Alma Brenda Leyva Carreras⁵

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo proponer un modelo de mejora del servicio al cliente desde el paradigma de la gestión total de la calidad (TQM) para la taquería “Combo Taco” que ayude a mejorar la calidad del servicio que brinda la empresa. Además, este trabajo se realizó bajo un enfoque metodológico descriptivo, exploratorio y cuantitativo. El método se dividió en tres etapas: 1) construcción del modelo, 2) validación de las dimensiones y sus variables aplicadas a restaurantes-taquerías a través de siete expertos en calidad en el sector servicios, y 3) aplicación de un cuestionario a empleados de la compañía para la evaluación del aspecto interno, y a clientes para la evaluación de la percepción externa de la calidad total del servicio. Así, en base a la revisión de literatura y la validación de juicio realizadas por siete expertos en calidad y servicios, se espera que el modelo cumpla con los requisitos para su aplicación en la empresa estudiada. Como conclusión, se percibe que, en la actualidad, la calidad del servicio que presenta una empresa puede hacer la diferencia entre mantenerse competitiva o desaparecer.

Palabras clave: Modelo de Gestión de la Calidad Total, Restaurante, Servicio al cliente.

Introducción

El servicio al cliente de un restaurante es una parte esencial en la experiencia de los clientes. Es el conjunto de acciones que los empleados del restaurante llevan a cabo para atender y satisfacer las necesidades de los clientes (Salesforce, 2023). Particularmente, el servicio al cliente en restaurantes comienza desde el momento en que el cliente entra al establecimiento y es recibido por el personal de la entrada y este se mantiene hasta su salida del establecimiento. En el caso de los restaurantes este va más allá de la interacción entre cliente y trabajador ya que también implica mantener el ambiente limpio y ordenado, así como la buena presentación

³ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, E-mail: a217201624@unison.mx

⁴ Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Departamento de Ciencias Económico Administrativas, E-mail: judith.cavazos@upaep.mx

⁵ Universidad de Sonora, Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas, E-mail: alma.leyva@unison.mx

del personal que atiende, uniforme limpio y completo, buena actitud, higiene, etc. Asimismo, un buen servicio al cliente le brinda a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) una ventaja competitiva con respecto a las grandes empresas (Becerra et al., 2022; Martínez et al., 2022; Silva et al., 2021). Por lo tanto, es crucial que el personal del restaurante esté capacitado y comprometido con brindar un excelente servicio al cliente en todo momento.

La gestión de calidad total (comúnmente citado como TQM por sus siglas en inglés) es un método de gestión que se utiliza tanto en el área industrial como en las áreas enfocadas al servicio al cliente. Al aplicar el método TQM en una empresa, este influye significativamente en el desempeño de las organizaciones, este método busca mejorar la calidad en todas las áreas de la empresa, es así que, con la aplicación del TQM se procura involucrar a todos los miembros de una empresa en los procesos de mejora en la calidad (Prajogo, 2005; Mora, 2011).

Por su parte, “Combo Taco” es una empresa familiar ubicada en Puerto Peñasco, Sonora, la cual brinda servicios de alimentos y atención al cliente, sin embargo, por medio de una entrevista con el dueño se detectaron diferentes deficiencias en la calidad del servicio que presenta la empresa, entre los factores que generan esta deficiencia se encuentra la desatención de las áreas de trabajo debido a la distracción de los empleados de fin de semana.

Dentro de las principales funciones de la aplicación del TQM en la empresa “Combo Taco” se encuentra fortalecer la capacidad de la empresa para cumplir y superar las expectativas de los clientes, se procura crear las estrategias adecuadas para que el personal mejore la calidad del servicio que ofrece dentro de la empresa y consecuentemente mejorar con ello la satisfacción del cliente y el desempeño de la organización. Así, la creación e implementación de un modelo basado en las prácticas y principios del TQM adaptado a la empresa “Combo Taco” para mejorar la calidad en el servicio al cliente podría contribuir a la vigencia y mejora continua de la empresa. Además, un modelo basado en bases teóricas, pero adaptado a las necesidades de la compañía, podría influir directamente en la calidad en el servicio, cumplir las expectativas de los clientes, a fin de mantener la lealtad de estos. El objetivo de esta investigación es proponer un modelo de mejora del servicio al cliente desde el paradigma de la gestión total de la calidad (TQM) para la taquería “Combo Taco”.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un modelo de mejora del servicio al cliente desde el paradigma de la gestión total de la calidad (TQM) para la taquería “Combo Taco” ubicada en Puerto Peñasco, Sonora, México.

Objetivos específicos

- Comparar las dimensiones propuestas en tres diferentes modelos de gestión total de la calidad (TQM) aplicados al sector servicios de restaurantes.
- Seleccionar las dimensiones más apropiadas para el diseño de un modelo de gestión total de la calidad (TQM) para la taquería “Combo Taco” a partir de la evaluación de siete expertos en servicios restauranteros.
- Diseñar un modelo de gestión total de la calidad (TQM) para la taquería “Combo Taco” ubicada en Puerto Peñasco, Sonora, México.

Antecedentes

Entre los principales precursores del método TQM se encuentran Deming y Juran, quienes entre las décadas de los 50 y 60 impartieron conferencias en Japón relacionadas con la calidad, lo que provocó que en Japón se desarrollaran programas de educación de calidad basados en las ideologías de Deming y Juran, sin embargo, no fue sino, hasta 1970 que Estados Unidos fue consciente del éxito económico que presentaba Japón y comenzó a centrarse en las técnicas propuestas por Deming, Juran, Feigenbaum, Crosby y Geoffrey, así a partir del desarrollo de estos paradigmas surgió el método TQM (Lahidji y Tucker, 2016; Lakhe y Mohanty, 1994).

Basado en las dimensiones del TQM se han creado diferentes modelos de Calidad Total entre los que se encuentran: el Modelo de Malcolm Baldrige, el Modelo de Excelencia de la European Foundation for Quality Management (EFQM) y el Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión, si bien estos modelos han sido aplicados a la industria restaurantera, se suelen aplicar comúnmente en áreas del sector hospitalario e industriales (Camisón et al., 2007; Green et al., 2005).

Por otra parte, de acuerdo con Cadena et al. (2016) el nivel de calidad del servicio que se presenta en diversos restaurantes del estado de Sonora, México. Señala que solo el 35.9% de los clientes manifiestan recibir un muy buen servicio, mientras que 46.03% manifiestan que el servicio que reciben es regular. Por su parte, Navarro (2021) señala en su investigación que la industria restaurantera de Puerto Peñasco carece de estándares de calidad, y se concluyó que entre el 18% y 29% de los comensales no se encuentran satisfechos totalmente con la calidad recibida en los distintos establecimientos.

Metodología

Este trabajo de investigación se realizó bajo los enfoques metodológicos descriptivo, exploratorio y cuantitativo con el objetivo de proponer un modelo de mejora del servicio al cliente desde el paradigma de la gestión total de la calidad (TQM) para la taquería “Combo Taco” ubicada en Puerto Peñasco, Sonora, México. Para poder

solucionar los problemas relacionados a la calidad en el servicio que presenta la empresa. El método se dividió en tres etapas: 1) construcción del modelo, 2) validación de las dimensiones y sus variables aplicadas a restaurantes-taquerías a través de siete expertos en calidad en el sector servicios, y 3) aplicación de un cuestionario a 12 empleados de la compañía para la evaluación del aspecto interno, y a 363 clientes para la evaluación de la percepción externa de la calidad total del servicio.

El método se dividió en tres etapas: 1) construcción del modelo, 2) validación de las dimensiones y sus variables aplicadas a restaurantes-taquerías a través de siete expertos en calidad en el sector servicios, y 3) aplicación de un cuestionario a empleados de la compañía para la evaluación del aspecto interno, y a clientes para la evaluación de la percepción externa de la calidad total del servicio.

Etapa 1. Se desarrolló una investigación documental y, a partir de la revisión de tres modelos, se propuso un modelo conceptual de TQM para la taquería “Combo Taco”.

Etapa 2. Las dimensiones y variables propuestas fueron evaluadas por siete expertos académicos en el tema de calidad en el sector servicios. Para la evaluación se utilizó la técnica de “Juicio de expertos”, para esta técnica se aplicó el método Delphi, este consiste en enviar la media de los resultados obtenidos por los expertos a los mismos para que reconsideren su evaluación (Cabero & Barroso, 2013). Para el diseño del formulario de evaluación por expertos se utilizaron las propuestas de Cabrero y Barroso (2013) y de la Dirección de investigación de la UNACH (2017), quienes proponen: 1) desarrollar un formulario que contenga los criterios y variables a evaluar, 2) realizar una primera ronda de evaluación, calcular la media, e identificar las semejanzas y las discrepancias de los resultados obtenidos de la ronda, 3) continuar con tantas rondas de evaluación como sean necesarias, solicitando la reconsideración de los criterios y variables con discrepancias, hasta llegar a un acuerdo entre expertos.

Resultados esperados

Como resultado se espera que el modelo de TQM diseñado para “Combo Taco” se encuentre apto para su aplicación en la empresa según los siete expertos, de la misma forma se espera que de acuerdo al cuestionario aplicado a clientes internos y externos se identifiquen los principales factores que puedan generar una deficiencia en la calidad del servicio que brinda la empresa.

Conclusiones

Algunos de los posibles factores principales para la deficiencia en la calidad en el servicio que presentan los restaurantes pueden ser: la desmotivación del empleado, una capacitación inadecuada y la falta de coordinación entre la misión y visión de la empresa con el empleado, es debido a la posible presencia de varios

factores que un modelo de TQM diseñado específicamente para restaurantes puede ayudar a enfocar mejor la raíz principal de los problemas relacionados con la calidad en el servicio que presente y de esta forma realizar las estrategias más adecuadas para la resolución del problema, de esta manera, si se procura hacer un manual para mejorar el servicio al cliente, se puede analizar si la empresa cumple con los criterios y variables del modelo y agilizar su diseño. Asimismo, se considera que, en la actualidad, la calidad en el servicio que presenta una empresa puede hacer la diferencia entre mantenerse competitiva y desaparecer, especialmente si se trata de una PYME.

Bibliografía

Becerra, J. A., Serralde, J. L., Ramírez, A., & Acosta, E. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente en un restaurante mexicano. *CienciaUAT*, 73–84. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i2.1568>

Cabero Almenara, J., & Barroso Osuna, J. (2013). The Use of Expert Judgment for Assessing ICT: the Coefficient of Expert Competence. *Bordón Revista de Pedagogía*, 65(2), 25–38. <https://www.researchgate.net/publication/243857256>

Cadena Badilla, J. Martín., Vega Robles, Arturo., Real Pérez, Isidro., & Vásquez Quiroga, Joaquín. (2016). calidad en restaurantes de Sonora. *Ingeniería industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 17, 41–60. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215049679004>

Camisión, C., Cruz, Sonia., & González, T. (2007). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson/Prentice Hall. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/64db843c11c52aaf913a5322feafd3d8.pdf>

Dirección de investigación de la UNACH. (2017). *FORMATO DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS: Guía para validar instrumentos de investigación*. https://www.unach.cl/wp-content/uploads/2018/06/INSTRUMENTOS_Validacion_expertos_cuestionario-2.docx

Green, F., Long, I., Suddarth, J., Taylor, L., & Yang, W. (2005). Revisiting two Malcolm Baldrige National Quality Award Winners: *International Journal of Quality and Productivity Management* Green, Long, Suddarth, 5(1). <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=c76c4fc39b094a15a8fceb30fa4bd28189f29cca>

Lahidji, B., & Tucker, W. (2016). Continuous quality improvement as a central tenet of TQM: History and current status. *Quality Innovation Prosperity*, 20(2), 157–168. <https://doi.org/10.12776/QIP.V20I2.748>

Lakhe, R. R., & Mohanty, R. P. (1994). Total Quality Management 9 Total Quality Management Concepts, Evolution and Acceptability in Developing Economies. *International Journal of Quality & Reliability*

Management, 11(9), 1–25. <https://www.icesi.edu.co/blogs/bitacoraestrategia0314/files/2014/03/21-Total-Quality-Management-concepts.pdf>

Martínez Muñoz, E., Ramírez Elías, G., Montaña Arango, O., Martínez Muñoz, B., Montesinos- Hernández, J., & Ramírez Reyna, S. B. (2022). Servicio al cliente en una pyme: caso de estudio. *Pädi Boletín Científico de Ciencias Básicas e Ingenierías del ICBI*, 10(19), 132–140. <https://doi.org/10.29057/icbi.v10i19.8684>

Mora Contreras, C. E. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2), 146–162. <https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>

Navarro Cota, J. C. (2021). La Calidad en el Servicio en Restaurantes de Puerto Peñasco. *Universo de la Tecnología*, 3(39), 19–23. <https://revista.utnay.edu.mx/index.php/ut/article/view/51/62>

Prajogo, D. I. (2005). The comparative analysis of TQM practices and quality performance between manufacturing and service firms. *International Journal of Service Industry Management*, 16(3). <https://doi.org/10.1108/09564230510601378>

Silva, J. G., Macías, B. A., Tello, E., & Delgado, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*, 85–101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Estrategias de Marketing Digital: Alcance y Ventas en Sugarbox Bakery

Dulce Paola Bustamante Ávila⁶

Joel Enrique Espejel Blanco⁷

Resumen

Ante el incremento de usuarios digitales en los últimos tres años, derivado de la pandemia por Covid-19, representa una oportunidad para que las microempresas se planteen la posibilidad de diseñar y ejecutar estrategias de marketing digital, es por ello que surge el siguiente cuestionamiento, ¿Cuál es el impacto que tiene la aplicación de un modelo de estrategias de marketing digital en el alcance y las ventas en una microempresa?

Por lo anterior, la presente ponencia tiene por objetivo general evaluar el diseño de estrategias de marketing digital que den incremento en el alcance y ventas en la microempresa SugarBox Bakery, que se dedica a la venta de galletas y pasteles en la ciudad de Hermosillo, Sonora, actualmente no cuenta con un local establecido que se pueda visitar por sus clientes, pero si cuenta con un punto de venta ubicada al sur de la ciudad en donde solo se pasa a recoger la orden solicitada con antelación.

Para dar respuesta a los objetivos, se realizó un análisis situacional de la empresa en mención, además de identificar el perfil buyer persona, herramientas útiles para proponer estrategias de marketing digital en el sector de repostería y galletería artesanal. Para tal efecto, se dio seguimiento a publicaciones –post- de Instagram de la microempresa SugarBox Bakery, verificando periódicamente el alcance de los seguidores. Los principales resultados ponen de manifiesto la necesidad de implementar un Plan de Marketing Digital para incrementar el alcance y ventas por parte de las microempresas objeto de estudio.

Palabras claves: *Plan de Marketing Digital, Estrategias digitales, Perfil de consumo.*

Presentación

De acuerdo con Armstrong (2013) el marketing es la gestión de relaciones redituables con los clientes con la promesa de un producto o servicio de calidad para mantener y satisfacer a los clientes con los que ya se cuentan. Existe una relación de intercambio en la cual, como empresa se debe de proporcionar la satisfacción al cliente por medio de un servicio o producto.

⁶ Estudiante de la Maestría en Administración, Departamento de Administración, Universidad de Sonora. Email: a216205882@unison.mx

⁷ Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Profesor Investigador de Tiempo Completo, Titular C, Departamento de Economía, Universidad de Sonora. Email: joel.espejel@unison.mx

El marketing es utilizado para gestionar los mercados, pero no se debe olvidar que se requiere tener una relación en donde los vendedores deben de identificar las necesidades y crear las ofertas de mercado donde los posibles clientes se sientan atraídos al servicio o producto ofrecido.

La promoción es una necesidad para los negocios en donde se informa y persuade a los clientes ya existentes al igual que a los posibles clientes futuros, esto se logra por medio de la publicidad, la cual se realiza por medio de estrategias y actividades para llevar el mensaje adecuado al mercado meta.

Las redes sociales juegan un papel muy importante en la publicidad ya que en esta se crea una relación entre cliente-empresa; de acuerdo con Amezcua (2012), México ocupa el segundo lugar de participación de audiencia en Internet en América Latina en el 2011, con un 19% en total, mientras que en el 2010 se pudo alcanzar una cifra de 34.9 millones de internautas.

Para poder tener éxito y tener una buena comunicación por medio del marketing, no solo es cuestión de subir información a las redes sociales sino tener cuidado con la interacción que se tiene con las personas. “Las organizaciones se encuentran en una comparación global, van implementando estrategias para poder lograr un valor agregado a su propia empresa” (Hernández, 2007).

Según Amezcua (2012) la mayoría de las empresas en México son pequeñas y medianas empresas, esto reafirma que llegan a ser un pilar a la economía a nivel nacional, en donde Veracruz contribuye en un 6.1% del total de las Pymes con las que cuenta el país. Asimismo, Vega (2018) en el año 2011 se invirtió 4300 millones de euros en redes sociales, en las cuales se tuvieron diferentes resultados, Facebook aumentó el 80% de los ingresos y Twitter multiplicó sus ingresos de 36 a casi 400 millones de euros. En el mismo estudio se pudo observar que el 97% de los internautas le pertenecen a Facebook mientras que Twitter obtiene el 76%.

Las redes sociales han logrado hacer ver a los negocios como algo atractivo ya que han ganado más peso no solamente en la comunicación a distancia si no como un espacio para que los negocios puedan publicitar los productos, siendo esta una ventaja para poder utilizar el mejor canal y llegar al mercado meta, sin la necesidad que el cliente tenga que viajar al punto de venta para ver el producto, con tan solo ver una imagen en línea siendo este atractivo; hoy en día no se necesita tener una tienda en físico para poder llegar a diferentes partes del mundo, puedes comprar en línea de un estado a otro, o bien en la misma ciudad.

Otras de las ventajas que se tiene a través del marketing y la publicidad es que en las redes sociales tenemos la facilidad de buscar directamente el producto que queremos y saber dónde podemos ir a encontrarlo, de igual manera se facilita el pedir información del producto sin necesidad de ir a ver su disponibilidad a la tienda físicamente.

Aproximaciones teóricas del Marketing Digital

Según Editorial Vértice (2010) el marketing digital se presenta como una parte activa en las estrategias de marketing de la una empresa, emplea sistemas de comunicación con el propósito de obtener una respuesta cuantificable de un producto. Al respecto, se puede conceptualizar como “El conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo online) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario” (Selman, 2017).

Según Chaffey y Ellis-Chadwick (2014), establecen que el marketing digital se define como un logro de los objetivos de marketing mediante el uso de tecnologías digitales. En este sentido, Russell (2002) propone que el marketing digital es la utilización de tecnologías digitales con el fin de respaldar diversas iniciativas de marketing centradas en alcanzar la obtención de beneficios y la fidelización de clientes, se basa en la comprensión de la relevancia estratégica de las tecnologías digitales.

Por tanto, el marketing digital es la aplicación de estrategias para la comercialización a través de medios digitales que comparten la información en tiempo real y llevar a cabo campañas publicitarias para permitir identificar el impacto en los usuarios (Bustos, Valencia y Viedman 2017).

Plan de Marketing Digital

Según Sainz de Vicuña (2015) el plan de marketing digital estratégico es clave para el proceso de la planificación comercial. En el plan de marketing, se encuentra una etapa inicial de identificación de oportunidades, en la cual se establecen la situación actual y los objetivos. Estos elementos proporcionan una comprensión de la finalidad del plan y del entorno en el que opera (Ambrosio, 2000). El plan de marketing digital sirve como guía indicando el cómo poder llegar de las acciones a los objetivos, al igual que facilitar la obtención de recursos y llevarlo a la práctica, nos proporciona la posición competitiva de partida (Cohen, 1989).

Según Docavo (2010), un plan de marketing digital comienza aplicando los fundamentos del marketing tradicional para determinar cómo se pueden aprovechar de manera rentable las nuevas tecnologías en las operaciones comerciales de la empresa. En muchas situaciones, las estrategias de marketing en línea implican la expansión de las actividades fuera de línea ya existentes, incorporando nuevas fuentes de información, métodos adicionales de interacción con clientes y proveedores, y canales de venta nuevos que se suman a los ya existentes.

Aplicación del Plan de Marketing Digital: Sugarbox Bakery

Para aplicar el diseño de un Plan de Marketing Digital en la empresa SugarBox Bakery se parte de los siguientes objetivos específicos: 1) Aumentar la visualización de los productos por medio de la publicidad en redes; 2)

Implementar estrategias de marketing digital para el aumento de ventas y alcance poblacional de los productos en Instagram; y 3) Evaluar el aumento de vistas y seguidores e la página de Instagram de SugarBox Bakery.

Por lo anterior, en este apartado se aplican dos herramientas fundamentales de diagnóstico situacional de la empresa, análisis FODA y perfil buyer persona, con el objetivo de proponer estrategias de marketing digital y dar respuesta a los objetivos planteados.

Análisis FODA: Sugarbox Bakery

El análisis FODA es un listado de fortalezas y debilidades de una empresa en donde se analizan los recursos y capacidades al igual que las amenazas y oportunidades que se analizan en su entorno. (Stacey, 1993).

Tabla 1. Matriz FODA: SugarBox Bakery	
<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las actividades clave como el diseño, innovación y calidad son originales y difíciles de replicar. • Oferta de productos de alto valor. • Clientes satisfechos • Relación estrecha y valiosa con el segmento de mercado. • Costes rentables 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliación de la cartera de productos. • Seguimiento con los clientes (considerar fechas importantes para establecer comunicación y mandar ofertas)
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de implementación de relaciones públicas y mercadotecnia. • La competencia podría imitar los recursos clave. • Falta de posicionamiento de marca. • Ingresos poco predecibles. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presencia de competidores en el mercado. • Presencia de productos sustitutos en el mercado.

Perfil buyer persona: Sugarbox Bakery

Imagen 1. Perfil buyer persona

Pamela Bustamante



Puesto

Psicóloga

Edad

Entre 25 y 34 años

Nivel de educación más alto

Título profesional

Industria

Cuidado de la salud

Tamaño de la organización

Entre 1 y 10 empleados

Canal favorito de comunicación

Redes sociales
Teléfono

Herramientas que necesita para trabajar

Celular
Computadora
Agenda electrónica

Responsabilidades laborales

Terapia psicológica individual, de pareja y familiar.

Su trabajo se mide en función de

Retención de clientes y comentarios de los mismos.

Metas u objetivos

Apertura de consultorio privado e independiente para brindar atención psicológica.
Generar perfil en redes sociales (Facebook e Instagram) agregando publicidad para dar a conocer el servicio.
Crear perfil en cuentas destinadas a ofrecer el servicio con publicidad pagada (psico.org, psico.mx, doctoralia)
Empezar ofreciendo el servicio dentro de una clínica consolidada para generar carpeta de clientes

Metodología

Para realizar la investigación, se toma como caso de estudio a una microempresa llamada SugarBox Bakery ubicada en Hermosillo, Sonora, la cual no cuenta con un punto de venta comercial, sus ventas son realizadas a través de redes sociales siendo su punto de recolección el domicilio de la fundadora.

SugarBox Bakery ha ido incrementado su alcance y ventas mediante el uso de la publicidad en redes sociales, pero no lo suficiente para poder llegar a distintos sectores de la ciudad. Analizando el resumen de los últimos 90 días del 7 de febrero de 2022 al 7 de mayo de 2023.

Imagen 2. Resumen estadístico de SugarBox Bakery Instagram



Resumen

Obtuviste **269** seguidores más en comparación con 9 nov. - 6 feb..

Cuentas alcanzadas	47 mil +6,6%	>
Cuentas que interactuaron	1.258 -35,9%	>
Total de seguidores	1.488 +22%	>

Fuente: Estadísticas de Instagram, 2023.

Se obtuvieron 269 seguidores más, comparado con el período que comprendió del 9 noviembre de 2022 al 6 de febrero de 2023, y se cuentan con un total de 1,488 seguidores hasta el momento.

El alcance del 7 de febrero de 2022 al 7 de mayo de 2023 de la página de Instagram de SugarBox Bakery, se logra ver un total de 47.004 cuentas alcanzadas, teniendo un +6,6 a comparación del 9 de noviembre al 6 de febrero.

Imagen 3. Cuentas alcanzadas



Fuente: Estadísticas de Instagram, 2023.

El 83,4% de las cuentas alcanzadas es por medio de anuncios, los cuales son pagados por determinado tiempo.

Imagen 4. Seguidores y no seguidores



Fuente: Estadísticas de Instagram, 2023.

Se obtuvo un alcance de +6,2% de cuentas en comparación del 9 de noviembre al 6 de febrero, con un total de 1,282 seguidores y 45,7 mil no seguidores.

Imagen 5. Seguidores



Fuente: Estadísticas de Instagram, 2023.

El incremento tal de los seguidores en SugarBox Bakery en los últimos 3 meses han sido 269, empezaron a seguir la cuenta 373 de los cuales 104 dejaron de seguir la página.

Imagen 6. Crecimiento



Fuente: Estadísticas de Instagram, 2023.

Resultados

Los números de alcance que se han presentado en SugarBox Bakery son buenos, no obstante, se considera que aún puede aumentar a porcentajes mayores al implementar distintas estrategias y no tan solo hacer el uso de publicidad pagada en sus imágenes de contenido de productos en una sola red social, como es el caso de Instagram.

Considerando como punto de partida el posterior análisis del alcance, se puede notar la íntima relación que existe entre alcance-ventas, ya que, comparando los datos sobre los ingresos generados en el rango del 9 de noviembre de 2022 al 6 de febrero 2023 y del 7 de febrero de 2022 al 7 de mayo de 2023 hay un incremento en los últimos 90 días del 52%. Esto a su vez, no solo nos permite ver un mayor número de ventas, sino poder apreciar como un alcance más elevado trajo consigo un incremento en las ventas, representadas como un crecimiento en los ingresos de los últimos 3 meses.

Es importante enfatizar en la estrecha relación de interdependencia que existe entre el aumento de alcance de una empresa y su posterior incremento de ventas, siendo estas reflejadas como un aumento monetario.

Estos incrementos de alcance y ventas se deben a la inversión de publicidad pagada, lo cual se entiende como una de las estrategias del marketing digital, tomando en cuenta que se puede hacer uso de distintas estrategias

de marketing enfocadas al segmento potencial, se estarán aplicando algunas de ellas en próximas investigaciones para ver los resultados que estas conllevan.

Conclusiones

Tras los resultados obtenidos del seguimiento del alcance de las publicaciones –post- en Instagram para la empresa Sugarbox Bakery, así como de las herramientas del marketing digital, se proponen las siguientes estrategias.

Estrategias de marketing digital: Sugarbox Bakery

Es importante resaltar, que tras el análisis situacional de la empresa Sugarbox Bakery por medio del DOFA y el perfil buyer persona, se están en condiciones para definir estrategias de marketing digital, las cuales se incluye en el Plan de Acción de la firma. A continuación, se muestran una serie de propuestas-

En relación al **marketing en redes sociales** se propone: 1) Creación de contenidos relevantes que atraigan al público, el uso de videos y audio para lograr captar la atención del posible comprador; y 2) La escucha activa de los clientes para mantener la comunicación y tener una mayor interacción por medio de preguntas abiertas o de opción en las historias de Instagram en donde el cliente se sienta escuchado y valorado por su opinión.

Para el caso del **marketing de contenidos**, se pueden implementar las siguientes estrategias: 1) Ofrecer información de valor al cliente para cuando necesite un producto en específico sea él quien regrese a la página y adquirir su producto; 2) Ofrecer contenido personalizado, el uso de publicaciones las cuales puedan ser de gran ayuda al buscar alguna idea para adquirir su producto personalizado para una ocasión; y 3) Contenido interesante, hacer uso de contenido de temporada que le parezca interesante al cliente.

Referencias bibliográficas

Ambrosio, V. (2000). *Plan de Marketing paso a paso*. Bogotá. Editorial Prentice Hall.

Amezcu, P. (2012). *Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para las PyMEs*.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187225561006>

Antevenio. (2018). ¿Qué es la metodología SOSTAC? <https://www.antevenio.com/blog/2018/08/metodologia-sostac/>

Armstrong, G. (Gary M.), Kotler, P., y Mues Zepeda, A. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.

Bustos, E., Valencia, G., y Viedman, B. (2017). *Marketing Digital*. Cali, Valle del Cauca: Trabajo parcial de grado de la Fundación Universitaria Católica -Lumen Gentium.

Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. (2014). *Marketing Digital. Estrategia, implementación y práctica*. Editorial Pearson.

Cohen W. A., (1989). *El plan de marketing*. Deusto. Bilbao. España.

- Cowley, M. B. (2016). *Jellies & Jaffas*: *Applying PR Smirth's SOSTAC Marketing Model to an Online Confectionary Start-Up*. SSRNElectronicJournal <https://doi.org/10.2139/ssrn.2834279>
- Docavo, M. (2010). *Plan de Marketing Online, Guía de implementación de estrategias de marketing online para PYMES*. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/0B2XgCMFk6axQbkg4bTUwQ2g2aFk/view?ts=59b413d5>
- Hernández, R. (2007). "Los sistemas de información como elemento estratégico de la formación gerencial". En: *Negotium*, 3, 7: 5-20.
- Kotler P. (2013). *Dirección de Marketing*, Edición del Milenio. Prentice Hall.
- Lerma, K. (2014). *Mercadotecnia: el mercado y sus estrategias*. Gasca Sicco.
- Mazaraki, A., y Bosovskaya, M. (2013). *Fundamentos teóricos y metodológicos de la formación de la estrategia de integración de las empresas*. Kiev: Bussines Inform.
- Mercado, S. (2014). *Mercadotecnia Programada*. Editorial Limusa.
- Moraru, C. (2012). *Una perspectiva comparativa de la competitividad de la industria de turismo rumana*. Bucarest: Revista Rumana de Estadística.
- Richardson, O., y Dennis, C. (2016). *Estudio de caso del sector de viñedos en el Reino Unido: análisis de actividades de venta al por menor utilizando herramientas de marketing estratégicas ejemplares*. Isleworth: British Food Journal.
- Riquelme Leiva, M. (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa*. Santiago, Chile. <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
- Russell Paul (2002). *E-Marketing Excellence: planning and optimizing your digital Marketing*. Editorial Butterworth-Heinemann.
- Sainz de Vicuña, J. (2015). *El plan de marketing digital en la práctica*. España, Madrid: gestic Editorial.
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. California, Estados Unidos: Ibukku.
- Stacey, R. D. (1993). *Strategic Management and Organizational Dynamics*. Pitman: Londres.
- Vértice, Editorial. (2010). *Marketing Digital*. Buenos Aires: Argentina.

Propuesta de elaboración de un manual organizacional para el Sindicato Mexicano Hiaki

Maríel Quiroz Álvarez⁸

María Leticia Verdugo Tapia⁹

Guadalupe Bórquez Tamayo¹⁰

Resumen

El objetivo general de este estudio es diseñar un manual organizacional para el Sindicato Mexicano Hiaki, con el propósito de fortalecer su estructura interna, mejorar su eficiencia operativa y promover su crecimiento sostenible, contribuyendo al empoderamiento económico de las mujeres en su comunidad. La metodología basada en un enfoque mixto que combina elementos cualitativos y cuantitativos, seguirá un diseño exploratorio y descriptivo. Los resultados preliminares de la entrevista semiestructurada con la directora del Sindicato Mexicano Hiaki destacan una clara conciencia de la necesidad del manual, resaltando la importancia de contar con roles claros para lograr eficiencia y empoderamiento. Actualmente, se está aplicando un cuestionario al personal para obtener datos cuantitativos y se espera que estos resultados, combinados con la entrevista, refuercen la validez de los hallazgos. Las conclusiones esperadas incluyen mejoras empresariales como una gestión más eficiente y un crecimiento sólido, así como beneficios sociales como mayor participación y representación femenina, fortalecimiento del compromiso del personal y oportunidades de financiamiento y colaboración estratégica.

Palabras clave: Manual organizacional, Estructura organizacional, Sindicato Mexicano Hiaki

Introducción

La lucha por los derechos de las mujeres en la sociedad es una tarea fundamental que debe ser llevada a cabo de manera organizada y eficiente. Los sindicatos son organizaciones de trabajadores que buscan mejorar las condiciones laborales y económicas de sus miembros. En el caso de las mujeres, los sindicatos pueden jugar un papel importante para lograr la igualdad salarial y la eliminación de la discriminación de género en el trabajo (Fernández, 2019).

Con este fin, se ha propuesto el diseño de un manual organizacional para el Sindicato Mexicano Hiaki. Esto, facilitará la toma de decisiones y la coordinación de actividades en beneficio de las mujeres en la sociedad.

⁸ Universidad de Sonora, Maestría en administración, a215200350@unison.mx

⁹ Universidad de Sonora, Maestría en administración, marialeticia.verdugo@unison.mx

¹⁰ Universidad de Sonora, Maestría en administración, guadalupe.borquez@unison.mx

La implementación de un manual organizacional puede mejorar la rendición de cuentas en el sindicato. Según Hossain y Jahan (2018), la rendición de cuentas se refiere a la obligación de los líderes y los miembros de la organización de ser responsables ante los demás miembros y ante la sociedad en general. Un manual organizacional puede ayudar a establecer responsabilidades claras y a asegurar que los líderes y los miembros cumplan con sus responsabilidades.

El manual organizacional específico para un sindicato de mujeres puede contribuir a mejorar la participación y representación de las mujeres en la organización, así como a incorporar un enfoque de género en las políticas y procedimientos de la organización (Herrera, 2020).

El diseño de un manual organizacional para el Sindicato Mexicano Hiaki cubre una importancia significativa en el contexto actual de la gestión de organizaciones, especialmente aquellas orientadas a promover el empoderamiento económico y el emprendimiento femenino. La justificación se fundamenta en diversas razones que abarcan tanto aspectos teóricos como prácticos, así como consideraciones sociales y económicas que respaldan la necesidad de llevar a cabo esta investigación y proyecto.

El diseño de un manual organizacional permitirá al Sindicato Mexicano Hiaki definir y documentar de manera clara su estructura interna, roles y responsabilidades. Esto contribuirá a una gestión más eficiente de los procesos internos, evitando duplicaciones de esfuerzos y mejorando la toma de decisiones.

Un manual organizacional sólido proporcionará a la organización una base estable para su crecimiento futuro. Contar con una guía organizativa, permitirá una gestión más efectiva de los nuevos desafíos y oportunidades.

El Sindicato Mexicano Hiaki tiene como objetivo principal empoderar a las mujeres emprendedoras y empleadoras. El diseño de un manual organizacional ayudará a la organización a ser más efectiva en la consecución de este objetivo al mejorar su estructura y capacidad de apoyo.

El proceso de elaboración del manual organizacional involucrará al personal del sindicato, promoviendo la transparencia y la participación activa en la toma de decisiones. Esto fortalecerá el sentido de pertenencia y compromiso del personal.

Contar con una documentación organizativa clara y sólida puede aumentar la credibilidad del Sindicato Mexicano Hiaki ante posibles donantes, socios y colaboradores externos, lo que puede resultar en oportunidades de financiamiento y colaboraciones estratégicas.

La investigación y desarrollo de un manual organizacional para una organización con características específicas como el Sindicato Mexicano Hiaki puede generar conocimientos valiosos en el campo de la administración y la gestión de organizaciones sin fines de lucro.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un manual organizacional para el Sindicato Mexicano Hiaki, con el propósito de fortalecer su estructura interna, mejorar su eficiencia operativa y promover su crecimiento sostenible, contribuyendo así a la promoción del empoderamiento económico de las mujeres emprendedoras y empleadoras en su comunidad.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del Sindicato Mexicano Hiaki
- Definir la estructura y roles dentro de la organización

Antecedentes

El Sindicato Mexicano Hiaki es una organización que tiene la finalidad de contribuir en el establecimiento de condiciones que potencialicen el desarrollo personal y profesional de la mujer y faciliten su inclusión en el ámbito laboral, impulsando su participación activa en el mundo de los negocios de una manera visible y próspera.

Este Sindicato fue fundado y dirigido desde su inicio por Alejandra Millán quien es una mujer de retos y oportunidades, originaria del estado de Sinaloa y Sonorense por adopción y es egresada de la Universidad de Sonora de la Licenciatura en Enfermería y cuenta con Maestría en Alta Dirección.

Impulsada por su pasión por la filantropía y su firme compromiso con la sociedad, fundó en 2021 el Sindicato de Mexicano Hiaki, primer sindicato de mujeres en Sonora. “Hiaki”, que significa “personas que hablan fuerte” en lengua Yaqui, se convirtió en el eslogan “mujeres que hablan fuerte”.

El diseño de un manual organizacional permitirá al Sindicato Mexicano Hiaki definir y documentar de manera clara su estructura interna, roles y responsabilidades. Esto contribuirá a una gestión más eficiente de los procesos internos, evitando duplicaciones de esfuerzos y mejorando la toma de decisiones.

Según Duarte (2013), es importante que una organización cuente con manuales administrativos, ya que ayudan a informar y orientar la conducta de los integrantes de una empresa, unificando los criterios de desempeño y cursos de acción que deben seguir para cumplir con los objetivos trazados.

Los manuales administrativos son documentos que sirven a las organizaciones, como instrumentos de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática las actividades que deben cumplirse por los miembros del organismo.

La tarea de elaborar manuales administrativos se considera como una función para mantener informado al personal de los deseos y cambios en las actitudes de la dirección superior, al delinear la estructura organizacional y poner las políticas y procedimientos en forma escrita y permanente.

El manual debe de estar correctamente redactado, ya que es un valioso instrumento de mucha utilidad en la administración organizacional. En esencia, los manuales administrativos representan un medio de comunicación de las decisiones administrativas, y es por eso, que tiene como propósito señalar en forma sistemática la información administrativa.

Como menciona Pulgar-Vidal & Ríos Ramos (2015): “Un manual es un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información que una organización considera necesaria para la mejor ejecución del trabajo”.

Los manuales administrativos surgen en la mitad del siglo XX, en fechas de la Segunda Guerra Mundial, en virtud de que en el frente se contaba con personal no capacitado en estrategias de guerra y fue mediante los manuales como se instruía a los soldados en las actividades, las cuales deberían desarrollar en campaña; los primeros intentos de manuales administrativos fueron en forma circulares, memorándums e instrucciones internas, mediante los cuales se establecían las formas de operar; ciertamente, estos intentos carecían de un perfil técnico; pero establecieron las bases para los manuales administrativos.

Los diferentes organismos (públicos o privados) tienen necesidad de manuales específicos. El tipo de manual se determina dando respuesta al propósito que han de lograr. En ciertos casos, solo cumplen con un objetivo específico, mientras que en otros casos se alcanza múltiples objetivos.

De acuerdo con Herrera (2018), existen diversas clasificaciones de los manuales a los que se designa diversos nombres, pero que pueden resumirse de la siguiente manera:

Manual de historia del organismo. Su propósito es proporcionar información histórica sobre el organismo: sus comienzos, crecimiento, logros, administración y posición actual.

Manual de organización. Su propósito es exponer en forma detallada la estructura organizacional formal a través de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos.

Manual de políticas. Consiste en una descripción detallada de los lineamientos a ser seguidos en la toma de decisiones para el logro de los objetivos.

Manual de procedimientos. Es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa del organismo.

Manual de adiestramiento o instructivo. Utilizado generalmente en procesos de capacitación y adiestramiento de personal, es un documento que puntualiza y describe en forma sistematizada las actividades a ser cumplidas por el personal, así como la forma en que deben llevarse a cabo.

Leos (2004), menciona que “El objetivo fundamental de los manuales administrativos es explicar en términos accesibles por qué de las decisiones gubernamentales, ministeriales o departamentales y el cómo se deben aplicar en la práctica”.

Los manuales administrativos coadyuvados a su función, persiguen los siguientes objetivos:

- Presentar una visión de conjunto de la organización (individual, grupal o sectorial).
- Precisar las funciones asignadas a cada unidad administrativa, para definir responsabilidades, evitar duplicaciones y detectar omisiones.
- Mostrar claramente el grado de autoridad y responsabilidad de los distintos niveles jerárquicos que lo componen.
- Ahorrar tiempo y esfuerzo en la realización de las funciones pues evitan la repetición de instrucciones y criterios de actuación.
- Relacionar las estructuras jerárquicas funcionales con los procesos de negocio.

La falta y necesidad de personal capacitado durante la guerra generó la necesidad de formular manuales detallados. Estos manuales se crearon como herramientas auxiliares para lograr el control efectivo del personal y establecer políticas, estructuras funcionales, procedimiento y otras prácticas organizativas de manera accesible, directa, uniforme y autorizada para aquellos que están trabajando.

Con el transcurrir de los años los manuales se adaptaron para ser más técnicos, claros, concisos y prácticos, y comenzaron a aplicarse a diversas funciones operacionales (producción, ventas, finanzas, etc.) de las empresas.

Metodología

Diseño de la investigación

Este estudio se llevará a cabo utilizando un enfoque de investigación mixta que combina elementos cualitativos y cuantitativos. Se trata de un diseño exploratorio y descriptivo. Este diseño de investigación busca explorar las necesidades y desafíos organizacionales del Sindicato Mexicano Hiaki, así como describir la estructura y los procesos actuales de la organización.

Instrumento de recolección de datos

Para recopilar datos cualitativos, se realizará una entrevista semiestructurada a la directora del sindicato. Esta entrevista permitirá obtener información detallada sobre las percepciones, necesidades y desafíos de la organización.

Para recopilar datos cuantitativos, se aplicarán encuestas a las empleadas del sindicato. Las encuestas contendrán preguntas abiertas, cerradas y en escala en Likert para medir su opinión sobre la eficacia de la estructura y los procesos actuales, así como sus sugerencias para mejoras.

Elección y tipo de muestra

La población objetivo de este estudio está compuesta por todas las empleadas del Sindicato Mexicano Hiaki. Para las entrevistas cualitativas, se seleccionarán miembros clave del sindicato que ocupen posiciones de liderazgo en la organización. Este enfoque de investigación mixta permitirá tener una comprensión completa de las necesidades y desafíos organizacionales, así como recopilar datos cuantitativos para respaldar el diseño del manual organizacional. La combinación de datos cualitativos y cuantitativos fortalecerá la validez y confiabilidad de los hallazgos y garantizará que el manual diseñado esté alineado con las necesidades reales de la organización.

Resultados

En esta etapa inicial de la investigación, se ha llevado a cabo una entrevista semiestructurada con la directora del Sindicato de Mujeres Hiaki, Alejandra Millán. Los resultados preliminares indican que existe una conciencia clara sobre la necesidad de un manual organizacional en la organización. La directora enfatizó la importancia de establecer roles y responsabilidades de manera clara para fomentar la eficiencia operativa y fortalecer la misión de empoderamiento de las mujeres. Esto no solo fortalecerá la gestión interna, evitando duplicaciones de esfuerzos, sino que también contribuirá a cumplir con las obligaciones ante la sociedad. Además, actualmente se está en el proceso de aplicar un cuestionario al personal del sindicato, con el objetivo de recopilar datos cuantitativos sobre la percepción interna respecto a la eficacia de la estructura, así como para obtener sugerencias concretas para mejoras. Los resultados preliminares de la entrevista, señalan una clara conciencia sobre la importancia del diseño de un manual organizacional, con énfasis en la necesidad de establecer roles y responsabilidades de manera transparente. Se espera que la combinación de los datos cualitativos de la entrevista y los datos cuantitativos del cuestionario fortalezcan la validez de los hallazgos y proporcionen una comprensión integral de las necesidades de la organización. Los resultados esperados incluyen una gestión más eficiente, una mayor participación de las mujeres en la toma de decisiones y un

fundamento sólido para el crecimiento sostenible del Sindicato Mexicano Hiaki, contribuyendo así al empoderamiento económico de las mujeres emprendedoras y empleadoras.

Conclusiones

En conclusión, se espera que la investigación y el diseño del manual organizacional para el Sindicato Mexicano Hiaki generen impactos significativos tanto a nivel empresarial como social. En el ámbito empresarial, la implementación del manual fortalecerá la estructura interna del sindicato, mejorará la eficiencia operativa y proporcionará una base sólida para el crecimiento futuro. Esto, a su vez, contribuirá al objetivo principal del sindicato de empoderar a las mujeres emprendedoras y empleadoras. Socialmente, se anticipa que el manual aumentará la participación y representación de las mujeres en la organización, incorporando un enfoque de género en políticas y procedimientos. Además, el proceso de elaboración del manual fomentará la transparencia y la participación activa, fortaleciendo el sentido de pertenencia y compromiso del personal. En definitiva, contar con una documentación organizativa clara y sólida aumentará la credibilidad del Sindicato Mexicano Hiaki, abriendo oportunidades de financiamiento y colaboraciones estratégicas que beneficiarán tanto a la organización como a la comunidad que busca impactar.

Bibliografía

- Duarte, M. (2013). Importancia de los manuales administrativos. Recuperado el 20 de octubre de 2023, de <https://realemexico.wordpress.com/2011/02/25/importancia-de-los-manuales-administrativos/>
- Fernández, M. (2019). Sindicatos y mujeres trabajadoras: una relación necesaria para la igualdad laboral. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 8(1), 23-35.
- Herrera, A. (2020). Manual organizacional específico para un sindicato de mujeres: Una herramienta para la incorporación de la perspectiva de género en la gestión sindical. *Revista Internacional de Estudios de Género*, Año 10, Nº 20, 113-125.
- Herrera, E. (2018, mayo). Manuales administrativos. Gestipolis. Consultado el 14 de octubre de 2023, de <https://www.gestipolis.com/manuales-administrativos/>
- Hossain, M. S., & Jahan, S. (2018). Manual organizacional y rendición de cuentas en sindicatos: una revisión conceptual. *Revista de Economía y Finanzas*, 1(2), 1-10.
- Leos, G. Q. (2004). *Organización y métodos en la organización pública*. México: Trillas.
- Pulgar-Vidal, L. H., & Rios Ramos, F. (2015). *Metodologías para implantar la estrategia: diseño organizacional de la empresa* (2da. ed.). Lima, Perú: UPC (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas).

Mejora de prácticas del manejo manual de cargas para favorecer la salud ocupacional en el almacén de materia prima de Leoni Wiring Systems en Hermosillo, Sonora

Francisco Javier Valenzuela Torres¹

Sergio Ramón Rossetti López²

Resumen

La elaboración de este trabajo de investigación se realiza bajo un enfoque mixto dentro del almacén de LEONI WIRING SYSTEMS donde se utilizó el enfoque cuantitativo en cuanto al método de evaluación ergonómica, así como un cuestionario acerca de la sintomatología lo cual se revisará más adelante. El objetivo es realizar un diagnóstico que permita evaluar e implementar prácticas estandarizadas en el manejo manual de cargas que realizan los almacenistas, mediante la evaluación con el método GINSHT y las observaciones de este, con la finalidad de que los trabajadores logren mejorar su calidad de vida permitiendo que realicen sus actividades operativas reduciendo las malas prácticas ergonómicas. Los principales resultados en una evaluación previa mediante una encuesta a una muestra de 15 trabajadores, indica que los almacenistas de este establecimiento presentan síntomas en el área lumbar al realizar sus actividades diarias, por lo cual se busca la realización de un diagnóstico para posteriormente la implementación de prácticas ergonómicas.

Palabras clave: Ergonomía, Manejo manual de cargas, Condiciones Inseguras

Introducción

En el presente trabajo terminal se busca hacer conciencia al trabajador del almacén de materia prima de LEONI WIRING SYSTEMS sobre el impacto y los efectos que tienen en su salud ocupacional, las malas prácticas sobre el manejo manual de cargas para transportar, colocar el material en locación y manejo de materiales, además de las enfermedades de trabajo que puede ocasionarles y se realizó una propuesta acerca de cómo pueden llevar a cabo sus actividades laborales minimizando el impacto negativo en su salud, así como el favorecimiento de su salud ocupacional.

De acuerdo con el capítulo 7 de la memoria estadística del Instituto Mexicano del Seguro Social (2022), se reportaron 1,801 casos de incapacidades por riesgos de trabajo y 1,166 de accidentes de trabajo en el año 2022.

A continuación, se presenta una ilustración basada en el capítulo 7 de la memoria estadística del IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) donde podemos ver un promedio de 14,994 lesiones en los últimos 5 años solamente en trabajadores de almacén y bodegas por lo que el problema descrito en el capítulo anterior coincide con las cifras reportadas que se presentan a continuación.

Tabla 1. Lesiones reportadas en almacenes de México en el periodo 2018-2022

Año	2022	2021	2020	2019	2018
Total, de lesiones en trabajadores de almacén	14,638	14,089	12,673	15,558	18,083

Fuente: Elaboración propia basada en la memoria estadística del IMSS

El hecho de evaluar las actividades que realizan los trabajadores de manera diaria y la detección de factores de riesgo que se presenten durante la operación en el almacén, ayudará a reducir el riesgo de algún padecimiento ya mencionado y tener una mejor calidad de vida haciendo que su operación favorezca su salud ocupacional. Se buscará también reducir la fatiga y accidentes de trabajo por medio de la mejora de las prácticas ergonómicas.

En cuanto al aspecto académico, se busca desarrollar el tema del manejo manual de cargas generando aprendizaje necesario para que la población de estudio pueda abordar los problemas presentados en el almacén de materia prima de Leoni Wiring Systems. En cuanto al aspecto social, este trabajo terminal ayudará a combatir la problemática de las lesiones e incapacidades a las que son susceptibles los trabajadores del almacén de materia prima de Leoni.

En cuanto al aspecto tecnológico, este trabajo terminal ayudará al trabajador de la población descrita en este caso del almacén de materia prima de Leoni Wiring Systems, a tener el conocimiento y capacitación acerca de cómo deben realizar sus actividades diarias relacionadas al manejo manual de cargas y puedan aplicar estos conocimientos.

En el pasado se ha estudiado el espacio físico de trabajo y su distribución, según Martínez (1993), se considera que algunos de los aspectos del entorno trabajo no pueden ser modificados debido a los espacios y a las condiciones que pone el entorno, en este trabajo terminal se revisó la posibilidad de cambiar la manera en que se trabajaba con respecto al entorno físico para que este no fuese perjudicial para la estación de trabajo.

La finalidad de este trabajo terminal es mejorar la estancia del operador dentro de su lugar de trabajo, una de las herramientas que se utilizó para esta mejora es la concientización al trabajador acerca de los riesgos en que incurre al realizar sus actividades diarias y el impacto en su salud laboral, así como también lograr disminuir el impacto que estas tareas repetitivas tienen, para con ello lograr una mejor calidad de vida y una rutina de

trabajo sostenible durante el tiempo y prevenir lesiones asociadas al trabajo las cuales puedan comprometer la seguridad y funcionalidad de los empleados así como su integridad.

Objetivos

Objetivo general

Implementar prácticas estandarizadas en el manejo manual de cargas dentro del almacén de materia prima de LEONI WIRING SYSTEMS para favorecer la salud ocupacional del personal durante su jornada laboral.

Objetivos específicos

- Caracterizar la estandarización del manejo manual de cargas de acuerdo con la NOM-036-1-STPS-2018, dentro del almacén de materia prima de LEONI WIRING SYSTEMS en Hermosillo, Sonora.
- Evaluar al personal del almacén sobre la realización de sus actividades relacionadas con el manejo manual de cargas de acuerdo con el instrumento GINSHT en el almacén de Leoni Wiring Systems en Hermosillo, Sonora.
- Implementar prácticas estandarizadas de manejo manual de cargas en el almacén de Leoni Wiring Systems en Hermosillo, Sonora.

Antecedentes

Por medio del análisis y observación de las actividades dentro del almacén de materia prima de LEONI WIRING SYSTEMS, se detectó una necesidad de mejora en el manejo manual de cargas dentro de las instalaciones del almacén, ya que en éste se suelen incurrir en riesgos que atentan contra la salud del trabajador, según Arvizu (2000), la mayor parte de las lesiones musculares se deben a trastornos musculoesqueléticos provocados por el exceso de carga de trabajo, un ejemplo se ha encontrado en el área de *dispatch* del almacén donde se elaboran kits de materiales para el proceso productivo, en el cual podemos ver contenedores con dimensiones de 90 cm x 60 cm x 30 cm, donde se guarda material para entregar al área de producción, estos son apilados uno encima del otro donde podemos observar que la altura de estos supera la altura recomendada que un trabajador debe cargar, la cual es por encima de su hombro, lo que es visto como un riesgo potencial y un factor de riesgo grande que pudiera ocasionar una lesión.

Los métodos para evaluar el manejo manual de cargas son útiles al momento de saber si las tareas que se realizan en el trabajo tendrán posteriormente un impacto negativo en la salud del trabajador, el conocer acerca de ellos es un apoyo para tener una referencia acerca del peso máximo recomendado que el operador debe levantar ya sea con ayuda mecánica o utilizando solamente su cuerpo, tomando en cuenta , la posición, giros

de cadera, tipo de agarre, altura de levantamiento; algunos ejemplos de estos métodos son, la ecuación NIOSH, la guía de levantamiento de carga del INSHT, así como las tablas de SNOOK y CIRELLO.

Actualmente La empresa Leoni wiring systems es evaluada por el Instituto mexicano del seguro social en cuanto al cumplimiento de la norma, sin embargo de acuerdo con una entrevista realizada al encargado de seguridad e Higiene no se tiene definida la frecuencia ni previstas las fechas en la que pudiera llegar una auditoría, en cuanto a las obligaciones del patrón la empresa tiene previsto contar con un análisis de factores de riesgo en el manejo manual de cargas como lo indica la norma, a su vez comenta que a cada empleado al ingresar se le instruye cómo debe realizar sus operaciones, adicionalmente aplicar la vigilancia de que se cumpla con ello lo establecido y aplicando los exámenes médicos correspondientes un ejemplo es el de realizar la toma de presión a las personas que utilizaran alguna grúa mecánica.

Al realizar una evaluación uno de los retos al que podemos vernos enfrentado es como lo dice Luque (2014), el de identificar el tipo de riesgo ergonómico que se presenta además de un análisis de riesgo de las condiciones de trabajo, para con ello proceder con la evaluación.

Para efectos de este trabajo terminal que se presentará a continuación se consolidaran las lesiones y enfermedades de trabajo englobándolas en el término salud ocupacional como se maneja en el título de este trabajo. A continuación, se mencionará una aplicación realizada por Salazar (2014), este estudio se realizó en CONSTRUDIAMOND, donde vemos que se definieron las actividades clave para posteriormente evaluar el manejo manual de cargas, observando que el 57% de los trabajadores maneja objetos de más de 3 kg con una frecuencia de 3 minutos hasta 2 horas diarias, donde el autor define un peso teórico de la carga , " De conformidad con la representación del peso teórico de carga para el caso de estudio es de 13 kg, la misma que se obtiene en función de la distancia horizontal a la que se maneja la carga y la posición "(Salazar, 2015).

Posteriormente realiza el cálculo de peso aceptable con base al producto del peso teórico, distancia vertical, giro, agarre de la carga, frecuencia de la tarea, y un factor de población dado por el método. Finalmente, con base al peso real de la carga al ser mayor en comparación al peso aceptable, señala que la operación evaluada no es un riesgo tolerable ya que excede los límites de carga, el levantamiento se realiza en una posición incorrecta y la frecuencia de manipulación de la carga no es la recomendada mencionando que lo ideal es 5 levantamientos por minuto realizándose en un lapso no mayor a 1 hora.

Otro de los métodos los cuales se tocarán más adelante en la sección de marco teórico es la ecuación NIOSH, la cual se tiene como antecedente la aplicación realizada por el autor Combarros (2013), donde se realizó la aplicación de este método en un almacén en la ciudad de Valladolid, donde evalúa factores como altura, distancia horizontal, factor de desplazamiento, agarre, frecuencia y la constante de la carga , donde la ecuación NIOSH funciona como una multiplicación de estos factores y se evalúan cada uno de los puntos para definir las acciones correctivas.

Metodología

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), existe una ruta de investigación la cual entrelaza tanto cualitativa como cuantitativa ésta se llama mixta, la cual permite que ambos enfoques interactúen entre sí, donde se realiza una recolección de datos cuantitativos y cualitativos utilizando recursos como datos numéricos y textuales para lograr una interacción entre ambas.

El enfoque que se utilizó en la presente investigación es mixto, debido a que se combinaron tanto enfoque cualitativo como cuantitativo, de manera que el enfoque cuantitativo se utilizó al recolectar datos para observar un patrón además de la evaluación ergonómica que se realizó utilizando el método de evaluación GINSHT, por otro lado se utilizó el enfoque cualitativo al realizar encuestas acerca de la sintomatología que presentaban los trabajadores al inicio y término del proyecto de manera que se realizó una comparación.

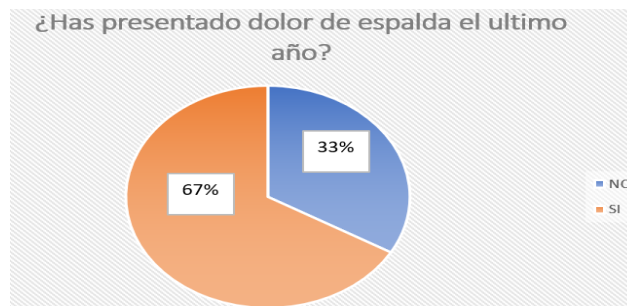
El alcance que se utilizó en la presente investigación será explicativo, debido a que se analizaron las causas que provocan el problema ya descrito en este punto, al contar con esta información se logró determinar en un mejor grado la solución.

En cuanto a la muestra, se realizó un análisis de las áreas más críticas para la operación siendo el área de recibo de material y dispatch la cual considerando ambas cuenta con 10 personas considerando ambas áreas por lo que la evaluación será realizada a una muestra representativa de 6 personas.

Resultados

A continuación, se presentarán los resultados más relevantes de una evaluación previa realizada a 15 almacenistas acerca de los síntomas presentados al realizar sus operaciones, además de la frecuencia con la que se presentan dichos síntomas.

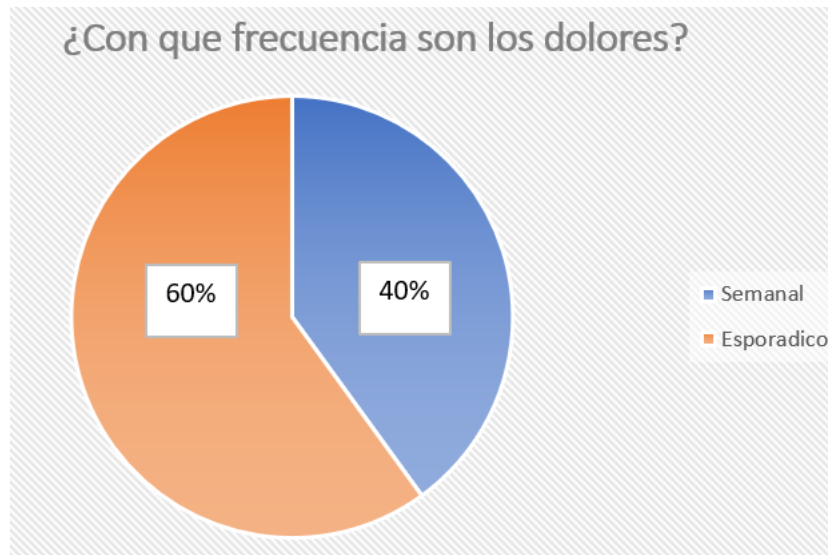
ILUSTRACIÓN 1. Síntomas en el área lumbar el último año



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta al almacenista.

En la gráfica anterior se puede observar que de la población encuestada el 67% de los encuestados reporta que si ha presentado dolor de espalda durante la operación durante el último año.

ILUSTRACIÓN 2. Frecuencia de dolor reportada



Fuente: Elaboración propia basada en encuesta al almacenista.

En la gráfica anterior podemos observar que de la población que presenta dolor lumbar 40% reporta un dolor semanal, mientras que el 60% muestra un dolor de manera esporádica al realizar la operación.

Conclusiones

Las lesiones en el centro de trabajo son situaciones que la empresa busca reducir, ya que estas pueden provocar incapacidades y daño a la salud del trabajador, por lo que el evaluar, diagnosticar e implementar prácticas ergonómicas es de utilidad para la empresa LEONI WIRING SYSTEMS.

Como se puede observar hoy los trabajadores del almacén de LEONI WIRING SYSTEMS reportan dolor en el área lumbar al realizar su operación durante la jornada laboral, por lo cual el hecho de evaluar y mejorar las prácticas que realizan durante la operación será de suma importancia para favorecer la salud ocupacional de los trabajadores de la empresa, mejorando a su vez su calidad de vida.

Bibliografía

Arvizu, M., y Álvaro, R. (2000). *La Ergonomía como factor en la reducción del ausentismo* [Tesis de maestría, Universidad de Sonora]. Biblioteca digital de la Universidad de Sonora

Combarros Arias, A. (2013). *Aplicación De La Ecuación Niosh En Un Almacén*.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/4951/TFM-I-44.pdf?sequence=1>

- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. En M. Rocha, C. Tapia, & C. Andrade (Eds.), Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (7a ed.). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V. [shorturl.at/mwS39](http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/memoria-estadistica-2018)Instituto Mexicano del seguro social. (2018). Memoria Estadística 2018. IMSS. Recuperado 21 de octubre de 2023, de <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/memoria-estadistica-2018>
- Instituto Mexicano del seguro social. (2019). Memoria Estadística 2019. IMSS. Recuperado 21 de octubre de 2023, de <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/memoria-estadistica-2019>
- Instituto Mexicano del seguro social. (2020). Memoria Estadística 2020. IMSS. Recuperado 21 de octubre de 2023, de <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/memoria-estadistica-2020>
- Instituto Mexicano del seguro social. (2021). Memoria Estadística 2021. IMSS. Recuperado 21 de octubre de 2023, de <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/memoria-estadistica-2021>
- Instituto Mexicano del seguro social. (2022). Memoria Estadística 2022. IMSS. Recuperado 21 de octubre de 2023, de <http://www.imss.gob.mx/conoce-al-imss/memoria-estadistica-2022>
- Luque, L. (2014). *Diseño e implementación de un programa de gestión de riesgos ergonómicos asociados a trastornos músculo esqueléticos* [Tesis de maestría]. Biblioteca digital de la Universidad de Sonora.
- Marín, A. (1993). *Los factores ergonómicos para el aumento de la productividad* [Tesis de maestría]. Biblioteca digital de la Universidad de Sonora.
- Salazar, V. H. (2015). *Relación entre la sobrecarga física en el levantamiento manual de cargas y la aparición de lesiones osteomusculares lumbares en los obreros de la constructora Contrudiamond en Cumbayá*. [UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL]. http://192.188.51.77/handle/123456789/180/simple-search?query=&sort_by=score&order=desc&rpp=10&filter_field_1=author&filter_type_1>equals&filter_value_1=Salazar+Rodas%2C+Victor+Hugo&etal=0&filtername=subject&filterquery=MANEJO+D+E+CARGA&filtertype>equals

Hacia una gestión de calidad integral en el sector de hidrocarburos: Importancia de la certificación ISO 29001:2020

Fructuoso Hernández Orozco¹¹

Judith Cavazos Arroyos¹²

Ramón Soto Cruz¹³

Resumen

El estudio se enfoca en la gestión de calidad del sector de hidrocarburos, específicamente en plantas almacenadoras y distribuidoras en Hermosillo, destacando la importancia de la certificación ISO 29001:2020. El objetivo es evaluar el estatus de implementación de la norma en las plantas almacenadoras de combustibles derivados de petróleo. Los objetivos específicos abarcan la descripción de la norma ISO 29001:2020, identificar empresas certificadas y no certificadas en Hermosillo, determinar si hay dificultades para su adopción y diseñar una estrategia de implementación. La metodología es mixta, combinando investigación cuantitativa y cualitativa con revisiones bibliográficas, entrevistas y cuestionarios estructurados. Los resultados preliminares subrayan la relevancia de las normas internacionales, exponiendo beneficios y desafíos al adoptar la ISO 29001:2020. Se evidencia resistencia a la certificación por costos y tiempo. Anticipadamente, se concluye que las empresas pertenecientes al sector prefieren la ISO 9001:2015 sobre la ISO 29001:2020 por razones de tiempo y costos, aunque se reconoce la interconexión de requisitos entre ambas normas.

Palabras clave: Certificación, Gestión de calidad, Combustibles, Almacenadoras

Introducción

El objetivo principal de cualquier empresa es ofrecer servicios y productos de alta calidad. Para lograrlo, es fundamental establecer un sólido sistema de gestión de calidad certificado bajo normas internacionales. Esta medida no solo mejora la organización interna de la empresa, sino que también conduce a una mayor eficiencia al minimizar pérdidas de recursos y mejorar el servicio ofrecido. Además, ayuda al cumplimiento normativo y legal, generando confianza entre los grupos de interés y proporcionando ventaja competitiva (Chen et al., 2019).

¹¹ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, E-mail: a213204227@unison.mx

¹² Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Posgrados en Negocios, E-mail: judith.cavazos@upaep.mx

¹³ Universidad de Sonora, Departamento de Contabilidad, E-mail: ramon.soto@unison.mx

En el caso específico de las plantas almacenadoras de hidrocarburos, la adopción de un sistema de gestión de calidad es crucial. Permite diseñar estrategias para responder rápidamente a la demanda del mercado, lo que se traduce en mayor participación y rentabilidad del negocio, al obtener mayores ganancias operativas y menores costos de operación (Siddiqui et al., 2012). Además, facilita la integración de la organización y promueve un liderazgo efectivo desde la alta dirección hasta todos los empleados, mejorando la evaluación y desempeño para lograr una mejora continua (Reyes et al., 2021).

La gestión de la documentación es esencial para evitar descontrol y garantizar una planificación adecuada. Un sistema de gestión de calidad bien estructurado minimiza este riesgo al proporcionar una estructura clara y definida de la información.

Por otro lado, en la industria del petróleo, como en cualquier otra industria, alcanzar ventaja competitiva y la eficiencia requiere un sólido andamiaje organizacional. Con el que se obtengan resultados en niveles directivos y operativos. El primero para liderar y apoyar a toda la organización, el segundo para aumentar la productividad con la calidad requerida (Unamuno et al., 2015). Se necesita contar con un sistema de gestión que permita abordar y minimizar los problemas entre las áreas compra-almacenamiento-transporte de productos petrolíferos. Las empresas han de gestionar calidad a lo largo de la cadena de suministro para reducir costos y a la vez mejorar la eficiencia operativa (RISTOVSKA et al., 2017) ya que la alta demanda en las plantas que ofertan combustibles en grandes volúmenes se ven obligadas a mejorar continuamente los procesos administrativos y operativos.

Gorotiza y Romero (2021) resaltan que un sistema de gestión de calidad es fundamental para alcanzar los objetivos de la organización, estableciendo una metodología y una gestión de actividades clave para mejorar los procesos administrativos. Obtener la certificación bajo un sistema de gestión de calidad se convierte así en un factor crucial para el éxito de la organización (Elianne, 2023).

La certificación internacional tiene un impacto positivo evidente, reflejándose en la satisfacción del cliente y en el empoderamiento de los trabajadores. Esta inclusión del personal en el cumplimiento de los objetivos de la empresa ha sido destacada como un resultado beneficioso (Khatib et al., 2020).

Hasta el momento no hay estudios previos en el municipio de Hermosillo que muestre datos estadísticos acerca de las empresas que estén certificadas bajo la norma ISO 29001:2020. La investigación ha de revelar si las plantas almacenadoras de productos petrolíferos en Hermosillo deben certificarse bajo un estándar de gestión de calidad específico para el sector. Esto no solo les ayudará a mejorar el servicio al cliente, también les ha de dar un respaldo internacional. Igualmente, es importante determinar el estatus de implementación de la norma ISO 29001, y las dificultades para aplicar la norma.

Es crucial una revisión literaria de las normas que rigen los estándares de calidad en los procesos administrativos de las plantas almacenadoras de hidrocarburos. Esto permitirá diseñar un plan estrategia efectivo para la implementación de la norma ISO 29001:2020.

Objetivos

Objetivo General

Determinar el estatus de implementación de la norma ISO 29001:2020 en plantas almacenadoras de hidrocarburos y de gas instaladas en Hermosillo.

Objetivos específicos

- Describir la Norma ISO 29001:2020.
- Identificar las empresas distribuidoras de petrolíferos y de gas natural en Hermosillo que cuentan con la certificación ISO 29001:2020. Así como las que no lo están.
- Determinar las principales dificultades que enfrentan las empresas distribuidoras.
 - de petrolíferos y de gas natural en Hermosillo para la implementación de la norma ISO 29001:2020.
- Diseñar estrategia para la implementación de la norma ISO 29001:2020.

Antecedentes

Durante los años 1980s en Europa fue introducido el concepto de estándar internacional solo para el sector manufacturero. Este concepto fue liderado principalmente por el Reino Unido bajo la norma británica BS 5750 que establecía los requisitos para las empresas que se encargaban de producción, instalación, inspección y pruebas manufactureras. Pero con el creciente desarrollo comercial en la Unión Europea, se hizo evidente que los productos necesitaban estar bajo estándares que permitieran confiabilidad, por lo que en 1987 la BS 5750 fue reemplazada por la ISO 9000, convirtiéndose esta última en un estándar mundial y auditable para productos y servicios (Dentch, 2017). Al comienzo la ISO 9000:1987 incluía tres subconjuntos:

- ISO 9001:1987-Requisitos de garantía de calidad para empresas dedicadas al diseño, desarrollo, producción, instalación y servicio.
- ISO 9002:1987-Requisitos de garantía de calidad para empresas dedicadas a producción, instalación y servicio.
- ISO 9003:1987-Aseguramiento de la calidad en la inspección y prueba final.

En años recientes las exigencias de los diferentes grupos de interés entre las diversas industrias han provocado que las organizaciones se encuentren bajo presión, obligándolas a integrar diferentes sistemas de gestión

(Talapatra et al., 2018), los sistemas de gestión más comunes y compatibles entre si son; ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 180001 y SA 8000(imagen 1).

Imagen 1. Varios sistemas de gestión utilizados en todo el mundo.

Campo	Estándares de cumplimiento utilizados
Gestión de la calidad	ISO9001, ISO1471, ISO28001, HOKLAS, TS 16949, ISO 100002, BAPT
Gestión ambiental	ISO 14001, COC/FCS, IECQ, WEEE, ROHS
Gestión de la responsabilidad social	SA 8000, ICTI, AA1000, ENVOLTURA, RSE, ETI
Salud y seguridad organizacional	OHSAS 18001, Auditoría RSA, F & IU (SM)

Fuente Talapatra et al. 2018.

A comienzos de la década de los años 2000, se notificó al sector petrolero y del gas sobre la introducción de una nueva norma de calidad, la ISO/29001. Esta norma permitió a las empresas del ramo desarrollar un sistema de gestión de calidad y aplicarlo en sus actividades. Sin embargo, debido al progreso tecnológico, la creciente competencia y las condiciones tanto internas como externas del mercado, la norma ISO/TS 29001 fue actualizada en 2020 a ISO 29001:2020. A partir de la norma anterior, la nueva versión incorporó secciones sobre reciclaje de materiales, desarrollo de proyectos, operación de equipos e implementación de diversos sistemas. Una de las principales ventajas de la actualización fue la capacidad para prevenir deficiencias en la gestión de calidad y reducir las pérdidas en los diferentes procesos (Turova y Sergeeva, 2021).

La norma ISO 29001:2020 está directamente vinculada con la generación de confianza en la resolución de desafíos comunes, asegurando seguridad de las operaciones que deben producir resultados confiables y eficientes. Busca abordar vacíos que la ISO 9001:2015 no cubre en la industria del petróleo y el gas. Esencialmente, la ISO 29001:2020 proporciona claridad a los operadores y proveedores del sector, estableciendo especificaciones que deben cumplir las organizaciones que suministran productos y servicios a la industria petrolera. Su objeto es garantizar que cada proceso identifique riesgos organizacionales y específicos de productos y servicios, asegurando confiabilidad y rendimiento. Además, fomenta la estandarización en la industria petrolera, proporcionándole un marco para alinear los requisitos con los estándares de gestión complementarios. También resulta útil para la gestión de riesgos y oportunidades que se presentan en la cadena de suministro relacionados con la industria petrolera, petroquímica y del gas natural.

Metodología

Para este trabajo se ha de utilizar el método científico tipo mixto, que entrelaza las rutas de investigación cuantitativa y cualitativa para recoger y analizar datos, integrándolos conjuntamente para hacer inferencias según la información recabada y lograr un entendimiento de la situación de estudio (Hernández y Mendoza Torres, 2018).

El estudio se centra en la norma ISO 29001:2020 y en el grado de implementación en las plantas almacenadoras de hidrocarburos en Hermosillo. Y bajo la línea de investigación mixta se hará un estudio exploratorio que permita comprender en profundidad el estatus y las dificultades que se presentan al implementar la norma. El enfoque descriptivo ha de proporcionar información cuantitativa sobre la situación actual respecto a la norma en las plantas almacenadoras de hidrocarburos.

Para ello se ha de seguir los siguientes pasos:

1. Revisión bibliográfica relacionada con la ISO 29001:2020 y su implantación.
2. Realizar una serie de entrevistas semiestructuradas con los responsables de la implementación de sistemas de gestión de calidad en las plantas seleccionadas.
3. Aplicar cuestionarios estructurados para recolectar datos cuantitativos sobre el grado de implementación y conocimiento de la norma en las plantas almacenadoras seleccionadas. En dicho cuestionario se ha de incluir preguntas que permitan medir la satisfacción y la percepción de los empleados administrativos y la dirección sobre los beneficios de la certificación ISO 29001:2020.
4. Obtenidos los datos, se ha de procesar y analizar las entrevistas de forma cualitativa. Y los resultados obtenidos del cuestionario se analizarán de forma cuantitativa, lo que permitirá obtener datos estadísticos que proporcionen las dificultades de implementar la norma.
5. Se compararán los resultados de las entrevistas y del cuestionario para obtener una perspectiva del nivel de que conocimiento que se tiene sobre la norma a nivel administrativo y directivo.

Por último, se darán conclusiones y recomendaciones una vez se haya hecho el análisis.

Resultados preliminares

El análisis de la literatura ha arrojado que son tres las normas internacionales más importantes en el sector de combustibles derivados de petróleo. Estas son:

- **ISO 29001:2020**- Industrias petrolera, petroquímica y de gas natural. Sistemas de gestión de calidad sectoriales.
- **API SPEC Q1**- Especificación de los requisitos del Sistema de Gestión de Calidad para la organización de fabricación de las industrias del petróleo y el gas natural.
- **API SPEC Q2**- Especificación de requisitos del Sistema de Gestión de Calidad para organizaciones de suministro de servicios para las industrias del petróleo y el gas natural.

Así mismo, al hacer la revisión literaria se han encontrado estudios que muestran beneficios y dificultades al implementar la ISO 29001.

Turova y Sergeeva (2021) identificaron una serie de beneficios y problemas para poder implementarla en la empresa Gasprom. Las enumeraron de la siguiente manera:

Beneficios:

- 1) Aumentó la fidelidad los clientes en 0.5 puntos en los 5 años transcurridos de 2015 a 2020, como resultado, mejoró la calidad del producto.
- 2) Gasprom ocupó una posición de liderazgo en ventas de petróleo y gas en la Federación Rusa.
- 3) Mejoró la gestión de los procesos del negocio.
- 4) Redujo el número de rechazos del 4.3% en 2015 al 2.3% en 2020 a través de la implementación de medidas efectivas y sistemáticas para prevenir rechazos, resultando, en el aumento de la confiabilidad de los procesos.
- 5) Reducción de costes en un 33%.
- 6) Simplificación en el sistema de participación en los procesos de contratación y licitaciones, debido a la disponibilidad de certificados de calidad en el cumplimiento de estándares internacionales.
- 7) Aumento en el valor de los activos intangibles en un 68.5% entre 2015-2020, ya que la marca aumento su valor.

Problemas

- 1) Al crear y aplicar el estándar de calidad en la empresa, se hizo evidente la necesidad de tomar en cuenta las especificidades de la operación del complejo industrial.
- 2) La dificultad de evaluar un sistema de gestión de calidad que cumpla con los estándares de ediciones pasadas.
- 3) En áreas de operaciones como la de transporte y almacenamiento no existen normas de calidad claramente definidas.
- 4) Altos costos de mano de obra, tiempo y financieros para el desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad.

Conclusiones preliminares

De la revisión literaria hecha hasta este momento, y de manera preliminar se infiere que muchas empresas del sector petrolero no es que no conozcan la norma ISO 29001:2020, más bien solo se han certificado bajo la norma ISO 9001:2015 Sistemas de gestión de calidad-Requisitos. Y optan por no certificarse bajo el estándar ISO 29001:2020, debido a los costos que han de hacerse para establecer el sistema de gestión de calidad bajo

la norma, además, el período de tiempo es demasiado en términos de resultados. Sin embargo, se ha de señalar que muchos de los requisitos para la certificación, están directamente relacionados con los requisitos que se han cumplido en la adopción de la ISO 9001:2015, por lo que, si la empresa cuenta con la experiencia previa de una certificación de gestión de calidad, se podrá preparar y alinear ciertos requisitos para certificarse en la ISO 29001:2020.

Bibliografía

- Chen, Y. Y., Wu, L., & Zhai, Q. G. (2019). Does ISO 9000 certification benefit service firms? *Sustainability (Switzerland)*, 11(21). <https://doi.org/10.3390/su11215886>.
- Dentch, M. P. (2017). *The ISO 9001:2015 implementation handbook: using the process approach to build a quality management system*.
- El Khatib, M., Al Zeyoudi, A., & Shaqar, S. B. (2020). The Influence of Integrating ISO and TQM on Project Risk Management. *American Journal of Industrial and Business Management*, 10(12), 1886–1901. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2020.1012118>.
- Gilmara Elianne, P.-V., & Maryury, M.-S. (2023). GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CULTURA DE CALIDAD EN LA COMPAÑÍA APOLGUAÑA S.A. ADMINISTRATIVE MANAGEMENT AND QUALITY CULTURE AT COMPAÑÍA APOLGUAÑA S.A. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 7. <https://doi.org/10.46296/yc.v7i12.0270>.
- Gorotiza Vélez Gema Lisbeth, & Romero Vélez Eva Marisol. (2021). El sistema de gestión de calidad ISO 9001. *Polo Del Conocimiento, Volumen 6, Numero 4*, 270–294. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2561>.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Reyes Chacón, D. A., Cadena López, A., & Rivera González, G. (2021). El Sistema de Gestión de Calidad y su relación con la innovación. *INTER DISCIPLINA*, 10(26), 217. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485705e.2022.26.80975>.
- RISTOVSKA, N., KOZUHAROV, S., & PETKOVSKI, V. (2017). The Impact of Logistics Management Practices on Company's Performance. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v7-i1/2649>.
- Siddiqui, F., Haleem, A., & Sharma, C. (2012). The impact of supply chain management practices in total quality management practices and flexible system practices context: An empirical study in oil and gas industry. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 13(1), 11–23. <https://doi.org/10.1007/s40171-012-0002-9>.
- Talapatra, S., Uddin, Md. K., & Rahman, Md. H. (2018). Development of an Implementation Framework for Integrated Management System Based on the Philosophy of Total Quality Management. *American Journal of Industrial and Business Management*, 08(06), 1507–1516. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.86101>.

- Turova, E. D., & Sergeeva, I. G. (2021). QMS Development Process at the Enterprises of the Oil and Gas Complex of the Russian Federation on the Example of Gazprom. *Economics. Law. Innovation*, 3, 29–36. <https://doi.org/10.17586/2713-1874-2021-3-2936>.
- Unamuno, F., Fernando, M., Morales, A., & Fernando, M. A. (2015). GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO ESTRATEGIA PARA LOGRAR VENTAJAS COMPETITIVAS EN LAS ORGANIZACIONES PETROLERAS. *Revista Científica de Ciencias Humanas/ Scientific e-Jurnal of Human Sciences*, 10(30), 31–47. www.revistaorbis.org.ve/núm30.

Uso de herramientas tecnológicas para evaluar el consumo de energía eléctrica de equipos de aire acondicionado como estrategia de ventas de la empresa Diseños, Climas y Ductos en la ciudad de Hermosillo, Sonora

Edgar Adrián Rodríguez Tolano¹

Miguel Ángel Romero Ochoa²

Sergio Ramon Rossetti López³

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo conocer el impacto del sistema de producción de la empresa Diseños, Climas y Ductos en el consumo de energía eléctrica de los equipos de aire acondicionado de una residencia de la ciudad de Hermosillo Sonora (caso de estudio) con ayuda de herramientas tecnológicas para crear una estrategia de ventas. La evaluación del consumo energético se llevará a cabo de manera transversal mediante una preprueba y una posprueba. En las cuales se definirán y simularán las condiciones que existen antes y después de la intervención de la empresa en el caso de estudio con las aplicaciones OpenStudio y EnergyPlus. En base a los resultados obtenidos, se creará un informe ejecutivo con los posibles beneficios observados en la simulación del consumo energético del edificio para ser presentado al cliente potencial y así aumentar la probabilidad de que este contrate los servicios de la empresa. Se espera que en persecución del objetivo se logre evidenciar que la empresa tiene el potencial de disminuir significativamente el consumo energético y con esto basar la estrategia de ventas en evidencia sólida del beneficio de emplear los servicios de la empresa Diseños, Climas y Ductos.

Palabras clave: Eficiencia energética, aire acondicionado, simulación, estrategia de ventas

Introducción

Las emisiones de contaminantes locales y de gases de efecto invernadero son una de las consecuencias del uso de combustibles fósiles en el proceso de generación de energía eléctrica (Laguna, 2002). En el año 2008, el 67.49% de la energía generada total en el planeta (alrededor de 20,000 TWh) provino del uso de combustibles que producen gases de efecto invernadero, como los hidrocarburos y el carbón (Ramos y Montenegro, 2012).

Las estimaciones indican que para el año 2100 con respecto al año 1900, las emisiones de GEI (Gases de Efecto Invernadero) en el mundo aumentarían casi en un 50% en el mejor escenario y más del doble en el peor. Llegando a concentraciones ciertamente superiores a las 450 ppm y a aumentos de la temperatura media superior de 2.5 °C a 3.0 °C (Fernández, 2010).

Entre 1999 y 2014, se observó un incremento del 34% en el consumo de energía eléctrica per cápita a nivel mundial, mientras que a nivel nacional el incremento fue del 27% (datacommons, 2021). En 2013, el consumo de energía eléctrica per cápita en Hermosillo superó en un 77 % al promedio nacional, con 3.86 GWh frente a los 2.17 GW a nivel nacional. Además, se evidenció que Hermosillo presentó una demanda energética mucho mayor en comparación con otras ciudades de características demográficas similares, como Cebú en Filipinas, Danang en Vietnam, Guntur en la India y Katmandú en Nepal (SENER, 2021). El fenómeno puede atribuirse a la necesidad de los habitantes de Hermosillo de usar equipos de aire acondicionado la mayor parte del año por las altas temperaturas de la región.

En el 2018, el 48.1% de las viviendas en la región cálida extrema del país (incluyendo Hermosillo) contaban con al menos un equipo de aire acondicionado (5.6 millones de equipos), de los cuales la mayoría se encendieron de 5 a 9 horas diarias (INEGI, 2018). Las temperaturas en Hermosillo pueden llegar a ser insoportables en los momentos en que el Sol está en su punto más alto, llegando a los 50 °C en la sombra (Inzunza, 2005). Por lo que la demanda de energía eléctrica de los edificios aumenta notablemente por el uso de tecnologías de acondicionamiento de clima. Además, cada grado extra de temperatura solicitado a los equipos de acondicionamiento puede representar una pérdida en el ahorro de energía eléctrica e impactar en la economía del usuario (Ayala, 2017).

Debido a que una alta Relación de Eficiencia Energética (REE) de un equipo de aire acondicionado no asegura un óptimo desempeño energético (Hincapié, 2004), controlar su consumo y desempeño energético es de suma importancia (Morejón, 2018). El análisis previo de las cargas térmicas y eléctricas, ductos de distribución de aire, la elección correcta de los equipos, la aplicación de la normatividad oficial en el diseño y de las buenas prácticas del usuario final definirá el rendimiento de este.

En este contexto, fruto de enfrentarse durante 30 años a los desafíos climáticos de la ciudad, la empresa Diseños, Climas y Ductos, ha adquirido el dominio de prácticas, métodos y principios dentro de la Ingeniería en Refrigeración, capaces de ofrecer soluciones en sistemas de aire acondicionado a clientes empresariales y residenciales. Sin embargo, a pesar de la significativa contribución de los sistemas de aire acondicionado en el consumo de energía eléctrica, no se ha evaluado el impacto en el consumo de energía eléctrica de los edificios en los que interviene la empresa. Por lo tanto, debido a la tendencia actual del aumento en la demanda energética y a la significativa contribución de los

sistemas de refrigeración en esta, se desea conocer si existe un ahorro de energía eléctrica producto de la intervención de la empresa con el fin de emplear un posible resultado favorable como una nueva estrategia de ventas en la que se pueda dar a conocer al cliente el potencial beneficio de contratar los servicios de la empresa.

Por consiguiente, se busca responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto del sistema de producción de la empresa Diseños, Climas y Ductos en el ahorro de energía eléctrica de un sistema de aire acondicionado de un cliente residencial?

En función lo planteado, al analizar los trabajos de Mercado y Romero (2021), Ayala (2016), Samaniego (2002), Gómez (2021), Piccion, Camacho, Cheirasco, López y Milicua (2010) y por último Ambriz, García y Paredes (2005) se concluye que la mejor manera para realizar una evaluación del consumo de los equipos de aire acondicionado en una residencia es por medio del uso de herramientas tecnológicas creando un escenario simulado que nos permita aislar las variables a evaluar.

Por lo tanto, el presente estudio girara en torno al siguiente objetivo general: Conocer el impacto del sistema de producción de la empresa Diseños, Climas y Ductos en el consumo de energía eléctrica de los equipos de aire acondicionado de una residencia de la ciudad de Hermosillo Sonora (caso de estudio) con ayuda de herramientas tecnológicas para crear una estrategia de ventas.

Objetivos

Objetivo general

Conocer el impacto del sistema de producción de la empresa Diseños, Climas y Ductos en el consumo de energía eléctrica de los equipos de aire acondicionado de una residencia de la ciudad de Hermosillo Sonora (caso de estudio) con ayuda de herramientas tecnológicas para crear una estrategia de ventas.

Objetivos específicos

- Evaluar en una herramienta tecnológica el consumo de energía eléctrica de los equipos de aire acondicionado en una residencia de la ciudad de Hermosillo Sonora antes de la propuesta de la empresa Diseños, Climas y Ductos.
- Evaluar en una herramienta tecnológica el consumo de energía eléctrica de los equipos de aire acondicionado en una residencia de la ciudad de Hermosillo Sonora después de la propuesta de la empresa Diseños, Climas y Ductos.

- Realizar un informe dirigido hacia el cliente potencial con los beneficios observados en el consumo de energía eléctrica de la intervención de la empresa Diseños, Climas y Ductos.

Antecedentes

Mercado y Romero (2021) llevaron a cabo un estudio acerca de la importancia de la simulación energética en edificaciones en el que se revisan algunas opciones de software más utilizadas actualmente y como su utilización promueven el ahorro energético contribuyendo positivamente al cambio climático.

Ayala (2016) llevo a cabo una investigación acerca del confort térmico en la utilización de equipos de aire acondicionado en los edificios de la Universidad de Sonora campus Hermosillo. El estudio muestra la capacidad de ahorro de energía eléctrica al permitir que los equipos operen a una temperatura denominada como “neutra”, la cual corresponde a la temperatura de confort. Con lo cual se comprobó que, realizando los ajustes correspondientes en la temperatura asignada de los equipos, es posible obtener un ahorro de energía significativo.

Samaniego (2002) llevo a cabo un estudio en el que se observó un ahorro de energía eléctrica del 24% en el uso de aire acondicionado en una vivienda media al utilizar materiales de construcción con propiedades aislantes como el bloque térmico y casetón con aislamiento de placa de poliestireno de 1”. Además, se calcula un retoro de inversión inicial de 4.34 años del capital destinado en los materiales.

Gómez (2021) realizo una investigación transversal correlacional sobre confort térmico y consumo de energía eléctrica en usuarios del sector residencial en la ciudad de Mexicali Baja California. Utilizando un simulador térmico desarrollado por el Instituto de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) se encontró que las viviendas construidas con materiales más ligeros como techos de madera y muros de ladrillo presentan un menor consumo de energía eléctrica y un mayor confort térmico del habitante.

Piccion, Camacho, Cheirasco, López y Milicua (2010) llevaron a cabo un estudio experimental en el que se muestran las condiciones térmicas interiores ideales y los factores que afectan al confort térmico en los edificios de la Universidad de la Republica de las ciudades de Montevideo y Salto, Uruguay. En el estudio, no se encontró una correlación positiva entre un mayor confort térmico y las características envolventes del edificio, como el porcentaje del área vidriada, orientación o

terminaciones superficiales. A su vez, se encontró un mayor índice de confort térmico en locales naturalmente ventilados. También, se encontró que la velocidad del aire percibida por el usuario es el parámetro con mayor influencia en la percepción térmica de este.

Ambriz, García y Paredes (2005) llevaron a cabo un estudio experimental de las condiciones de confort térmico en edificaciones. En él, se encontró que los usuarios de las habitaciones climatizadas tienen preferencias superiores a las aceptadas por los estándares internacionales de referencia. Por lo tanto, se sugiere que la zona de confort puede lograrse a mayores temperaturas, lo que implica una reducción del consumo de energía eléctrica.

Metodología

En este estudio se llevará a cabo la investigación del impacto que tiene el sistema de producción de la empresa Diseños, Climas y Ductos en la eficiencia energética de los sistemas de aire acondicionado en una residencia (caso de estudio) con ayuda de herramientas tecnológicas para crear una estrategia de ventas bajo un enfoque metodológico descriptivo. La evaluación se llevará a cabo de manera transversal mediante una preprueba y una posprueba. En las cuales se definirán las condiciones que existen antes y después de la intervención de la empresa en el caso de estudio. Para fines prácticos, llamaremos escenario 1 a las condiciones existentes en la preprueba y escenario 2 a las condiciones de la posprueba.

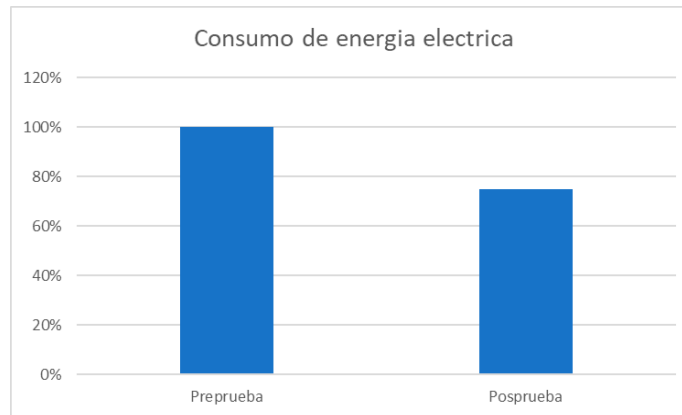
El estudio de ambos escenarios se llevará a cabo mediante las aplicaciones OpenStudio y EnergyPlus. OpenStudio, consiste en una interfaz gráfica, en la cual se realizará el diseño arquitectónico del edificio. Básicamente, en esta interfaz se modelarán las características, tanto del edificio como de la instalación de los sistemas de aire acondicionado que definen el consumo energético de este. A partir del diseño, OpenStudio arrojará las variables matemáticas que definen el consumo de energía de los escenarios 1 y 2. Posteriormente, en EnergyPlus se realizará el cálculo matemático de las variables obtenidas en el modelado en OpenStudio para obtener los resultados del consumo energético de las condiciones que se hayan establecido en cada escenario.

Por último, en base a los resultados obtenidos, se creará un informe ejecutivo con los beneficios observados en la simulación del consumo energético del edificio para ser presentado al cliente potencial y así aumentar la probabilidad de que este contrate los servicios de la empresa Diseños, Climas y Ductos.

Resultados esperados

En el presente estudio se pretende observar que al emplear el sistema de producción de la empresa Diseños, Climas y Ductos existe un porcentaje de ahorro de energía eléctrica significativo de al menos 25% sobre el consumo de energía de los equipos de aire acondicionado.

Figura 1: ahorro de energía eléctrica esperado



Fuente: elaboración propia con base a los resultados esperados.

Conclusiones

Se espera que en persecución del objetivo de conocer el impacto del sistema de producción de la empresa Diseños, Climas y Ductos en el consumo de energía eléctrica en equipos de aire acondicionado con ayuda de herramientas tecnológicas de la casa habitación elegida como nuestro caso de estudio se logre evidenciar que este, debido a sus 30 años de experiencia, tiene el potencial de disminuir significativamente el consumo energético. Con esto será posible crear una estrategia de ventas basada en evidencia sólida del beneficio de emplear los servicios de la empresa Diseños, Climas y Ductos. Se prevé también, que al tener evidencia sólida del beneficio en el ahorro energético se logrará crear conciencia en otras empresas del giro y en el usuario final acerca de la importancia de la implementación de técnicas que permitan reducir o mantener el consumo de energía eléctrica actual. A pesar de que el estudio se realizará en una casa habitación, los resultados positivos esperados pudieran ser replicados en un conjunto de viviendas como en una colonia o en edificaciones empresariales, departamentales y educacionales. Con esto, podríamos incrementar el ahorro de energía eléctrica no solo a nivel familiar, sino también a nivel organizacional. Es importante también crear estrategias de concientización, ya que a pesar de las prácticas con un aporte positivo en el ahorro

energético de los hogares que utilizan sistemas de aire acondicionado, puede seguir habiendo resistencia al adoptarlas.

Por último, a pesar de haber estudiado el papel que juega el análisis de la ingeniería del proyecto en el consumo de energía eléctrica de sistemas de aire acondicionado, es importante analizar también el impacto que tienen las practicas del usuario final y su nivel socioeconómico con el fin de tener un panorama más amplio y contar con mejores estrategias que permitan mejorar los factores que irán definiendo, en las próximas décadas, las condiciones ambientales del planeta.

Bibliografía

- Ayala Moreno, A. A. (2017). Ahorro energético en edificaciones con aire acondicionado. *Biotecnia*, 19, 19-22.
- DataCommons. 2021. Consumo de electricidad per cápita. Data Commons. Recuperado el 06 de noviembre de 2023 de <https://datacommons.org/place/Earth?category=Energy&hl=es>.
- García, J. J. A., Chávez, J. R. G., & Rubio, H. R. P. (2005). Determinación experimental de las condiciones de confort térmico en edificaciones.
- Gómez Bravo, G. C. Análisis del consumo energético residencial de Mexicali BC y su relación con la percepción del ambiente térmico interior de sus habitantes.
- Hincapié, C. A. O. (2004). Ahorro de energía y eficiencia energética en sistemas de aire acondicionado y refrigeración. *Scientia et technica*, 1(24), 127-132.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). Encuesta Nacional sobre Consumo de Energéticos en Viviendas Particulares.
- Inzunza, J. C. (2005). Clasificación de los climas de Köppen. *Ciencia ahora*, 15(8), 131-156.
- Mercado-Colín, B., & Romero-Guzmán, L. (2022). Simulaciones energéticas: Herramientas diagnóstico-pronóstico para la evaluación de edificaciones. *Legado de Arquitectura y Diseño*, 17(31), 123-130.
- Morejón, M. B., Reina, F. G., Eras, J. J. C., & Santos, V. S. (2018). Caracterización energética del funcionamiento de un equipo de aire acondicionado en un local dado. *Revista Colombiana de Tecnologías de Avanzada (RCTA)*, 2(32), 86-91.

- Picción, A. M., Camacho, M., Cheirasco, G., López Salgado, M. N., & Milicua, S. (2010). Estudio de campo sobre las condiciones de confort térmico y visual en edificios de enseñanza públicos en clima templado. *Avances en Energías Renovables y Medio Ambiente*, 14.
- Samaniego Montaña, A. (2022). Análisis del gasto energético y retorno de la inversión al utilizar materiales aislantes en una vivienda media en la ciudad de Hermosillo, Sonora (Master's thesis, Samaniego Montaña, Alejandra).
- SENER. (2021). Evaluación Rápida del Uso de la Energía. Hermosillo, Sonora, México.

El impacto del sentido de pertenencia en la productividad de los empleados de una empresa. Caso: Empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo

*Luna Castro Kathia Guadalupe
José Enrique Flores Argüelles*

Resumen

El problema tratado en esta investigación está orientado en saber qué tan motivados e identificados se sienten los colaboradores de la sucursal Hermosillo de una empresa distribuidora de medicamentos nacional, ya que el no conocerlo, puede influir en su productividad, lo que significa pérdida económica para la organización. El objetivo general es determinar el nivel de sentido de pertenencia de los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional y cómo influye en su productividad de acuerdo con las diferentes variables y factores que impactan en la organización.

El enfoque utilizado en esta investigación es el método cuantitativo. La población del estudio son los 237 colaboradores de la empresa, divididos en 3 grupos: Logística y Distribución, Servicios Administrativos y Promotoría y Servicio al Cliente. Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% se llegó al resultado de 147 encuestas aplicadas.

Como resultado preliminar de las 85 encuestas aplicadas a la fecha, se tiene la tendencia de la mayoría de las respuestas dentro de los rangos “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” en las cinco categorías. En la variable de productividad, destaca la pregunta *Necesito incentivos adicionales para dar lo mejor de mí*, por tener las respuestas con más distribución entre los rangos, donde se aprecia que el 31.7% considera estar “De acuerdo”.

En la variable de pertenencia, destacan las preguntas de *Me siento cómodo y a gusto de trabajar en esta empresa* y *De ser posible me gustaría trabajar en esta empresa por un largo tiempo* al tener el 52.9% y 54.1% de sus respuestas en el rango de “Totalmente de acuerdo”.

Palabras clave: Sentido de pertenencia, productividad

Antecedentes

Dentro de las teorías que analizan el comportamiento de las personas, una de las más conocidas es la de Jerarquía de las necesidades humanas según Maslow. Divididas en primarias, siendo éstas: necesidades fisiológicas y de seguridad; y las secundarias: sociales, estima y autorrealización. Maslow, como se citó en

(Chiavenato, 2011) indica que en las necesidades sociales se surgen de la vida social del individuo con otras personas.

Cuando esas necesidades no están cubiertas o satisfechas, las personas presentan cierta resistencia en su entorno, visto del enfoque empresarial, si un trabajador no tiene sentido de pertenencia hacia la organización, no va a simpatizar con los objetivos de la empresa ni estará alineado a las actividades a desempeñar en su puesto.

Otra de las teorías importantes es la Teoría de las expectativas, según Lawler III, como se citó en (Chiavenato, 2011) donde hace referencia a que el dinero, aunque tiene poder para el desempeño y el compañerismo, no es el principal motivador de los empleados. Esta teoría se basa principalmente en la capacidad de adaptación del ser humano.

Planteamiento del problema

Con el tiempo, las organizaciones se van desarrollando de manera estructural, dando paso a nuevas políticas, procedimientos, actualización en tecnología, implementación de nuevas estrategias con clientes, según el crecimiento que van obteniendo, esto puede afectar el desempeño de los empleados.

Sin embargo, otro factor más importante que igual afecta la productividad del personal y por lo tanto repercute en una pérdida económica en determinado momento para la organización, es la desmotivación y grado del sentido de pertenencia de los colaboradores de una empresa.

El caso de este estudio está aplicado en una empresa distribuidora de medicamentos nacional, en específico la sucursal de Hermosillo, que es una de las siete sucursales, misma que abarca los estados de Sinaloa, Sonora y Baja California Sur.

Objetivo general

Determinar el nivel de sentido de pertenencia de los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional y cómo influye en su productividad de acuerdo con las diferentes variables y factores que impactan en la organización.

Objetivos específicos

- Diagnosticar el nivel de sentido de pertenencia actual de los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional.
- Identificar las variables a mejorar dentro de la empresa para aumentar el sentido de pertenencia.
- Analizar la relación entre el sentido de pertenencia y la productividad dentro de los colaboradores.

Justificación

La pertenencia al lugar de trabajo, según citó (Varela Medina & Marín Balzcázar, 2021) definida por Baumeister y Leary (2017), como la medida en que los colaboradores perciben lo importantes que son para su organización y si son individualmente aceptados, valorados, apoyados y atendidos en su entorno organizacional.

Lu (2015), según citó (Varela Medina & Marín Balzcázar, 2021) el sentido de pertenencia influye en el compromiso organizacional, la motivación laboral, la satisfacción y el rendimiento laboral.

Retomando el objetivo general planteado, que es determinar el nivel de sentido de pertenencia en los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos y cómo influye en su productividad, el beneficio que ofrece a la organización es el poder generar un conocimiento indispensable con el cual se pueda determinar, establecer, diseñar y/o reestructurar ciertas estrategias para reforzarlo, fortalecerlo, y lograr así, el aumento de productividad para la organización, que es de los indicadores más importantes, además del aprovechamiento óptimo de los recursos.

Marco teórico

Se dice que una alta productividad tiene efectos inmediatos en la competitividad del país. (Colegio de Economistas de Madrid, Abril 2023). Cuando la empresa aumenta su productividad, mejora su capacidad para competir en el mercado internacional, pues existe una relación directa entre productividad y competitividad externa, según citó (Colegio de Economistas de Madrid, Abril 2023).

La productividad, según (Rodríguez Combeller , 1993), implica el fomento del desarrollo de los trabajadores, lo que lleva a cuidar la calidad de vida en el trabajo, de una manera integral y amplia, en donde el salario es suficiente y equitativo, la capacitación es en realidad formación personal, la tarea es enriquecida y variada y, sobre todo, la dirección es justa, humana y respetuosa.

Metodología

El enfoque utilizado en esta investigación es el método cuantitativo. El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis, se identifican variables, medición numérica y análisis estadístico (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). El diseño de la investigación es transeccional o transversal porque se hará en un determinado tiempo.

El alcance es correlacional, ya que según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) este tipo de investigaciones tienen como finalidad “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”, un punto destacable de este tipo de investigaciones es que la correlación puede ser positiva o negativa.

Variables

La variable independiente por trabajar es el sentido de pertenencia, ya que es lo que se busca medir dentro de los colaboradores encuestados y siendo el tema principal de la investigación, una vez determinado se analizarán los datos obtenidos para determinar la relación que existe con las variables independientes. Las variables dependientes son: trabajo en equipo, productividad, satisfacción social y comunicación, ya que permitirán determinar el nivel de sentido de pertenencia desde distintas áreas. Véase *Ilustración 1*.

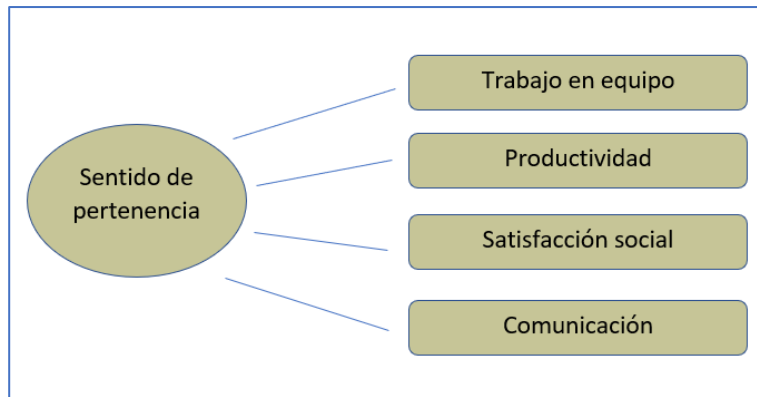


Ilustración 1. Representación de la variable independiente y las variables dependientes. (Luna Castro, 2023).

Muestra

La población o universo para este estudio son los colaboradores de la empresa distribuidora de fármacos de sucursal Hermosillo, con un total de 237 colaboradores de distintas áreas de la empresa divididas en 3 grupos: Logística y Distribución, Servicios Administrativos y Promotoría y Servicio al Cliente. Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% se llegó al resultado de 147 encuestas por aplicar.

Hipótesis

En la investigación con enfoque cuantitativo, las hipótesis se establecen previamente, esto es, antes de recolectar y analizar los datos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

A continuación, se presentan las hipótesis que se tratan de probar en esta investigación:

H1.-A mayor grado de sentido de pertenencia de los colaboradores de la empresa, mayor será el impacto de manera positiva en los resultados de sus indicadores.

H2.-La productividad de los colaboradores de la empresa depende del grado de sentido de pertenencia.

H3.-Las variables influyen en el nivel de sentido de pertenencia de los colaboradores.

H4.-El sentido de pertenencia está vinculado a la productividad de los colaboradores de la empresa.

Modelo

Para la recolección de datos se utilizará un cuestionario, basado en los modelos de: Escala para medir sentido de pertenencia, (Jurado Muñoz, 2014); Cuestionario sentido de pertenencia, (Castillo Zurita, 2016); Cuestionario Clima Organizacional, (Procuraduría General de la República, 2010-2015) y Cuestionario de clima laboral (Universidad Estatal del Valle de Toluca, 2017), mismos que fueron adaptados para ajustarlos a los objetivos de esta investigación.

El instrumento consta de dos partes, la primera es demográfica, donde se encuentra la información respecto a: empresa a la que pertenece, rango de sueldo mensual, edad, antigüedad en la empresa, escolaridad y género. Mientras que la segunda corresponde al cuestionario, donde los reactivos se clasifican en cinco variables: satisfacción social, productividad, sentido de pertenencia, comunicación y trabajo en equipo.

Resultados preliminares

Como resultado preliminar de las 85 encuestas aplicadas a la fecha, se identifican los siguientes datos destacables.

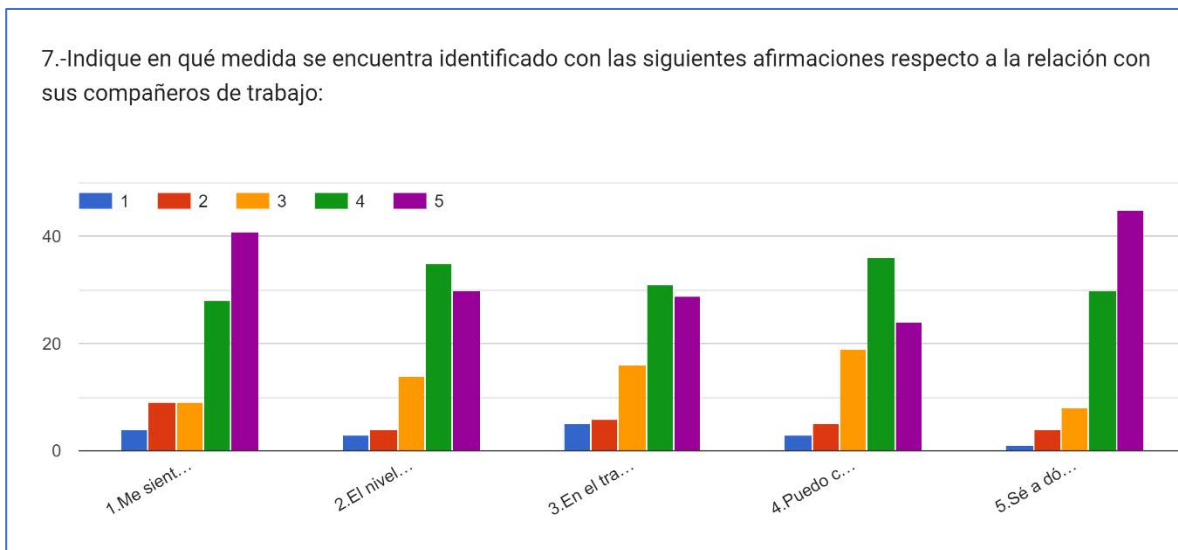


Gráfico 1. Resultados preliminares. Variable de satisfacción social.

Fuente: Aplicación de cuestionario de sentido de pertenencia y productividad a los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo, (Luna Castro, 2023).

En la Gráfico 1, en las preguntas relacionadas con la variable de satisfacción social, los colaboradores se identifican en el rango de "De acuerdo" por encima del "Totalmente de acuerdo" en tres de las cinco preguntas de esta variable.

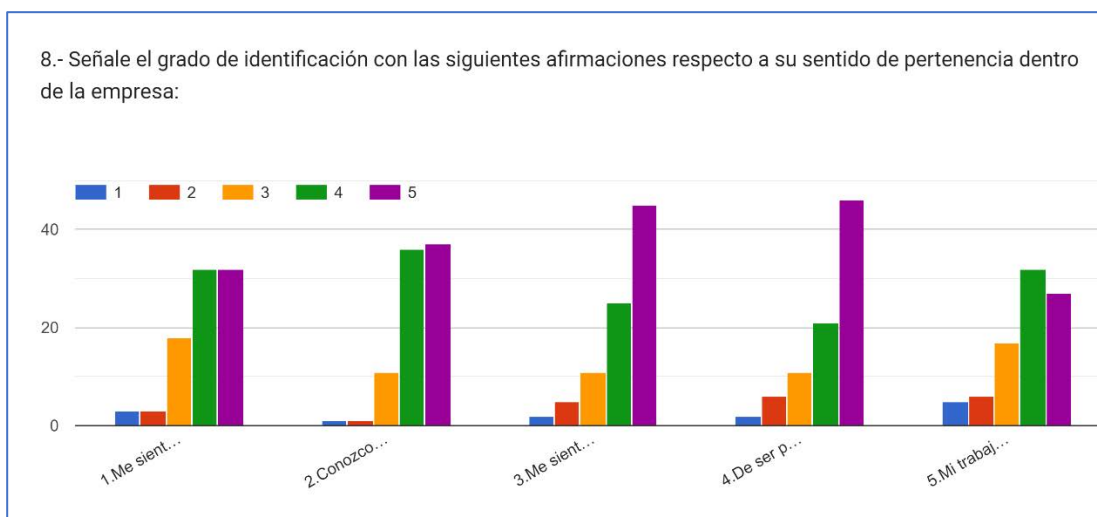


Gráfico 2. Resultados preliminares. Variable de pertenencia.

Fuente: Aplicación de cuestionario de sentido de pertenencia y productividad a los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo, (Luna Castro, 2023).

En la Gráfico 2, que son las preguntas relacionadas con la variable de pertenencia, destacan las preguntas *Me siento cómodo y a gusto de trabajar en esta empresa* y *De ser posible me gustaría trabajar en esta empresa por un largo tiempo* al tener el 52.9% y 54.1% de sus respuestas en el rango de “Totalmente de acuerdo”.

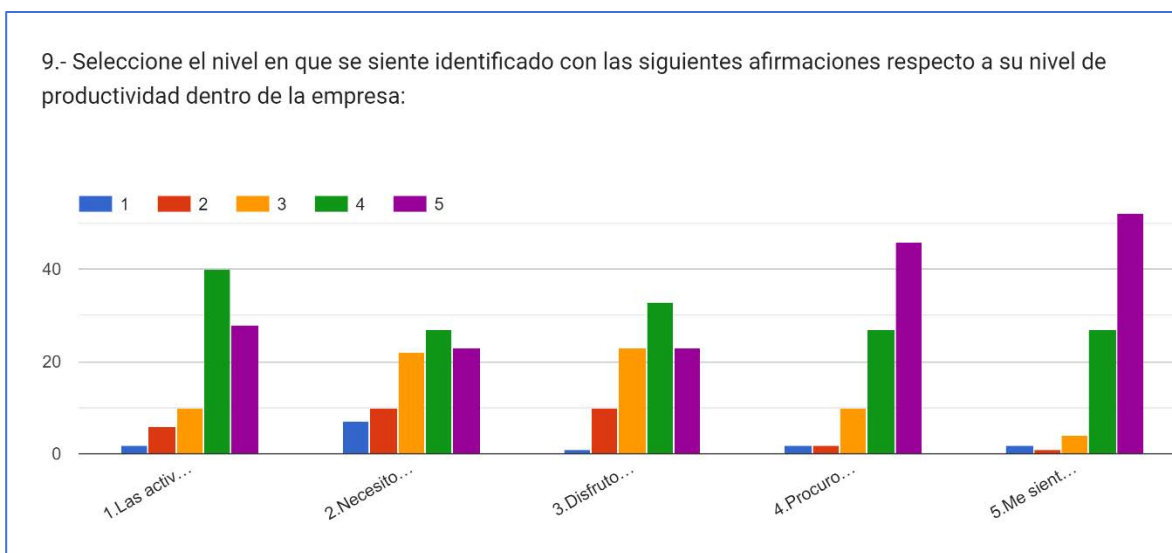


Gráfico 3. Resultados preliminares. Variable de productividad.

Fuente: Aplicación de cuestionario de sentido de pertenencia y productividad a los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo, (Luna Castro, 2023).

En la Gráfico 3, de la variable de productividad, destaca la pregunta *Necesito incentivos adicionales para dar lo mejor de mí*, por tener las respuestas con más distribución entre los rangos, donde se aprecia que el 31.7% considera estar “De acuerdo” y solo el 8.2% se considera “Totalmente en desacuerdo”.

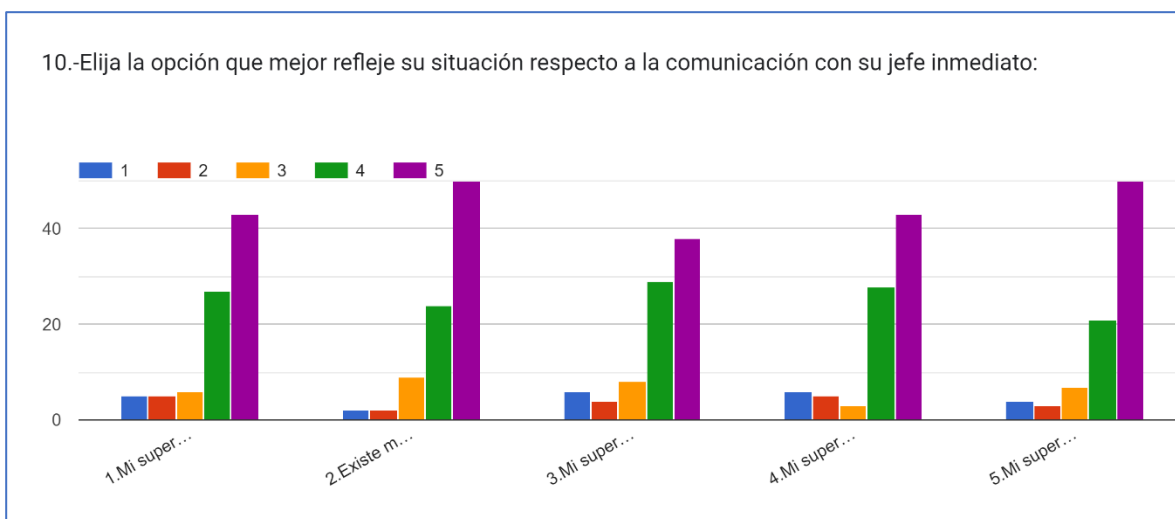


Gráfico 4. Resultados preliminares. Variable de comunicación.

Fuente: Aplicación de cuestionario de sentido de pertenencia y productividad a los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo, (Luna Castro, 2023).

En la Gráfico 4, preguntas relacionadas con la variable de comunicación, las respuestas mantienen una tendencia de alta comunicación, siendo la pregunta de *Existe muy buena comunicación con mi superior inmediato* la que tiene un mayor número de respuestas entre los rangos de “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo” con un 87% en conjunto.

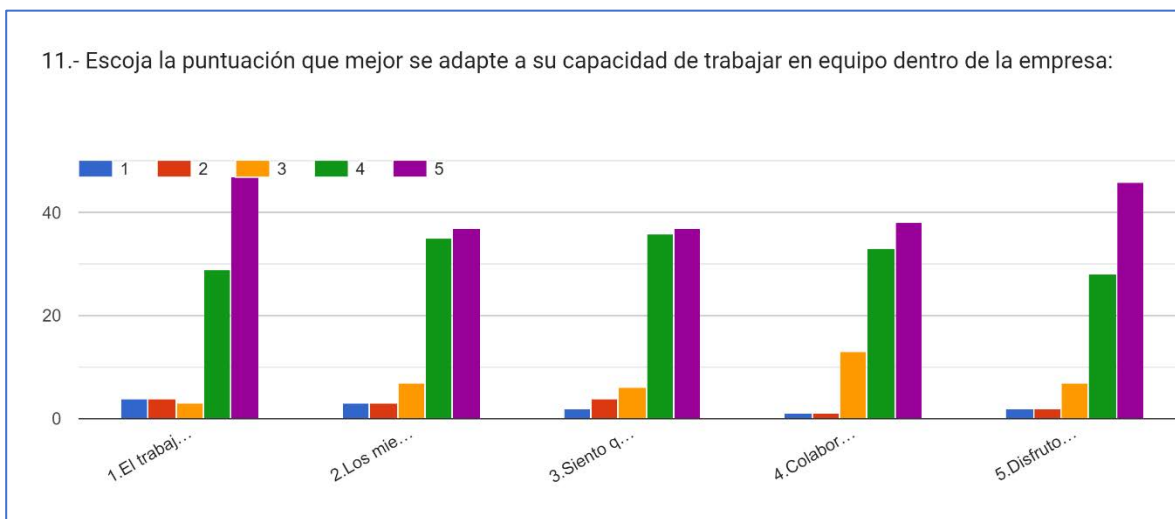


Gráfico 5. Resultados preliminares. Variable de trabajo en equipo.

Fuente: Aplicación de cuestionario de sentido de pertenencia y productividad a los colaboradores de una empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo, (Luna Castro, 2023).

En la Gráfico 5, preguntas que pertenecen a la variable de trabajo en equipo, de manera general se aprecia que los colaboradores dominan esta categoría, como primer punto a destacar se encuentra la pregunta *El trabajo en equipo se me da sin dificultad* con un 55.3% de respuestas en el rango de “Totalmente de acuerdo”.

Conclusión

Hoy en día no es posible llegar a una conclusión, ya que falta aplicar 62 encuestas de las 147 que arrojó la muestra, sin embargo, en los resultados preliminares se mantiene una tendencia favorable en cada una de las cinco variables (trabajo en equipo, productividad, satisfacción social, comunicación y pertenencia).

Dado que el sector donde falta aplicar encuestas es el de los colaboradores que tienen un menor rango de sueldo, se espera que los resultados finales difieran un poco respecto a los preliminares que se presentaron en este trabajo.

Referencias

- Castillo Zurita, A. M. (2016). ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL SENTIDO DE PERTENENCIA PARA UN MEJOR DESEMPEÑO LABORAL. *PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR. ESCUELA DE PSICOLOGÍA*.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones. Novena Edición*. México: McGraw-Hill.
- Colegio de Economistas de Madrid. (Abril 2023). España 2022. Un balance. *Economistas de Colegio de Madrid No. 181*.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación. Quinta Edición*. México DF: McGrawHill.
- Jurado Muñoz, A. (2014). LOS NIVELES DE SENTIDO DE PERTENENCIA EN UN GRUPO DE PROFESIONALES BAJO CONTRATACIÓN LABORAL SIMULADA EN DISTINTAS ORGANIZACIONES GUATEMALTECAS. *FACULTAD DE HUMANIDADES*.
- Luna Castro, K. G. (noviembre de 2023). El impacto del sentido de pertenencia en la productividad de los empleados de una empresa. Caso: Empresa distribuidora de medicamentos nacional sucursal Hermosillo. Hermosillo, Sonora, México.
- Procuraduría General de la República. (2010-2015). Cuestionario de Clima Organizacional. *Plan estratégico*.
- Rodríguez Combeller, C. (1993). *El nuevo escenario la cultura de calidad y productividad en las empresas*. Tlaquepaque: ITESO.
- Universidad Estatal del Valle de Toluca. (2017). Cuestionario de Clima laboral.
- Varela Medina, N. D., & Marín Balzcázar, G. (2021). El liderazgo transformacional y su influencia en el sentido de pertenencia laboral. Una revisión literaria en el contexto organizacional. *NovaRua: Revista Universitaria de Administración Vol. 13, Nº. 22, 85-101*.

Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en las estrategias del proceso administrativo de las pequeñas y medianas empresas

Claudia Alejandra Cota Romero¹⁴

José Enrique Flores Arguelles¹⁵

José Humberto López Caballero³

Resumen

Este trabajo de investigación se realizó bajo un enfoque metodológico descriptivo y exploratorio y se aplicó a una muestra aleatoria simple de 108 gerentes pymes. El objetivo es realizar un diagnóstico para identificar los principales problemáticas y desafíos de la gestión empresarial, que ayude a determinar la influencia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el uso de estrategias dentro del proceso administrativo. Los principales resultados muestran que el diagnóstico realizado mostró que, a pesar de que los directivos de las pymes son conscientes de los beneficios que supone el uso de herramientas tecnológicas en la gestión empresarial, muchas de ellas muestran resistencia a su implementación. Como conclusión final, en la actualidad, la globalización está generando constantes transformaciones y, con el fin de mantenerse en un entorno global altamente competitivo, las pymes deben adentrarse en la era digital y adoptar las tecnologías de la información dentro de sus procesos administrativos.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y Comunicación, Proceso Administrativo, Gestión Empresarial.

Introducción

Los recursos tecnológicos conocidos como TIC's son herramientas digitales que permiten la creación, almacenamiento y difusión de información, ya que son recursos basados en la tecnología informática que ofrecen diversas herramientas que permiten ahorrar tiempo y recursos al simplificar y agilizar los procesos de gestión y toma de decisiones, así como facilitar la comunicación directa con colaboradores, clientes y proveedores, aumentar su productividad, reducir el tiempo de trabajo, mejorar la calidad de sus productos, mejorar los procesos de gestión empresarial y aumentar la competitividad en el mercado (González, Machado, Talavera y Sevilla, 2020).

¹⁴ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, E mail: a202390007@unison.mx

¹⁵ Universidad de Sonora, Departamento de Contabilidad, E mail: jose.flores@unison.mx

³ Universidad de Sonora, Departamento de Contabilidad, E mail: humberto.lopez@unison.mx

En la actualidad, vivimos en un mundo completamente digitalizado en el que las TIC's son imprescindibles para el funcionamiento de cualquier empresa y gracias a ellas, podemos resolver problemas con mayor facilidad, por lo que la informática ha sido una de las áreas que más ha influido en el desarrollo del siglo XX y, si hoy en día nos encontramos en la Era de la Información, es gracias al avance tecnológico en la transmisión de datos y a las nuevas formas de comunicación, por lo que estos avances no serían posibles sin la evolución de las computadoras y dispositivos, lo que ha logrado que en nuestra sociedad, el mayor beneficio de las TIC's es mantener a las personas informadas y actualizadas, mejorando así la comunicación entre todos (Saavedra, 2016; Guaranda, 2021).

En la era de la nueva normalidad, las empresas se enfrentan a la tarea de introducir cambios e innovaciones en sus procesos administrativos y, por lo tanto, es urgente que la gerencia fomente estrategias para replantear su plan de negocios y promover el uso de herramientas innovadoras dentro de los procesos administrativos aplicadas, teniendo en cuenta las necesidades del entorno actual (Manresa, Bikfalvi y Simon, 2019; Yap y Toh, 2020). Las empresas son conscientes de la importancia de encontrar un enfoque que aborde los desafíos, oportunidades y cambios que se estaban gestando antes de la pandemia, y que han sido acelerados por la digitalización de los procesos administrativos, como el uso de Big Data, la experiencia remota, el énfasis en el desarrollo y aprendizaje organizacional (Merizal y Ballagán, 2018; Ernst y Young 2020).

Las TIC's pueden contribuir a mejorar la eficiencia de los procesos empresariales, lo cual impulsa la competitividad de los negocios. Sin embargo, este proceso requiere una planificación cuidadosa, formación de los empleados en el uso y adopción de las TIC, así como cambios organizacionales (Berrones, 2020). Partiendo de lo anterior, el objetivo del presente estudio es realizar un diagnóstico para identificar las principales problemáticas y desafíos de la gestión empresarial, que ayude a determinar la influencia de las TIC's en el uso de estrategias dentro del proceso administrativo.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un diagnóstico para identificar los principales problemáticas y desafíos de la gestión empresarial, que ayude a determinar la influencia de las TIC en el uso de estrategias dentro del proceso administrativo.

Objetivos Específicos

- Determinar cuáles son los principales problemáticas y desafíos que tiene el empresario de Hermosillo, Sonora en la gestión empresarial de su negocio.
- Determinar la influencia de las TIC's en el uso de estrategias dentro del proceso administrativo.

Antecedentes

Las herramientas tecnológicas, en la actualidad han sido de gran ayuda que permite el acceso a la información a través de aplicaciones, es decir implica la utilización de dispositivos que permiten una interactividad entre el usuario y el dispositivo, la cual conlleva a la utilización de la tecnología mejorando el uso básico, debido que este es considerado como el experto ante cualquier problema que se presente con el software (astraps, 2019). Las TIC son recursos para la elaboración almacenamiento y difusión digitalizada de información basados en la utilización de tecnología informática, bien utilizadas permiten a las empresas producir más cantidad, en menor tiempo y mejor calidad. Permite a las empresas ser más competitivos en el mercado (González, Machado, Talavera y Sevilla, 2020).

Cada vez son más evidentes las ventajas que trae consigo la implementación de TIC's en las empresas. Sin embargo, las pymes no están realizando esta adopción de manera comprometida debido a factores, entre ellos se encuentra la falta de una cultura organizacional que promueva y valore el uso de las TIC's, así como la escasez de recursos financieros, humanos y tecnológicos en el ámbito de las pymes (Hoyos y Valencia, 2012). Las empresas disponen de sistemas de información que facilitan la toma de decisiones y que se generan a partir de una gran cantidad de datos estadísticos y recopilaciones de información, por lo que es fundamental que esta información sea veraz, objetiva y precisa, por lo que se requiere una manera eficiente de clasificar, ordenar y verificar (Saavedra y Tapia, 2013).

En la actualidad, la tecnología ha avanzado de manera significativa, al punto de que una máquina puede llevar a cabo la mayoría de estos procesos de forma autónoma (Saavedra, 2016). Las TIC son muy necesarias en el ámbito de las empresas de hoy porque gracias a estas el administrador crece en su trabajo y a la par crece la empresa. Las TIC y la administración van de la mano en cualquier tipo de trabajo que realices porque con todos los cambios que hay con lo referente a tecnología cada día se evoluciona y la empresa que no se actualiza no será una empresa competente en el mercado exigente del siglo XXI (Heiling, Schwarze y Voß, 2017; Saldaña, Bojórquez, Carlos y García, 2021).

Los tiempos globalizados que actualmente vivimos, son tiempos de cambio donde es evidente la importancia de incentivar en el uso de las TIC's dentro de las pymes en su ambiente web y sistemas internos, beneficia al ámbito de su competitividad; en donde deberán enfocarse principalmente en su interacción con clientes, proveedores y desempeño financiero para lograr para mantener un nivel óptimo de competitividad y permanecer en un mercado altamente competitivo (Saldaña, Bojórquez, Carlos y García, 2021).

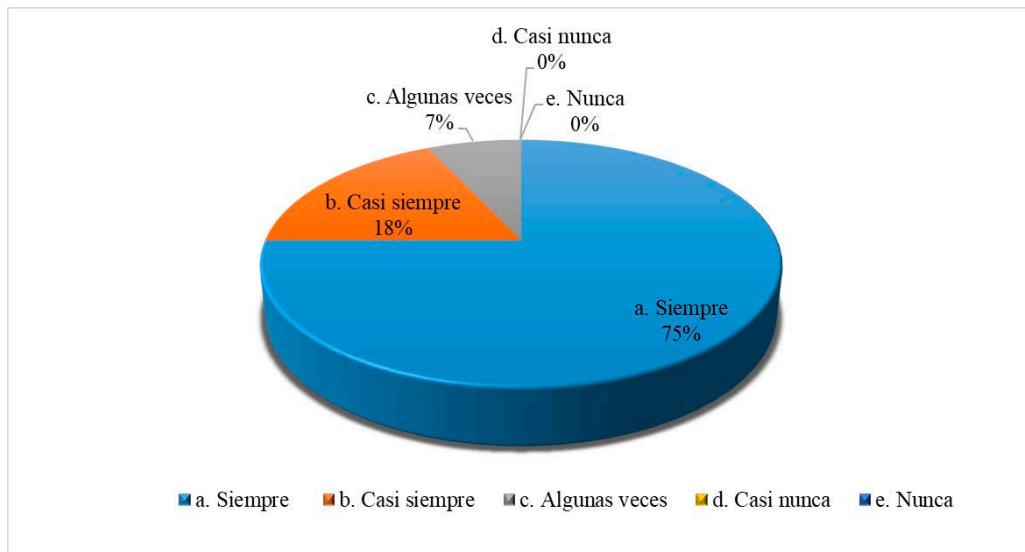
Metodología

En este documento se presentan los resultados de una investigación de campo bajo un enfoque metodológico descriptivo y exploratorio con el objetivo de identificar, con base en las apreciaciones de los gerentes pymes del sector comercio ubicados en la ciudad de Hermosillo, Sonora cuales son los principales problemáticas y desafíos de la gestión empresarial, que ayude a determinar la influencia de las TIC en el uso de estrategias dentro del proceso administrativo. Para este estudio se aplicó un cuestionario estandarizado mediante un *Google form* (González-Díaz et al., 2016), mismo que fue tomado de Castro, Erazo y Rodríguez (2015), el cual se adaptó a los objetivos de la presente investigación con un total de 15 *items*, (validado a juicio de expertos y con un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach de 0,92 Muy Alta) por (González-Díaz & Pérez, 2015) y, la aplicación del instrumento permitió valorar y analizar algunas el uso de las TIC's en los procesos administrativos de las pymes del sector comercio de Hermosillo, Sonora.

Resultados

Se presentan a continuación los resultados más relevantes de los avances de la investigación basados en el objetivo central de esta investigación.

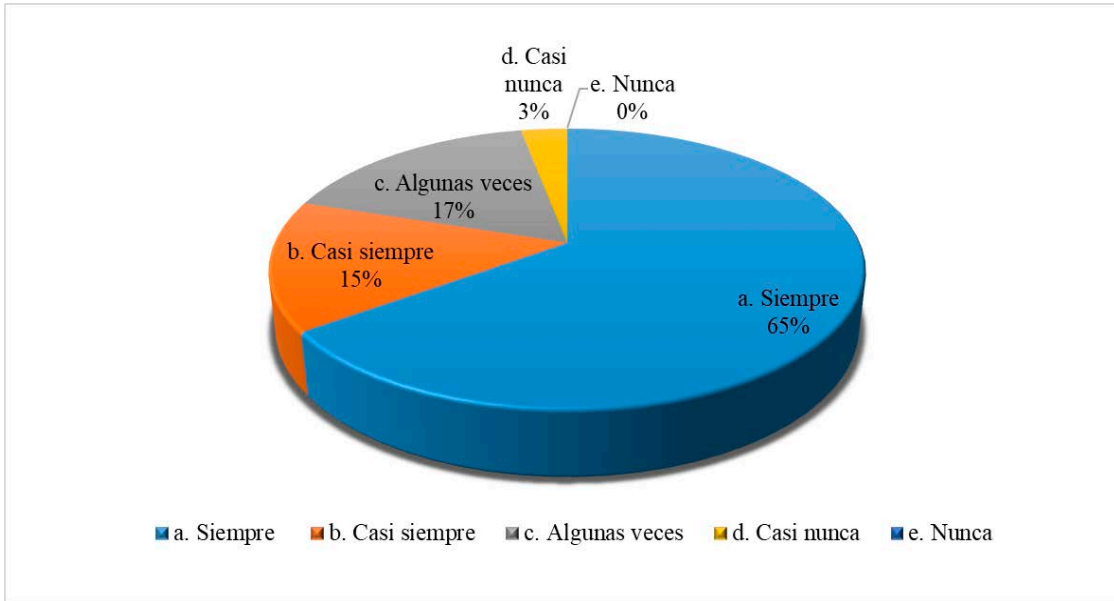
Imagen 1; Los equipos de cómputo respaldan los procedimientos administrativos



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La imagen 1 muestra los resultados sobre el soporte que los equipos de cómputo proporcionan a los procedimientos administrativos. Según el 75% de los encuestados, siempre hay respaldo, mientras que el 18% indica que casi siempre lo hay y el 7% afirma que algunas veces.

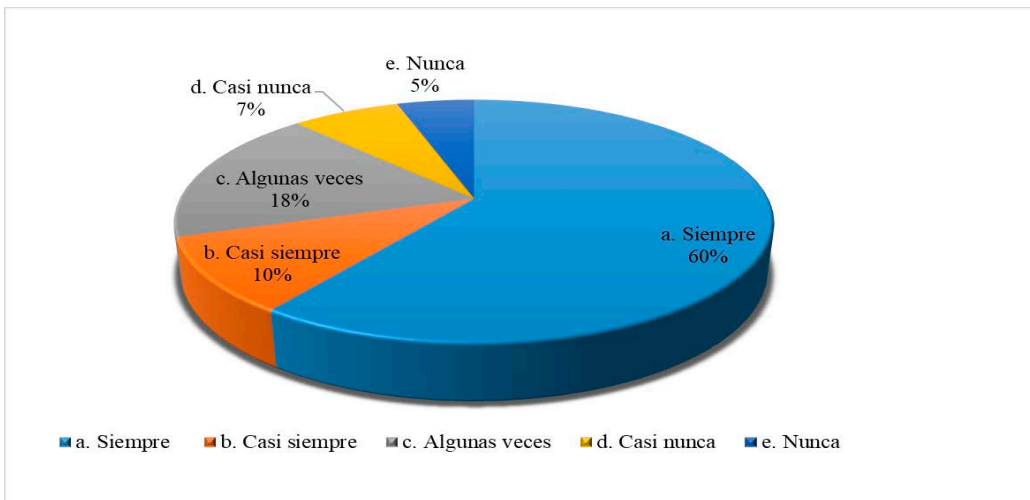
Imagen 2; El aprovechamiento de las TIC's



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

En la imagen 2 se muestran los resultados sobre el uso de las TIC's en los programas de la empresa. Según el 55% de los encuestados, siempre se aprovechan, mientras que el 17% afirma que algunas veces se aprovechan. Además, el 15% sostiene que casi siempre se aprovechan, mientras que solo el 3% piensa que casi nunca se aprovechan.

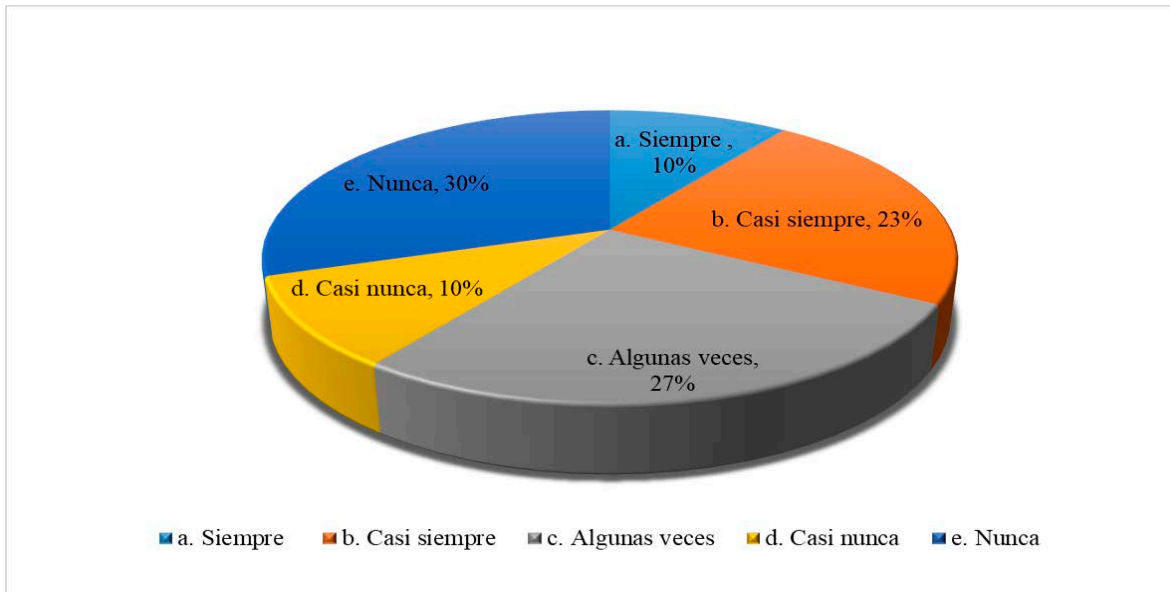
Imagen 3; Las bases de datos están integradas y disponibles



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La imagen 3 muestra los resultados referentes a la integración y disponibilidad de las bases de datos necesarias para las actividades administrativas de la empresa. Según el 60% de los encuestados, las bases de datos siempre están integradas y disponibles para los procesos de información. Por otro lado, el 18% opina que esto ocurre algunas veces, mientras que el 10% afirma que sucede casi siempre. Por último, el 5% de los encuestados señala que las bases de datos nunca están integradas y disponibles.

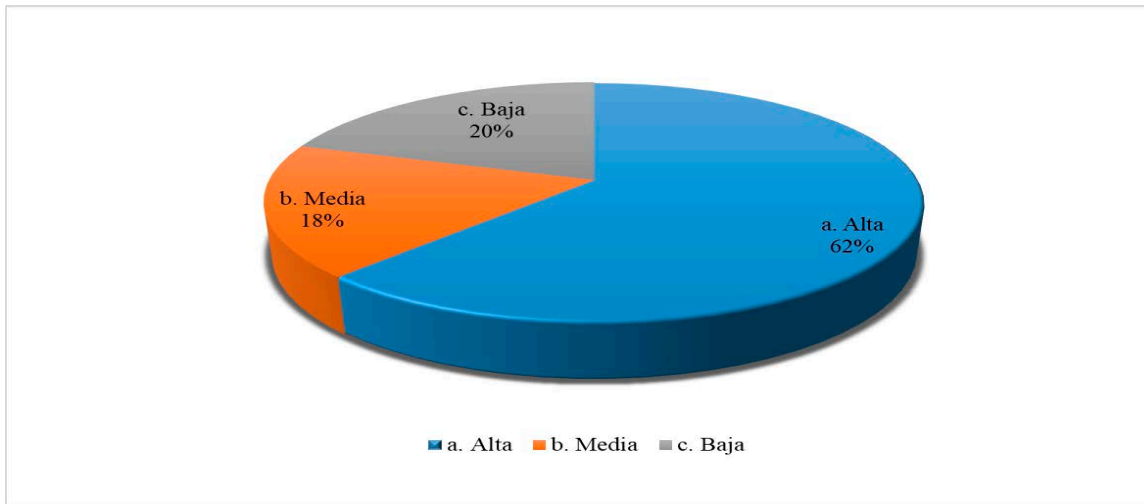
Imagen 4; Se utiliza una aplicación administrativa para respaldar la toma de decisiones



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

En la imagen 4 se muestran los resultados obtenidos al indagar sobre el uso de una aplicación administrativa (business intelligence - inteligencia de negocio) por parte de la empresa para respaldar la toma de decisiones. Según los datos, el 30% de los encuestados afirma que nunca la utiliza, mientras que el 27% señala que la utiliza en algunas ocasiones. Por otro lado, el 23% indica que la utiliza casi siempre, y el 10% opina que la utiliza casi nunca y siempre.

Imagen 5; Efectividad de las TIC's en la empresa



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

En la imagen 5 se muestran los resultados obtenidos de las opiniones de los gerentes de las pequeñas y medianas empresas analizadas, en relación a la efectividad de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs). Según el estudio, el 62% considera que la efectividad es alta, mientras que el 20% la califica como baja y el 18% la considera media.

Conclusiones

Dentro del ámbito de la industria 4.0, la transformación digital se ha convertido en un concepto de gran relevancia y, se percibe como un proceso en constante evolución en el cual las TIC's se vuelven fundamentales en la vida diaria, impactando en todas las áreas que involucran tanto a las personas como a las empresas ya que ofrece a los responsables de la gestión empresarial, la oportunidad de generar estrategias de calidad para obtener o exigir información detallada, en tiempo real y desde cualquier lugar, con respecto a toda la cadena de valor de un producto y servicio: dónde, cómo y bajo qué condiciones se ha fabricado.

Según las opiniones de los gerentes de las pymes que fueron analizadas, los resultados del estudio revelaron que el uso de las TIC's ha experimentado un aumento significativo en los últimos años y el uso se ha vuelto indispensable para el crecimiento y la supervivencia de las pymes. Además, señalaron que esta tendencia se debe a los múltiples beneficios que se obtienen al implementar estas tecnologías, los cuales tienen un impacto directo en la competitividad de las empresas.

No obstante, a pesar de tener conocimiento de los beneficios que conlleva para estas empresas el uso de herramientas tecnológicas en los procesos administrativos, muchas de ellas se resisten a implementarlas, las pymes de la muestra analizada hacen uso ocasionalmente de su ambiente web y no cuentan con un uso

frecuente en sus sistemas internos, viéndose reflejado en su nivel de competitividad. Esto puede deberse al aumento en los costos, el miedo a la innovación, la falta de experiencia o la preocupación de tener que invertir en capacitación para utilizarlas.

A modo de conclusión final y considerando los argumentos previos, es claro que, en la actualidad, la globalización provoca cambios continuos y, para poder sobrevivir en un entorno global altamente competitivo, las pymes deben sumergirse en la era digital y adoptar las tecnologías de la información. Esto se debe a que tanto las personas (clientes) como las organizaciones empresariales e instituciones (proveedores, compradores, competidores) las utilizan cada vez más y de diversas maneras. Además, es importante resaltar que estas tecnologías están en constante evolución y no son estáticas.

Este estudio presenta algunas limitaciones que sugieren posibles áreas de investigación futura. Es importante analizar la percepción del uso de las TIC en gerentes de empresas de mediano y mayor tamaño, es un resultado que debe analizarse para descartar la relatividad al tamaño y éxito empresarial basado en su giro. Posteriormente, sería interesante investigar más a fondo los efectos de la correlación entre otras variables que puedan contribuir a las estrategias de gestión empresarial para mejorar la competitividad. Los resultados presentados en este estudio confirman el objetivo establecido en la investigación, resaltando la perspectiva de los gerentes de pymes al momento de identificar los principales problemáticas y desafíos de la gestión empresarial, que ayude a determinar la influencia de las TIC en el uso de estrategias dentro del proceso administrativo.

Bibliografía

- astraps. (2019). Artículos de Tecnología, Negocios e Innovación. astraps.
- Berrones Paguay, A. V. (2020). Influencia de las Tecnologías de Información en los procesos contables de las organizaciones. *Revista de Investigación SIGMA*, 7(01), 22-28. <https://doi.org/10.24133/sigma.v7i01.1845>
- Castro, A. A., Erazo, S. C. R., y Rodríguez, O. J. S. (2015). Efectividad de las TIC en los procesos administrativos de las Pymes de Santiago de Cali–Colombia. *Gerencia Tecnológica Informática*, 14(40), 17-30.
- Ernst y Young (2020). *Informe Anual de Transparencia 2020*. https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/home-index/ey-informe-anual-de-transparencia-2020-ey-sl.pdf
- González-Díaz, R. R., y Pérez, L. A. B. (2015). Análisis financiero empresarial del sector comercio como factor de competitividad través de la lógica difusa. *Estrategia*, 1(1), 1-10.
- González-Díaz, R. R., Lara, R. J. V., López, R. O., y Hernández Royett, J. (2016). Tax on advertising and commercial advertising: An analysis from Municipal Tax Management. *Globalciencia*, 2(1), 20-34.
- Guaranda Lara, S. N. (2021). *Modelo de gestión para el alineamiento de estrategias corporativas en pymes mediante las tecnologías de la información y comunicación* (Bachelor's thesis).

- Heilig, S. Schwarze and S. Voß. (2017). *An Analysis of Digital Transformation in the History and Future of Modern Ports*. Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System.
- Hoyos Chaverra, J. A., y Valencia Arias, A. (2012). El papel de las TIC en el entorno organizacional de las Pymes (The Role of ICT in the SMEs Organizational Environment). *Trilogía ciencia tecnología sociedad*, 4(7).
- Manresa, A., Bikfalvi, A., y Simon, A. (2019). The impact of training and development practices on innovation and financial performance. *Industrial and Commercial Training*, 51(7-8), 421-444.
- Merizal, M., y Ballagán, E. (2018). Aplicación del Big Data como estrategia de negocio en proyectos de emprendimiento en Ecuador. *Revista Ciencia & Tecnología*, 18(18), 114-123. <https://bit.ly/3irjFZv>
- Saavedra García, M.L. y Tapia Sánchez, B. (2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. *Enl@ce: revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10 (1), 85-104
- Saavedra, L. E. (2016). Las TIC en el campo de la gestión administrativa empresarial. *Revista Multi-Ensayos*, 2(4), 107-112.
- Saldaña De Lira, J. D., Bojórquez Guerrero, L. P., Carlos Ornelas, C. E. y García Pérez, E. (2021). Impacto del uso de las TIC en la Competitividad de las PyMEs en Aguascalientes, México. *Conciencia Tecnológica*, (61), 4.
- Yap, J. B., y Toh, H. (2020). Investigating the principal factors impacting knowledge management implementation in construction organizations. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 18(1), 55-69.

Diseño y Elaboración de un Manual de Inducción para Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V.

Agustín Preciado Valenzuela¹⁶

Alma Brenda Leyva Carreras¹⁷

Resumen

Este trabajo de investigación aborda la carencia de un proceso formal de inducción en Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V., lo que ha afectado la productividad y la satisfacción de sus empleados. El objetivo es diseñar un manual de inducción personalizado para facilitar la integración y mejorar la experiencia laboral de los empleados nuevos y de reingreso. La metodología empleada es descriptiva y exploratoria y utiliza un cuestionario estandarizado validado por expertos para evaluar la experiencia de los empleados en su incorporación. Los resultados reflejan principalmente una percepción positiva de bienvenida. Sin embargo, se identifica un descontento significativo con la presentación de normas de seguridad e higiene, así como percepciones diversas sobre la claridad en la comunicación de responsabilidades, beneficios y oportunidades para aclarar dudas. En conclusión, esta propuesta busca abordar tanto los aspectos positivos como aquellos que presentan desafíos a través de la elaboración de un manual de inducción, con el objetivo de mejorar la experiencia de los empleados desde el inicio de su trayectoria en la empresa y aumentar la productividad.

Palabras clave: Inducción, Hotelería, Capital Humano.

Introducción

En el entorno empresarial actual, la gestión eficiente del capital humano es esencial para el éxito de las organizaciones. En este contexto funciones clave como la inducción, la reinducción y la capacitación desempeñan un papel fundamental al promover la socialización y el reconocimiento de nuevos miembros y grupos de trabajo, a la vez que fortalecen aspectos importantes como el conocimiento de la normatividad, los métodos de contratación y reclutamiento de personal (Santillán, Figueroa y Flores, 2018; Tejedor, Murillo y Solís, 2023).

La incorporación de nuevos empleados puede verse beneficiada por la inducción, un proceso que busca orientar a los nuevos empleados en el entorno laboral y fortalecer el sentido de pertenencia, compromiso y alineación con los objetivos de la organización. La personalización de este proceso a través de un manual de

¹⁶ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, a222230068@unison.mx

¹⁷ Universidad de Sonora, Departamento de Administración, alma.leyva@unison.mx

inducción puede ser clave para transmitir la cultura y valores empresariales (Hall-Jones, Simmons, Stermer, Van Hemert y Vogel, 2018; Godinho, Reis, Carvalho y Martinho, 2023).

La elaboración de un manual de inducción no solo responde a necesidades inmediatas, sino que mejora la experiencia del empleado desde el inicio de su trayectoria laboral, permitiéndole visualizar su futuro en la organización y sentirse acogido al desempeñar nuevas responsabilidades (Bauer, 2015).

En el sector hotelero de Hermosillo, Sonora, empresas como Hotel Marsella 45 y Restaurante Quiriego, pertenecientes a Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V., han destacado por ofrecer propuestas de valor únicas y enfocarse en brindar experiencias de alta calidad a sus clientes. A pesar de estos logros, resulta sorprendente que Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. no haya implementado hasta la fecha un proceso formal de inducción. Esta omisión ha tenido un impacto negativo en la productividad de sus nuevos empleados. La carencia de un proceso de inducción establecido como herramienta de gestión dentro de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. para mejorar la productividad de los nuevos empleados ha generado la necesidad urgente de desarrollar un programa de inducción y reinducción adaptado a las demandas actuales del entorno empresarial. Considerando lo anterior, el objetivo de este proyecto es desarrollar un manual de inducción para nuevos empleados y de reingreso en Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V., con el propósito de proporcionar la información necesaria para facilitar su integración a la organización y contribuir al incremento de su productividad.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un manual de inducción que sirva como guía para los nuevos empleados y de reingreso de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V., con el propósito de proporcionarles la información necesaria para facilitar su integración a la organización y ayudarles a aumentar su productividad.

Objetivos Específicos

- Obtener información detallada sobre la historia, misión, visión, valores y cultura organizacional de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. con el propósito de que el manual refleje de manera precisa la identidad de la empresa y su compromiso con la excelencia en el servicio.
- Examinar los diferentes procedimientos y políticas internas que son relevantes para el personal de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. con la intención de comprender su funcionamiento y verificar el cumplimiento de las normas internas de la empresa.

- Identificar los elementos necesarios para diseñar un manual de inducción para el personal de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V.

Antecedentes

La inducción de nuevos empleados es una función esencial en la gestión de recursos humanos. Bauer (2010) destaca la importancia estratégica de la inducción para mejorar los sistemas de gestión de recursos humanos, subrayando que los empleados tienen aproximadamente 90 días para demostrar su desempeño en un nuevo puesto. La rapidez con la que los nuevos empleados se sientan acogidos y preparados determinará su contribución al éxito de la empresa.

En el entorno empresarial actual, es esencial que las organizaciones lleven a cabo una incorporación efectiva de los nuevos empleados para lograr el éxito y la productividad, debido a que desafortunadamente, muchas empresas cometen el error de no implementar un proceso de inducción adecuado que brinde orientación tanto a los nuevos empleados como a aquellos que son transferidos a diferentes departamentos y como resultado, estos trabajadores pueden no tener una comprensión clara de sus responsabilidades específicas y de las políticas internas de la organización (Fierro, 2021).

Es común que los empleados recién contratados tengan incertidumbres acerca de la empresa y el entorno laboral, por lo tanto, es esencial brindar respuestas de manera pronta y en este caso, una inducción adecuada desempeña un rol fundamental en establecer las expectativas y compromisos para los empleados porque una inducción que no cumple su objetivo indica una mala gestión del talento humano, ya que no refleja la identidad y enfoque de la organización que los empleados esperan conocer (Albe Consultoría, 2021).

Algunos estudios, han demostrado que las organizaciones que implementan un proceso de inducción bien definido logran aumentar la retención en un 82% y mejorar la productividad en más del 70%, esta información permite deducir que cuando el proceso de inducción carece de estandarización y la cultura organizacional no brinda orientación, puede tener consecuencias negativas tanto en la retención como en la productividad de los empleados (Laurano, 2015).

Metodología

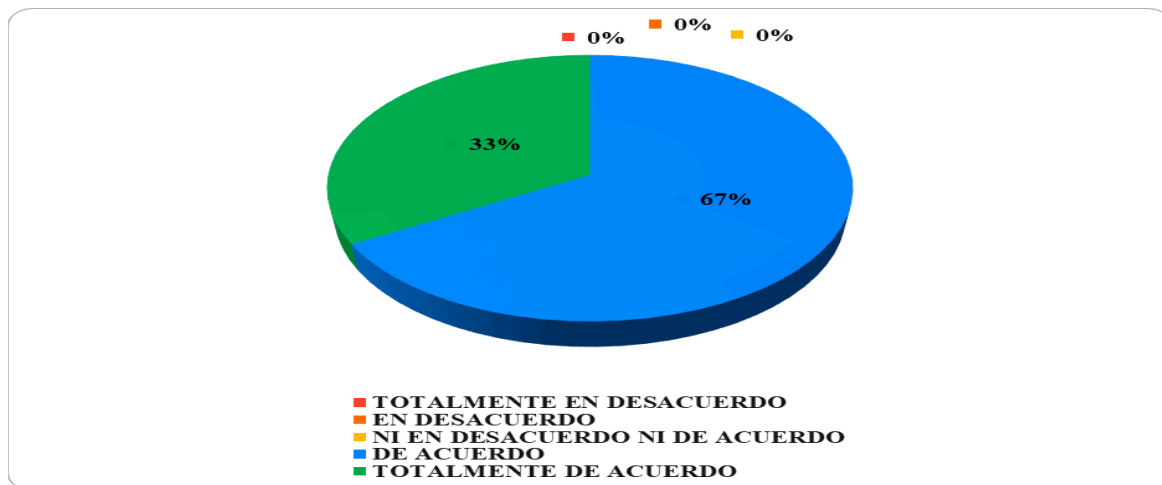
Este estudio tiene como objetivo realizar una investigación descriptiva y exploratoria con el fin de comprender la experiencia de los empleados durante su proceso de incorporación en Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. Para lograr esto, se utilizará un cuestionario estandarizado de 14 preguntas, el cual ha sido adaptado de un

estudio previo y validado por expertos, lo que garantiza su alta confiabilidad. Además, se llevará a cabo una prueba piloto con 6 empleados seleccionados al azar, distribuidos de manera equitativa entre el hotel y el restaurante. Una vez recopilada la información, esta será analizada utilizando la herramienta IBM SPSS. La población objetivo de este estudio está conformada por los 122 empleados (42 del hotel y 80 del restaurante) de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. Dado el enfoque de la investigación, se trabajará con la población completa, sin necesidad de calcular una muestra específica.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados parciales más relevantes de la investigación, alineados con el objetivo central del estudio:

Imagen 1; Me hicieron sentir bienvenido y acogido



Elaboración propia con base en resultados estadísticos preliminares.

En la primera imagen se muestran los datos relacionados con la declaración "me hicieron sentir bienvenido y acogido". Según los resultados, el 67% estuvo de acuerdo, lo que indica que experimentaron una sensación de bienvenida. Además, el 33% estuvo totalmente de acuerdo, lo que respalda la idea de que la mayoría de los encuestados expresaron una experiencia positiva al unirse a la empresa.

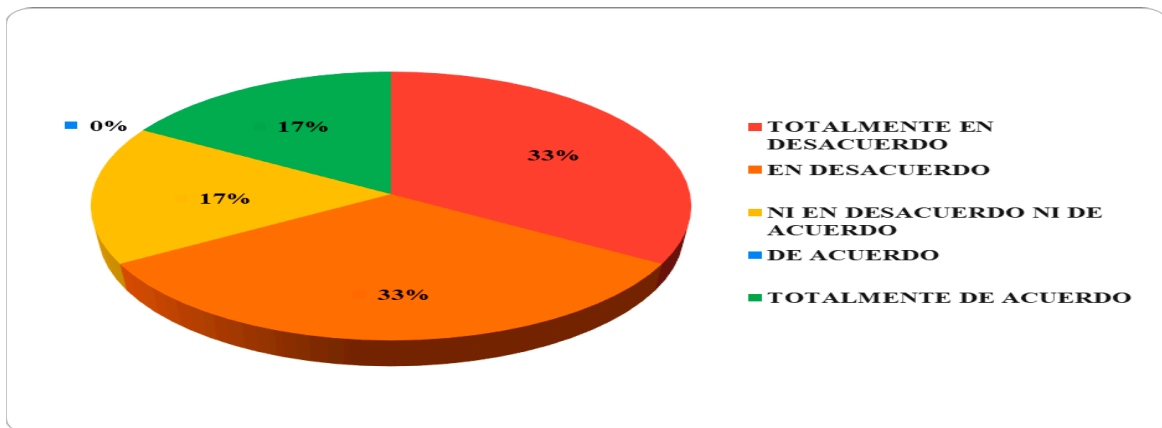
Imagen 2; Se detallaron de manera exhaustiva las responsabilidades del empleado



Fuente: Elaboración propia con base en resultados estadísticos preliminares.

En la imagen 2, se presentan los resultados relacionados con la declaración "se me proporcionaron descripciones detalladas de mis responsabilidades como empleado". Un 17% expresó una total discrepancia, lo que indica una falta de claridad en la descripción de las responsabilidades. Un 33% se mantuvo neutral, mientras que otro 33% estuvo de acuerdo y un 17% estuvo completamente de acuerdo. Estos resultados sugieren que hay diferentes percepciones sobre la claridad en la comunicación de las responsabilidades laborales durante el proceso de incorporación de los nuevos empleados.

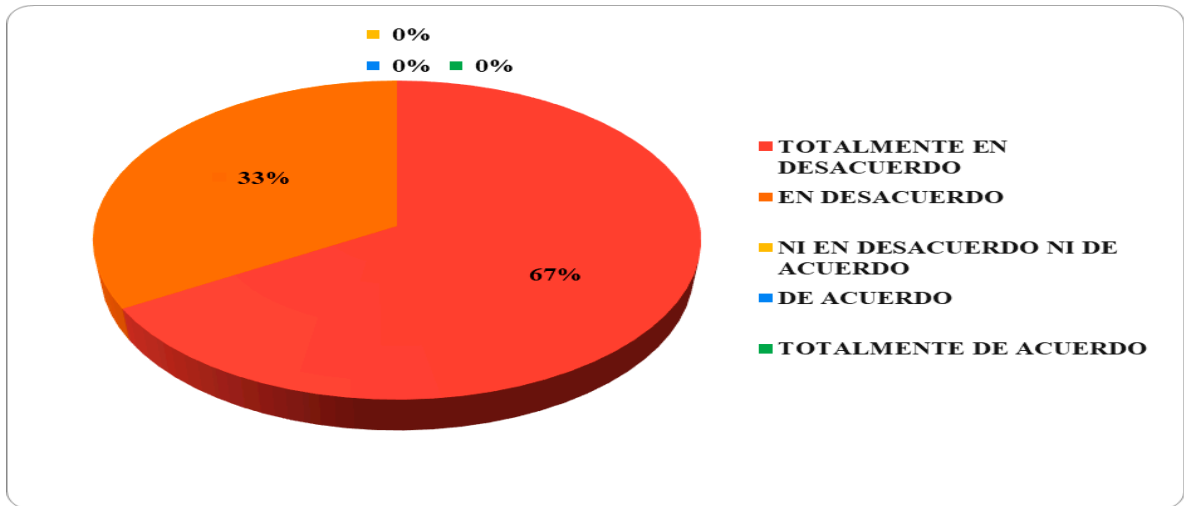
Imagen 3; Recibí información detallada sobre los beneficios que se me brinda



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos preliminares.

La percepción de los participantes sobre la afirmación "recibí información detallada sobre los beneficios que la compañía brinda a su personal" se muestra en la imagen 3. Un tercio de los participantes expresó estar en total desacuerdo, lo que podría indicar una posible falta de claridad en la comunicación de los beneficios. Otro tercio estuvo en desacuerdo, lo que sugiere una percepción negativa. Un 17% no mostró una posición clara, mientras que otro 17% estuvo totalmente de acuerdo. Estos resultados sugieren que sería importante mejorar la comunicación de los beneficios que la empresa ofrece a sus empleados.

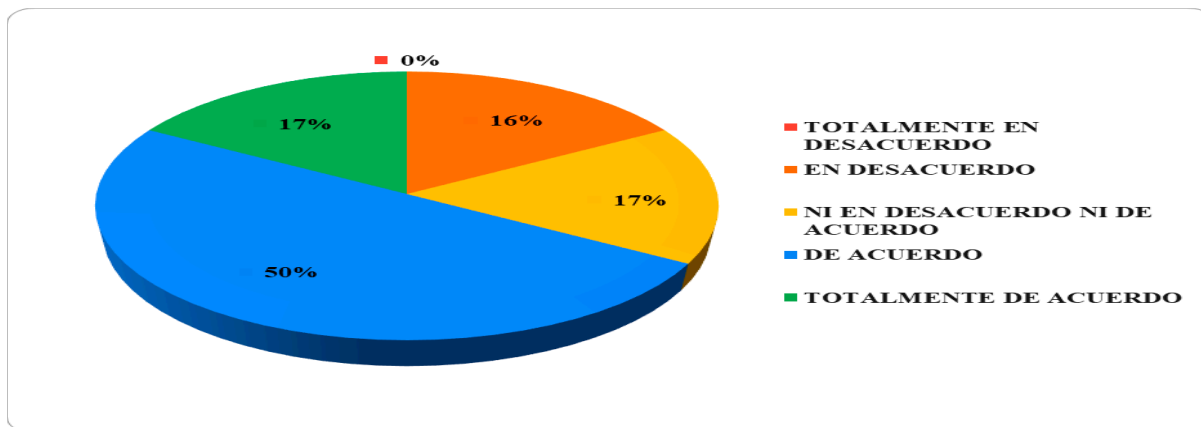
Imagen 4; Se me presentaron y explicaron las normas de seguridad e higiene



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos preliminares.

La imagen 4, muestra las respuestas relacionadas con la afirmación de haber recibido una presentación y explicación de las normas de seguridad e higiene. Un 67% manifestó estar completamente en desacuerdo, mientras que un 33% indicó estar en desacuerdo. Estos resultados sugieren que podría haber margen de mejora en la forma en que se presentan y explican las normas de seguridad e higiene.

Imagen 5; Se me dio oportunidad de expresarme y aclarar cualquier duda que tuviera



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos preliminares.

La imagen 5 ilustra que el 67% de los encuestados estuvo satisfecho con la oportunidad de expresarse y aclarar cualquier duda que tuviera. De ese porcentaje, el 50% estuvo de acuerdo y el 17% estuvo totalmente de acuerdo. En contraste, el 16% mostró desacuerdo y el 17% se mantuvo neutral. Estos resultados reflejan principalmente una percepción positiva, lo cual sugiere una disposición para la comunicación y la resolución de inquietudes.

Conclusiones

En el contexto de este estudio, se resalta la importancia estratégica de llevar a cabo un proceso de inducción en Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V., debido a que la ausencia de este proceso ha tenido un impacto negativo en la productividad y satisfacción de los empleados nuevos y los que regresan, lo que destaca la necesidad apremiante de contar con un programa organizado.

Una solución crucial para abordar las deficiencias identificadas y fortalecer el compromiso de los empleados con la misión y valores de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. es la creación de un manual de inducción personalizado. Este manual no solo establecerá las bases para una integración más efectiva, sino que también garantizará una experiencia laboral más agradable y enriquecedora desde el inicio.

La implementación exitosa de este manual tendrá un impacto positivo en la dinámica interna y en la retención de talento de Operadora de Hoteles Sonot, S.A. de C.V. Además, reafirmará el compromiso de la empresa con el desarrollo y bienestar de su personal, posicionándola como un empleador comprometido. Estas acciones estratégicas también reflejan el compromiso de la empresa con la comunidad y el crecimiento de la industria hotelera, generando un efecto positivo tanto en la reputación de la empresa como en la economía local.

Bibliografía

- Albe Consultoría (2022). Competencias laborales e Inducción del personal; Desarrollando Gente Competente. Recuperado el 12 de septiembre de 2023, de <https://www.grupoalbe.com/inducion-personal-desarrollo-humano/>
- Bauer, T. (2010). *Onboarding New Employees: Maximizing Success*. SHRM Foundation. <https://www.shrm.org/foundation/ourwork/initiatives/resources-from-past-initiatives/Documents/Onboarding%20New%20Employees.pdf>
- Bauer, T. (2015). *Onboarding: Maximizing Role Clarity and Confidence*. DOI: 10.13140/RG.2.1.1834.8887
- Fierro, M. (2021). *Importancia del Proceso de Inducción desde la Gestión del Talento Humano para Empresas Comerciales Ecuatorianas*. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3299/1/77454.pdf>
- Godinho, T., Reis, I. P., Carvalho, R., & Martinho, F. (2023). Onboarding Handbook: An Indispensable Tool for Onboarding Processes. *Administrative Sciences*, 13(3), 79. MDPI AG. <http://dx.doi.org/10.3390/admsci13030079>
- Hall-Jones, J., Simmons, T., Stermer, E., Van Hemert, J. P., & Vogel, M. (2018). Onboarding Employees Through Shared Values. *Journal of Research, Assessment, and Practice in Higher Education*, 3(1), Article 9. <https://ecommons.udayton.edu/jraphe/vol3/iss1/9>
- Laurano, M. (2015). *The True Cost of a Bad Hire*. Brandon Hall Group. <https://www.bdo.com/getmedia/fc989309-6824-4ad6-9f8d-9ef1138e3d42/the-true-cost-of-a-bad-hire.pdf>
- Santillán, W., Figueroa, L., & Flores Díaz, J. (2018). El Manual de Inducción y Bienvenida como Parte de la Cultura Organizacional. *INNOVA Research Journal*, 3(6), 66–83. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n6.2018.555>
- Tejedor, V., Verónica, E., Murillo, A. I. & Solís, I. (2023). La Inducción como Factor de Importancia para el Éxito y Productividad de las Empresas en el Sector Industrial del Distrito de Panamá. *Revista Faeco Sapiens*. 6(1), 266-283. https://uptv.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/3417

La Gestión del Patrimonio Turístico en el Municipio de Ures, Sonora.

Elba Carolina Andrade Villa¹⁸
María Elena Robles Baldenegro¹⁹
Alma Brenda Leyva Carreras³

Resumen

El trabajo de investigación sobre el desarrollo turístico en el Municipio de Ures, Sonora, México, utiliza un enfoque descriptivo y se encuentra actualmente en la fase de aplicación de un cuestionario, con el análisis de respuestas de 110 encuestados para fortalecer la validez de los hallazgos. El objetivo central es contribuir al crecimiento sostenible del turismo, generando beneficios tanto para la comunidad local como para los visitantes. Los resultados preliminares destacan las preferencias de los turistas por aspectos naturales, paisajes y gastronomía regionales, estimulando el interés en la zona rural de Sonora. A pesar del evidente potencial turístico, se identifican desafíos como la falta de una estrategia integral, explotación insostenible de recursos naturales, infraestructura insuficiente y limitada participación comunitaria. La propuesta busca un desarrollo turístico sostenible a través de un inventario, evaluación de infraestructura, y la creación de experiencias y prácticas sostenibles. Se espera que, al involucrar a la comunidad, se espera que estas estrategias equilibren el crecimiento turístico con la preservación del entorno, generando un sólido marco para impulsar el turismo sostenible en Ures, Sonora, México.

Palabras Claves:

Patrimonio, Turismo, Políticas Públicas, Sonora

Introducción

La gestión de los recursos turísticos en el Municipio de Ures, ubicado en Sonora, México, se ha convertido en un tema de gran importancia en la actualidad. De acuerdo a Cajigas Heredia (2018) esto se debe a su capacidad para impulsar el crecimiento económico, preservar tanto el patrimonio cultural como el natural, y, en última instancia, mejorar la calidad de vida de los habitantes locales. El motivo detrás de la realización de este estudio radica en la necesidad de afrontar los retos y las oportunidades asociados con la gestión integral de los recursos turísticos en esta área.

¹⁸ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, E mail: a222230071@unison.mx

¹⁹ Doctora en Ciencias Sociales. Profesora Investigadora adscrita al Departamento de Contabilidad de la Universidad de Sonora. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3358-1342>.

³ Universidad de Sonora, Departamento de Administración, E mail: Alma.leyva@unison.mx

En México, se ha notado un aumento en la implementación de proyectos de turismo alternativo en lugares que no son considerados destinos turísticos convencionales. (Secretaría de Turismo, 2002) Ures se destaca por su rica herencia histórica y cultural, sus impresionantes paisajes naturales y sus auténticas tradiciones, que todavía son desconocidas para la mayoría de los viajeros y turistas. La preservación de este patrimonio se convierte en una prioridad, ya que brinda una oportunidad para financiar la restauración y conservación de monumentos, edificios históricos y costumbres culturales que, de lo contrario, podrían deteriorarse con el tiempo.

A pesar del potencial turístico de Ures, la región enfrenta diversos desafíos que han limitado su crecimiento en el sector turístico. La falta de una estrategia de gestión integral de los recursos turísticos ha llevado a la explotación insostenible de los recursos naturales, una infraestructura insuficiente, una promoción turística poco efectiva y una participación insuficiente de la comunidad local en el proceso.

Uno de los principales desafíos es la necesidad de realizar un inventario completo de los recursos turísticos disponibles en la región y evaluar la calidad de la infraestructura turística existente. También es esencial crear una experiencia turística enriquecedora que fomente la comprensión de la cultura y la naturaleza de Ures y garantice la preservación a largo plazo del patrimonio cultural y natural de la región.

La gestión de los recursos turísticos en Ures es fundamental para aprovechar su potencial turístico, diversificar la economía local, mejorar la calidad de vida de la comunidad y garantizar la preservación de su patrimonio. Cabe destacar que esta investigación aún está en proceso, buscando diseñar estrategias efectivas para gestionar de manera integral y sostenible los recursos turísticos en Ures, Sonora, México.

Antecedentes

El Contexto global en 2021, la Organización Mundial del Turismo (OMT) reportó un incremento del 58% en las llegadas de turistas internacionales en el tercer trimestre, en comparación con 2020 (OMT, 2021). Este aumento se atribuye a la recuperación de la confianza de los viajeros, impulsada por la avanzada vacunación y la reducción de restricciones de entrada a nivel mundial. La región del Caribe lidera con un aumento del 63% en las llegadas (UNWTO, 2022).

El COVID-19 ha generado una crisis sin precedentes en el turismo, con restricciones y falta de confianza. Eugenio-Martin, Sinclair y Yeoman (2005) enfatizan la necesidad de comprender los cambios en la demanda y evaluar el riesgo de propagación para adaptar estrategias promocionales y conexiones aéreas. México experimenta un significativo aporte económico del turismo, representando el 9% del PIB de 2004 a 2014, y generando empleo (SECTUR). A pesar de desafíos como la gripe H1N1, Salazar y Cantú (2017) destacan un crecimiento del 2.2% en la industria turística en 2014, fortalecida por el apoyo gubernamental.

Sonora ha implementado medidas exitosas para impulsar el turismo, incluyendo mejoras en la conectividad aérea, designación de Pueblos Mágicos y alianzas internacionales (INEGI, 2013). Los resultados actuales y Compromisos Futuros, a pesar de la desaceleración global debido a la pandemia, Sonora ha registrado resultados excepcionales en el turismo en 2023, según el gobernador Durazo (Redacción, 2023). El compromiso es mantener el crecimiento a través de la mejora continua de infraestructuras y colaboraciones. En un contexto global dinámico, el turismo enfrenta desafíos y oportunidades. La adaptabilidad y la planificación estratégica son clave para el éxito, como se evidencia en los casos de México y Sonora. La colaboración internacional y el entendimiento de las tendencias de la demanda son fundamentales para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento continuo del sector.

Ahora bien, en el siglo XXI, México reconoció la necesidad de cambiar su enfoque turístico tradicional y adoptó programas que buscaban un desarrollo equilibrado, enfocándose en opciones atractivas y sostenibles. Por ejemplo, en el Ayuntamiento de Puerto Vallarta se buscó mejorar la apariencia del centro de la ciudad mediante un proyecto de modernización. Sin embargo, enfrentó críticas por falta de transparencia. Mérida, en cambio, presenta proyectos como el Gran Corredor Turístico-Gastronómico, que se alinea con la designación de la ciudad como creativa y gastronómica por la UNESCO, buscando atraer más visitantes y mejorar la calidad de vida de los residentes (Chavoya Gama et al., 2016; Editor Web & Editor Web, 2022).

Ahora si bien es cierto, el diseño e implementación de políticas, programas y proyectos en la industria turística latinoamericana y mexicana reflejan la complejidad del turismo como fuerza transformadora, evidenciando la importancia de enfoques sostenibles y la participación activa de las comunidades locales. Sonora, como destino turístico, experimenta una transformación significativa a través de políticas y proyectos destinados a mejorar la calidad de vida de sus residentes y atraer visitantes. Estos esfuerzos abarcan diversas áreas y muestran una visión integral para potenciar el turismo en la región.

Es por ello que, la designación de Ures y San Carlos como Pueblos Mágicos por la Secretaría de Turismo de México fortalece la posición de Sonora como destino turístico. Este reconocimiento impulsa estrategias para mejorar la atención al turista, promocionar el turismo, proporcionar asistencia técnica y modernizar las empresas turísticas locales (Gobierno del Estado de Sonora, 2023). Sonora está llevando a cabo una serie de proyectos integrales que abarcan desde la revitalización de espacios urbanos hasta el rescate de sitios culturales y el impulso económico a través del turismo, demostrando un compromiso significativo hacia un desarrollo sostenible y una experiencia turística enriquecedora.

La planificación turística se erige como un pilar fundamental para el éxito de los destinos turísticos, según García y Castillo (2019). Este proceso estratégico implica la elaboración de estrategias y la toma de decisiones

necesarias para gestionar el desarrollo, promoción y gestión de un destino. Su objetivo central es maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales del turismo.

La Ciudadanía Sonora destaca que el primer encuentro del visitante con Ures se vincula a su riqueza culinaria arraigada en la historia. Desde la época en que el restaurante "Manuel Lucas" era una parada obligada, hasta la actualidad con delicias como las empanadas y el "pan de mujer" en San Rafael. Entre los sabores imperdibles se encuentran los tamales de elote y carne, cocido, gallina pinta, carne con chile colorado, frijoles refritos, tortillas de harina, y una amplia variedad de guisos a lo largo de la ruta de La Loma y Guadalupe.

Además, Ures ofrece una experiencia única durante la época de molienda (de octubre a febrero), donde los visitantes pueden presenciar la creación artesanal de productos derivados de la caña de azúcar, como la tradicional mancuerna con cacahuate, los ponteduros, las melcochas, el morro y el punto. Estos dulces representan la autenticidad y el legado culinario de Ures.

La ciudad no solo resalta por su cocina local, sino por ser depositaria de una herencia gastronómica japonesa: el jamoncillo.

Objetivos

Objetivo General

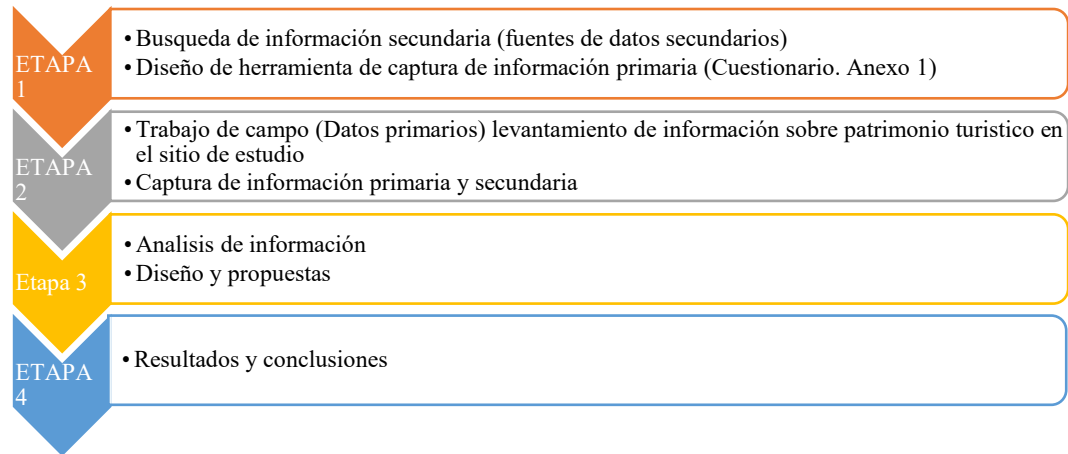
Identificar y analizar el patrimonio turístico existente en Ures, Sonora con el fin de impulsar el desarrollo económico local, preservar el patrimonio cultural y natural, y mejorar la experiencia de los visitantes, contribuyendo así a la mejora de la gestión del mismo y fomentar el crecimiento sostenible del turismo en la región.

Objetivos Específicos

1. Identificar el patrimonio turístico, realizando un inventario de los atractivos naturales, culturales y patrimoniales presentes en el Municipio de Ures, Sonora.
2. Analizar la Infraestructura turística existente en Ures, Sonora
3. Identificar y describir el perfil demográfico y socioeconómico de los visitantes potenciales que podrían estar interesados en el turismo en el Municipio de Ures, Sonora.
4. Investigar y comprender las preferencias específicas de los visitantes en relación con las actividades turísticas en Ures.
5. Evaluar la percepción que tienen los posibles visitantes sobre Ures como destino turístico
6. Posicionamiento de Ures con respecto a los destinos con los que compete

7. Diseñar propuestas de rutas turísticas temáticas que destaquen los atractivos culturales, naturales e históricos de Ures, Sonora

Metodología



Este documento presenta los resultados de una investigación de campo con un enfoque descriptivo y exploratorio, cuyo objetivo es contribuir al crecimiento sostenible del turismo en la zona rural de Sonora, generando beneficios para la comunidad local y los visitantes. Los hallazgos resaltan que la preferencia de los turistas por la naturaleza, paisajes y gastronomía regional impulsa su interés en la región. Se utilizó un cuestionario estandarizado adaptado a los objetivos de la investigación con 31 *ítems*, aplicado mediante un *Google Form* Valijas de herramientas TIC (2016). La aplicación del instrumento permitió valorar y analizar algunas de las gestiones turísticas necesarias para el Municipio de Ures, Sonora., México.

Resultados

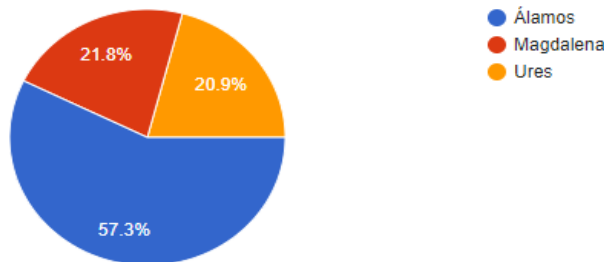
Se presentan a continuación los resultados más relevantes de los avances de la investigación basados en uno de los objetivos central de esta investigación. Anexo link de cuestionario:

https://docs.google.com/forms/d/1zyiEPd_ob6W48OUI6bLhmMZNxqpTYtspxiWCgOCN8F0/edit

Grafica 1.- Preferencia de Destino

De la pregunta anterior, de los dos lugares que no hayas visitado. ¿Cuál de ellos te gustaría visitar?

110 respuestas



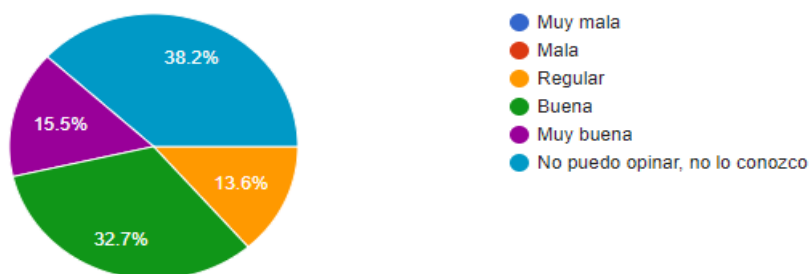
Fuente: Elaboración propia

La grafica 1 muestra los resultados sobre lo que a la gente les gustaría visitar más y la mayoría quiere visitar más Álamos con el (57.3%) y Magdalena con el (21.8%), mientras que Ures, sería lo que el turista elegiría como última opción con el (20.9%), de los encuestados. El lugar más deseado para visitar entre los encuestados es Álamos (57.3%), seguido por Magdalena (20.9%).

Gráfico 2.- Evaluar la Experiencia

13.- Si ya visitante Ures, ¿Cómo evaluaría su experiencia?, Si aun no lo has hecho, por favor elige la opción: "No puedo opinar, no lo conozco"

110 respuestas



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos

La grafica 2, muestra resultados sobre como calificaron los encuestados su experiencia visitado Ures, y la mayoría de los encuestados calificaron su experiencia positivamente, con un 48.2% combinado para "Buena" y "Muy buena". Sin embargo, un significativo 38.2% no puede opinar, lo que destaca la necesidad de aumentar la visibilidad y atracción turística.

Tabla 1. Actividades que le hubiese gustado realizar

15.- En el momento de su visita a Ures ¿Qué actividades le hubiera gustado realizar? En caso de no haberlo visitado, favor de responder a la pregunta de la siguiente manera: "No puedo opinar, no lo he visitado"

110 responses

No tengo una actividad en específico
Hacer una visita mas extensa de lugares y un baile
turismo
Visitar el museo japones
Degustación, algún paseo gastronómico o cultural
Comer en un restaurante bonito, descansar en un buen hotel
Actividades familiares o de aventura
Conocer más lugares de ures

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos

La tabla 1 revela que un considerable número de encuestados no ha visitado Ures, lo que limita sus preferencias turísticas. Aunque eventos locales, como fiestas patronales y actividades culturales, indican un interés en experiencias locales, las respuestas muestran una amplia variedad de preferencias, desde actividades al aire libre hasta culturales y gastronómicas. Estos resultados son valiosos para las autoridades y responsables de turismo en Ures, ofreciendo perspectivas sobre las expectativas de posibles visitantes. Se sugiere considerar la promoción de actividades tradicionales, mejorar la infraestructura turística y proporcionar información más accesible sobre las opciones disponibles en la región.

Aseveraciones alcanzadas a fecha

En base a esta investigación y principales resultados del desarrollo turístico en Ures, Sonora, México, se realizó mediante un enfoque descriptivo, según la muestra analizada o prueba piloto de 110 personas. El objetivo principal fue contribuir al crecimiento sostenible del turismo en la región, beneficiando tanto a la comunidad local como a los visitantes. Los resultados destacan la preferencia de los turistas por la naturaleza, paisajes y gastronomía regional, señalando la búsqueda de experiencias auténticas y enriquecedoras vinculadas a la belleza natural y la cultura culinaria local.

La atención prioritaria a la mejora de infraestructura y seguridad vial se considera esencial para garantizar experiencias positivas. Se sugiere la diversificación de la oferta turística a través de eventos culturales y rutas gastronómicas como una estrategia para atraer a visitantes. La seguridad, seguida de cerca por las atracciones naturales y culturales, emerge como el factor crucial, destacando la importancia de mantener entornos seguros

y preservar el rico patrimonio de la región. Estas conclusiones proporcionan una guía sólida para el diseño de estrategias turísticas, resaltando áreas clave y aspectos más valorados por los posibles visitantes de la zona rural de Sonora.

Además, se destaca la importancia de la gestión efectiva de los recursos turísticos en Ures, considerando la necesidad de superar desafíos como la falta de una estrategia integral, la explotación insostenible de recursos y la participación comunitaria insuficiente. Se aboga por una gestión integral y sostenible para potenciar el desarrollo económico, preservar el patrimonio y mejorar la experiencia del visitante, contribuyendo al crecimiento sostenible del turismo en la región.

El estudio aborda la necesidad de una gestión planificada y sostenible del turismo en Ures, Sonora, reconociendo la importancia de preservar el patrimonio cultural y natural, diversificar la oferta turística y adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado turístico internacional.

En el contexto más amplio del turismo en México, se observa un crecimiento significativo a pesar de los desafíos, destacando la importancia de adaptarse a las cambiantes demandas turísticas, especialmente en el contexto de la pandemia de COVID-19. Se resalta la relevancia económica del turismo en Sonora, con estrategias implementadas para promover el turismo, atraer inversiones privadas y mejorar la infraestructura turística.

Bibliografía

Cajigas Heredia, M. (agosto de 2018). LA IMAGEN URBANA COMO FACTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO REGIONAL. CASO URES, SONORA. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. <https://ciad.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1006/1137/1/Martha%20Cajigas%20Heredia.pdf>

Editor Web & Editor Web. (2022, 27 octubre). REVITALIZACIÓN DEL CENTRO HISTÓRICO: Presentan Gran Corredor Turístico-Gastronómico de Mérida. *Noticaribe Peninsular*. <https://noticaribepeninsular.com.mx/revitalizacion-del-centro-historico-presentan-gran-corredor-turistico-gastronomico-de-merida/>

Eugenio-Martin, J. L., Cazorla-Artiles, J. M., Moreda, A., Murguía, J. M., & Risso, A. (2020). *Modelo predictivo de demanda turística internacional en el contexto del COVID-19: una aplicación en Barbados*. <https://doi.org/10.18235/0002652>

García, C. R., & Castillo, J. M. C. (2019). La planificación turística, enfoque de la calidad en los servicios. *Visionario Digital (En Línea)*, 3(4), 67-80. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i4.970>

Gobierno del Estado de Sonora (2020), Quinto Informe de Gobierno Claudia Pavlovich Arellano. Disponible en < <https://informe.sonora.gob.mx/images/documentos/2020/5to-informe-detrabajo.pdf> >

- INEGI. (2020). División municipal. https://Cuentame.Inegi.Org.Mx/Monografias/Informacion/Son/Territorio/Div_municipal.Aspx?Tema=me&.
- Organización Mundial del Turismo - OMT (28 de noviembre de 2021). El turismo mundial repunta en el tercer trimestre de 2021, pero la recuperación sigue siendo frágil. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/news/repunte-del-turismo-mundial-repunta-en-tercer-trimestre-de-2021-pero-la-recuperacion-sigue-siendo-fragil>
- Redacción. (2023, 24 julio). Sonora alcanza su mayor índice de ventas en turismo en diez años: Alfonso Durazo. *Grupo Milenio*. <https://www.milenio.com/politica/sonora-alcanza-indice-ventas-turismo-10-anos-durazo>
- Salazar, P. R. A., & Cantú, J. C. C. (2017). Modelo de equilibrio general para el turismo nacional en México. *EconoQuantum*, 25-45. <https://doi.org/10.18381/eq.v14i2.7099>
- Secretaria de Turismo. (2002). TURISMO ALTERNATIVO «Una nueva forma de hacer turismo». *Fascículo 1 serie Turismo Alternativo*, 7.
- Secretaria de Turismo. (2021). Alineación del PMP con el Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027. *estrategia sonora*. https://estrategia.sonora.gob.mx/images/2023/Informes_2022/TURISMO.pdf
- Valijas de herramientas TIC. (2016). Formularios de Google – Guía de uso. Recuperado de <http://valijas.ceibal.edu.uy/storage/app/media/Guias%20de%20uso/Google%20formularios.pdf>

Manual de Organización para la empresa Margarita Food Solutions

*Joely Oralia García Navarro*²⁰

*Alma brenda Leyva Carreras*²¹

*Clara Molina Verdugo*²²

Resumen

El presente trabajo de investigación está enfocado en conocer la importancia en el desarrollo de un manual de organización para la empresa Margarita Food Solutions.

Dicha investigación se llevó a cabo con un enfoque metodológico descriptivo, exploratorio y explicativo, con el objetivo de determinar, desde la perspectiva de los colaboradores, como el no contar con un manual de organización afecta en el funcionamiento de cada unidad administrativa y operativa.

Este manual servirá de apoyo en la estructuración básica de la empresa, que, es a su vez, una referencia obligada para lograr el aprovechamiento de los recursos y el desarrollo de las funciones encomendadas.

La información fue recabada utilizando la entrevista abierta, apoyada por un cuestionario estructurado con un total de 13 preguntas con respuestas en escala Likert, aplicado a un total de 40 colaboradores.

Como conclusión, se demostró la importancia de la implementación del manual de organización, desde la inducción del personal, hasta la inclusión de los valores, como la filosofía misma de la empresa. Con ello se aumentaría el rendimiento y eficiencia laboral.

Palabras Claves: Manual de organización, empresa familiar.

Introducción

Hoy en día la mayoría de las empresas familiares no cuentan con un manual de organización, ni en su fase inicial, ni aún, cuando ya están estables, pero, adolecen de una estructura sólida. La importancia de tener buenas bases surge debido a que las empresas familiares son parte fundamental de las estructuras productivas de México (Soto, 2013). Por lo anterior, el contar con un manual de organización, da a conocer las funciones y

²⁰ *Universidad de Sonora*, Departamento de Administración, *Estudiante de Maestría en Administración*, Blvd. Luis Encinas y Rosales s/n, Colonia Centro, Hermosillo, Sonora, México Tel. (662)225.94.96 a214205995@unison.mx

²¹ *Universidad de Sonora*, Departamento de Administración, Blvd. Luis Encinas y Rosales s/n, Colonia Centro, Hermosillo, Sonora, México Tel. (662)259.21.68 alma.leyva@unison.mx

²² *Universidad de Sonora*, Departamento de Administración, Blvd. Luis Encinas y Rosales s/n, Colonia Centro, Hermosillo, Sonora, México Tel. (662)259.21.68 clara.molina@unison.mx

responsabilidades de cada área o puesto de trabajo, en virtud de que afecta directa o indirectamente al cliente, que son la fuente principal de ingreso económico para dichas empresas.

Para las organizaciones medianas y grandes puede resultar más sencilla la elaboración de un manual, debido a la disponibilidad de los recursos, sobre todo del recurso humano. Se podría decir que, la ventaja de las pequeñas empresas es que cuentan con procesos más sencillos, pero, si se ven a corto, mediano o largo plazo, de una manera estructurada, es necesario documentar toda la información necesaria de la empresa, como las funciones de los puestos de trabajo en un manual, debido a que, el nivel de experiencia y éxito con el que cuenta el personal de una empresa o la misma empresa, depende de la profundidad del conocimiento y entendimiento que tenga de la materia o del tema que se le ha asignado en su función (Torres, 1996).

La importancia de documentar las funciones de los puestos de cada área es necesaria, debido a que existen empresas del mismo giro que también están mejorando en sus procesos y esto afecta directa o indirectamente a la empresa y su compromiso con ella misma, esto motiva a no desistir y a seguir creciendo como organización para los clientes internos y externos, coordinando de manera correcta todas las funciones de cada área (Cos & De Navascués, 2001).

El manual de organización es una herramienta eficaz, pues permite a los colaboradores realizar sus tareas de manera eficiente. Si no se tiene el conocimiento necesario de las actividades a realizar, pueden existir malos entendidos entre el personal de las diferentes áreas de la empresa o por el jefe directo, afectando el resultado de la organización hacia el crecimiento. Esto puede llevar también a la frustración, ya que, si no se tiene el conocimiento para cierta tarea, esto fácilmente se vuelve en frustración, y si se tiene conocimiento y la tarea es algo compleja, el colaborador incluso lo puede tomar con un reto. Lo importante es que todo esté perfectamente documentado, para poder capacitar al personal de manera correcta, siendo esta capacitación de manera teórica y práctica, aumentando el rendimiento laboral (Navarrete, 2018).

Por lo anterior, el presente estudio tiene como objetivo ver la necesidad de contar con un manual de organización y así, tener la bases necesarias para desarrollar este mismo para la empresa Margarita Food Solutions, para que ayude a proporcionar, en forma ordenada, la información básica de la empresa y el funcionamiento de cada unidad administrativa y operativa responsable que integran la empresa, como una referencia obligada para lograr el aprovechamiento de los recursos y el desarrollo de las funciones encomendadas.

Objetivo General

Desarrollar un manual de organización para la empresa Margarita Food Solutions que ayude a proporcionar, en forma ordenada, la información básica de la empresa y el funcionamiento de cada unidad administrativa y

operativa responsable que integran la empresa, como una referencia obligada para lograr el aprovechamiento de los recursos y el desarrollo de las funciones encomendadas.

Objetivos Específicos

- Identificar si en Margarita Food Solutions existe un sistema de administración formal mediante un análisis general.
- Explicar los principales problemas en referencia al cumplimiento eficiente de las actividades de los puestos dentro de cada una de las áreas de trabajo de Margarita Food Solutions.
- Mostrar la necesidad de que Margarita Food Solutions cuente con un manual de organización acorde a sus necesidades.

Antecedentes

La empresa Margarita Food Solutions fue creada como empresa familiar desde el año 1983. Actualmente está registrada como persona física. Ha pasado por muchos procesos de transformación, por lo que es necesario contar con manuales que se estén actualizando constantemente, manuales de los cuales hoy en día se carece. Para continuar con la estructuración, sistematización y mejora de los procesos que se ven dentro de esta organización, es importante saber que los manuales son base fundamental para toda empresa, esto debido a que facilita a los colaboradores un sistema de referencia para las actividades, siendo más claras y precisas, distinguiendo cuáles son las responsabilidades y limitantes (Roca & García, 2016).

Metodología

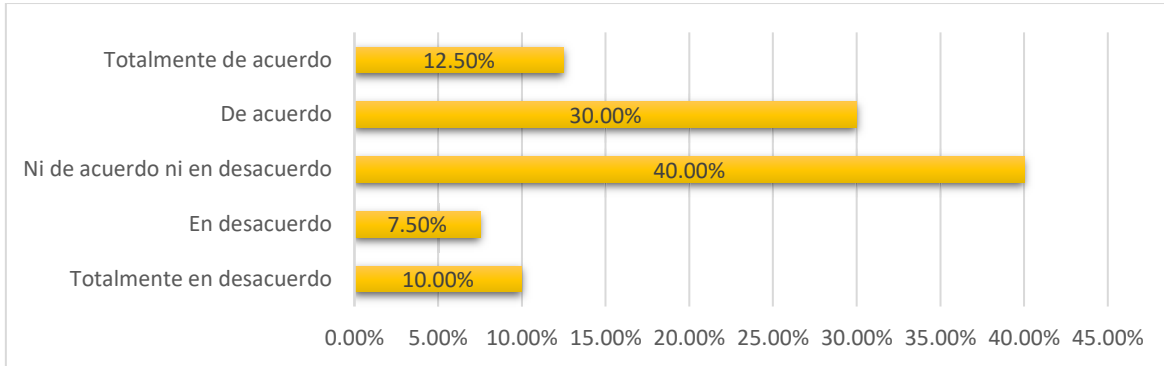
Para poder realizar la comparación de las respuestas y por ende su categorización y generalización, se utilizará la entrevista abierta apoyada por un cuestionario estructurado con un total de 13 preguntas con respuestas en escala de Likert. El instrumento fue adaptado a las condiciones de los objetivos de la investigación. Posteriormente, se aplicó a una muestra simple debido al tamaño y cantidad de colaboradores que se encuentran en el lugar en donde se realizó el estudio. Los sujetos de estudio son el total de colaboradores de todas y cada una de las áreas que integran Margarita Food Solutions en la sucursal ubicada al norte de la ciudad de Hermosillo, Sonora, y que está estructurada por tres áreas: administrativa, operativa y de almacén, siendo un total de 40 colaboradores.

Para estimar la confiabilidad del instrumento aplicado, se hizo una prueba piloto con un mínimo de 3 colaboradores para, de esta manera, con base en los resultados, realizar los ajustes necesarios y así, aunada a la prueba de fiabilidad, se tenga información del día a día en el desempeño laboral, se alcance un alto grado de confiabilidad.

Resultados

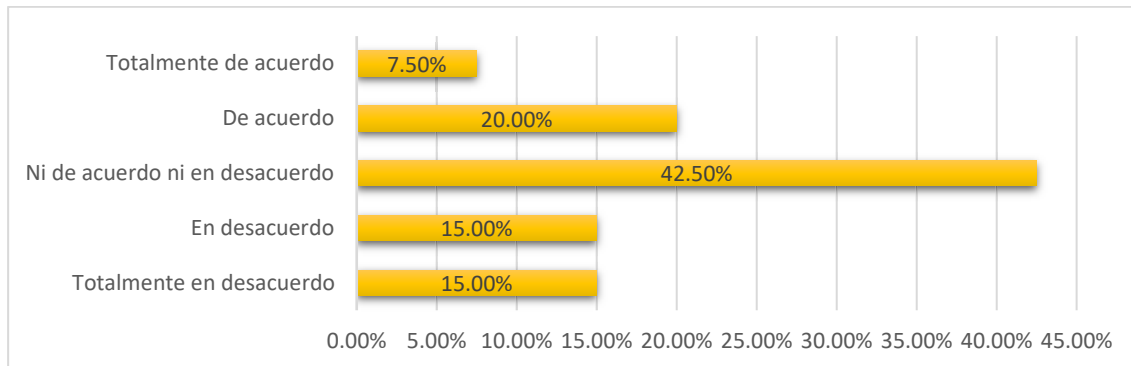
Se presentan a continuación los resultados más relevantes con base a las encuestas aplicadas a los colaboradores, basados en el objetivo principal de la investigación:

Imagen 1; Conozco el uso y beneficio de un manual de organización.



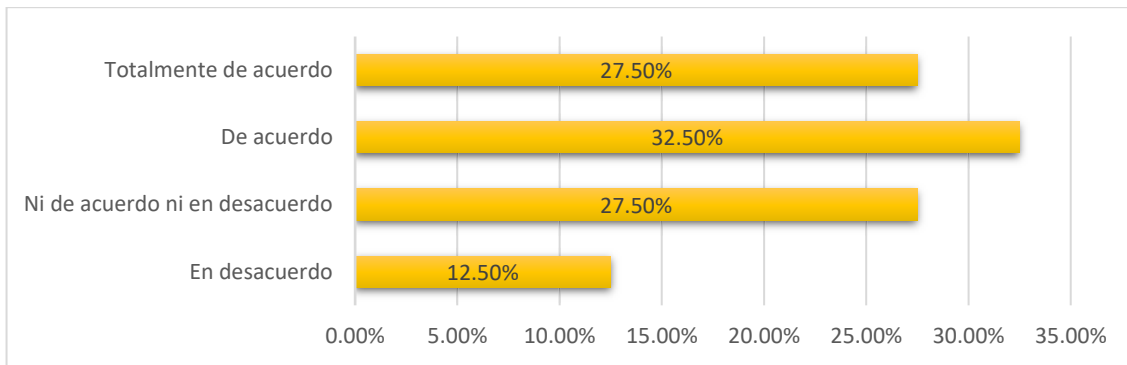
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 2; Conozco todos los elementos que componen el manual de organización.



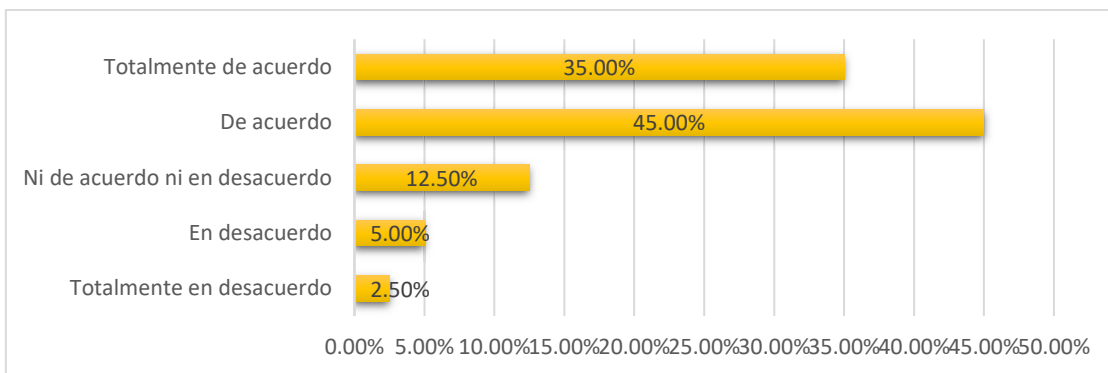
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 3; La empresa cuenta con un organigrama claro que ayuda a definir las líneas de autoridad y responsabilidad de cada uno de los puestos de la estructura administrativa.



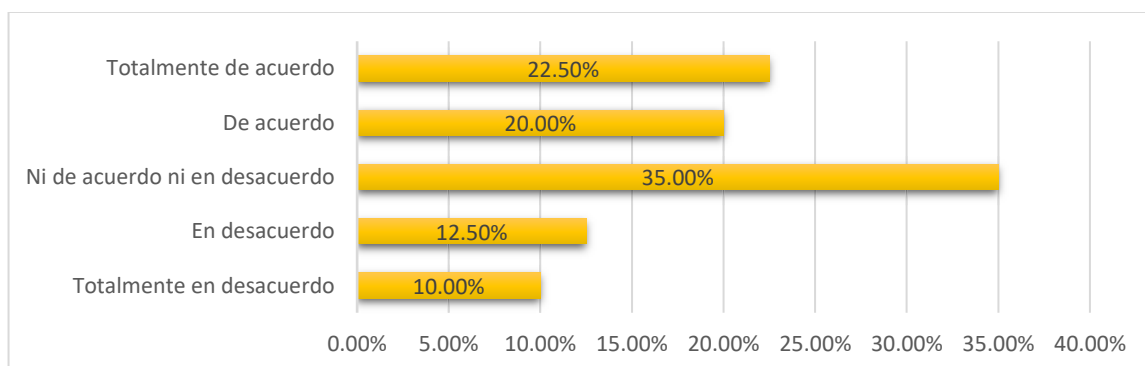
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 4; Conozco la misión, visión y valores de la empresa



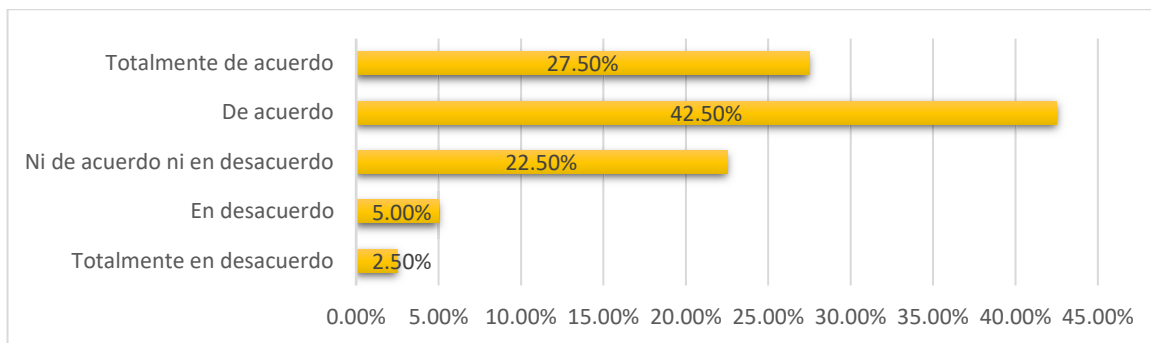
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 5; La empresa cuenta con indicadores para medir el resultado de mi desempeño.



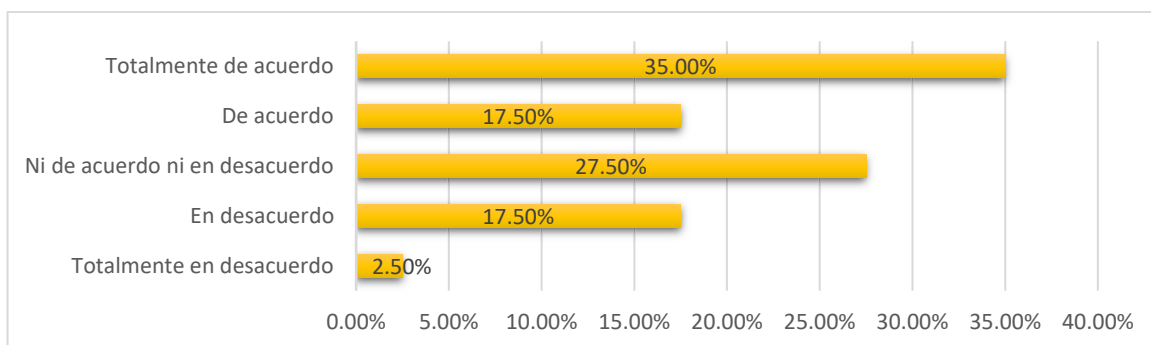
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 6; Conozco las políticas y lineamientos de la empresa.



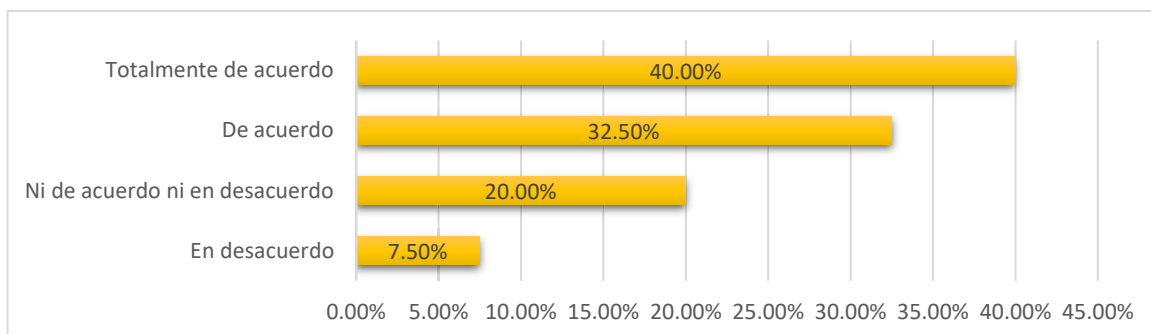
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 7; Todas las áreas de la empresa cuentan con una estructura administrativa.



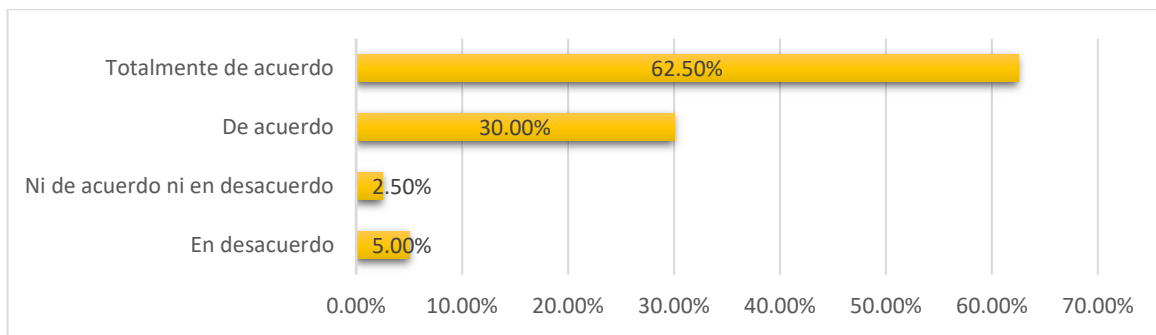
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 8; La empresa tiene definida claramente los objetivos, metas y estrategias de trabajo en cada una de sus áreas.



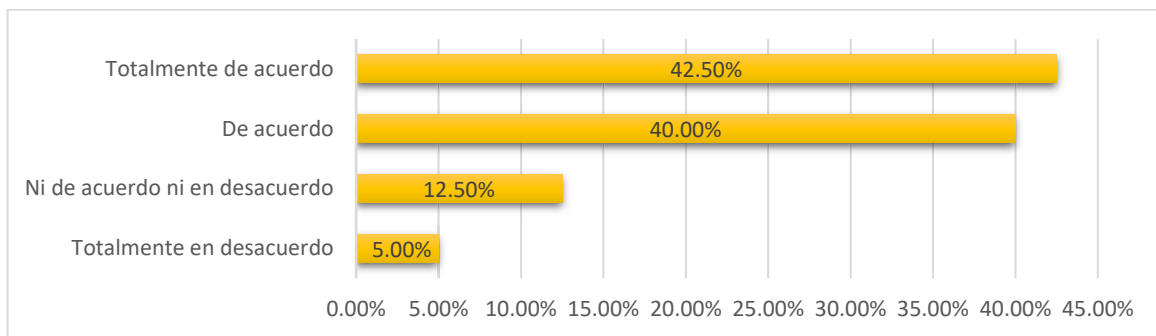
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 9; Tengo claramente definidas las funciones de mi puesto.



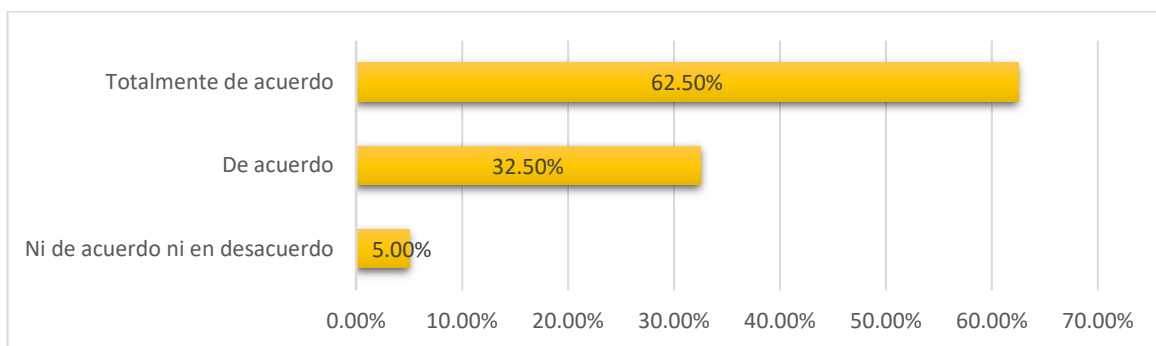
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 10; Se requiere de un manual de organización que ayude a generar una definición clara de los objetivos, metas, descripción de puestos y estrategias de trabajo de todos y cada uno de los miembros de la empresa.



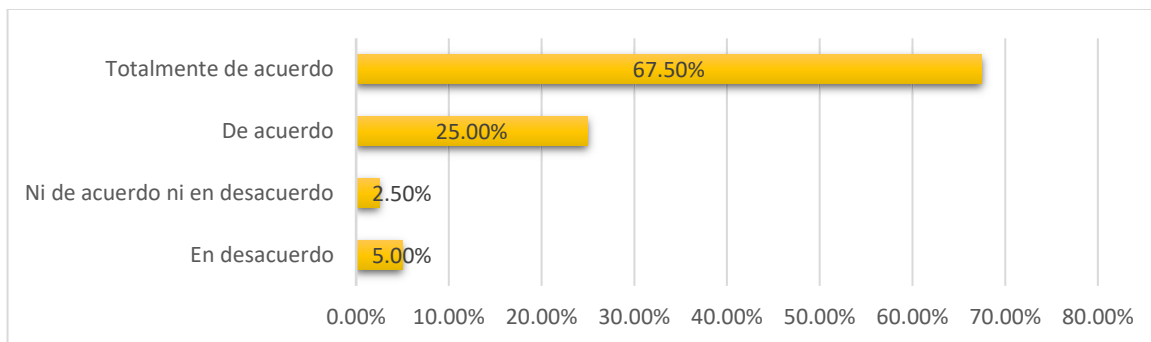
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 11; Conozco y entiendo cómo aplicar en mi día a día los valores de la empresa.



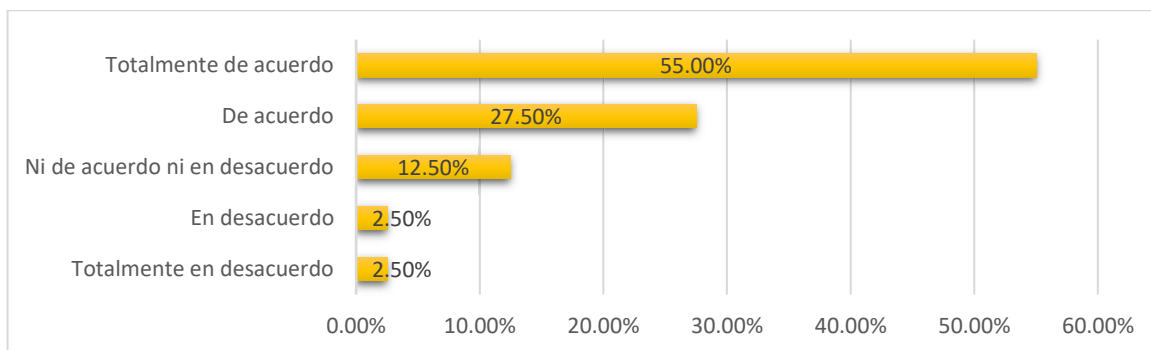
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 12; Entiendo el objetivo de mi puesto y las repercusiones de mis acciones a nivel colectivo en la organización.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Imagen 13; Cuando tengo una idea para generar valor o mejorar el desempeño de mis actividades, se cuál es la ruta para proponerla y llevarla a cabo.



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

Por el resultado obtenido en la pregunta 1) *Conozco el uso y beneficio del manual de organización*, puede ser que los colaboradores no conozcan un manual de organización porque como empresa no se le ha dado la importancia que se necesita, y por ello, no se les ha presentado a los colaboradores. En la pregunta 2) *Conozco todos los elementos que componen el manual de organización*, al no conocer el manual de organización, tampoco conocen los elementos que lo componen. Es importante que se tome en cuenta la razón del porqué no se conoce la importancia del manual de organización, debido a que es la base fundamental de una organización.

De la pregunta 3) *La empresa cuenta con un organigrama claro que ayuda a definir las líneas de autoridad y responsabilidad de cada uno de los puestos de la estructura administrativa*, los colaboradores saben que existen líderes, superiores y compañeros en diversas áreas, más no saben cuál es la actividad de apoyo que

realizan las personas en cada puesto, esto debido a que ingresan con el enfoque de solo realizar las actividades de su área de responsabilidad, siendo que en la empresa las diversas áreas se complementan.

Dentro de la pregunta 4) *Conozco la misión, visión y valores de la empresa*, la gran mayoría tiene conocimiento de estos elementos. Se tendría que verificar porqué un pequeño porcentaje no conoce esta información, debido a que se llevan a cabo inducciones cuando el personal ingresa a la organización, en donde se presenta dicha información.

De la pregunta 5) *La empresa cuenta con indicadores para medir el resultado de mi desempeño*, podemos observar que los colaboradores que son evaluados y retroalimentados con regularidad son quienes opinan que la empresa cuenta con indicadores. Se pueden establecer indicadores con la metodología SMART (Específico, medible, alcanzable, resultados y tiempo), bien definidas por áreas, mencionarlas a los colaboradores y también, capacitarlos en caso de ser necesario para que puedan llegar a cumplir con los indicadores. Los colaboradores que colocaron que no cuentan con indicadores es porque aún no han sido medidos, esto es porque el líder ha priorizado otras áreas que impactan directamente en el servicio al cliente.

En la pregunta 6) *Conozco las políticas y lineamientos de la empresa*, la mayoría tiene conocimiento de las políticas y lineamientos, debido a que muchas de ellas son de sentido común por el impacto directo al cliente, en valores como la responsabilidad, respeto y servicio. Lo recomendable sería repasar las políticas y lineamientos, que cada colaborador firme el acuerdo y proceder a la mejora.

En la pregunta 7) *Todas las áreas de la empresa cuentan con una estructura administrativa*, las respuestas son muy dispersas, esto podría deberse a que se ha mencionado en la empresa que existen áreas operativas y áreas administrativas, muchos de los colaboradores consideran solo pertenecer al área operativa, ya que en su mayoría es personal de esta misma área. Sería ideal fomentar y establecer la estructura en todas las áreas, y una vez listo, compartir la información con los colaboradores de cada área.

En las preguntas 8) *La empresa tiene definida claramente los objetivos, metas y estrategias de trabajo en cada una de sus áreas*; y 10) *Se requiere un manual de organización que ayude a generar una definición clara de los objetivos, metas, descripción de puestos y estrategias de trabajo de todos y cada uno de los miembros de la empresa*, podemos observar que las respuestas son muy parecidas, ya que se habla del mismo tema pero con un enfoque distinto. Debido a que consideran muy importante contar con un manual de organización, debemos tomarlos en cuenta para el desarrollo y actualización de este mismo. Los colaboradores que tienen conocimiento de los objetivos, metas y estrategias de trabajo, es debido a que constantemente se les piden actividades a lograr con fecha determinada u hora.

En la pregunta 9) *Tengo claramente definidas las funciones de mi puesto*, el 92% tiene clara sus funciones porque desde la contratación se les menciona y diariamente hacen esa misma tarea con algunas variaciones. El 8% la razón por la que no tiene claras sus funciones es que algunos hacen multitareas, son contratados en un área pero terminan haciendo varias actividades, todo enfocado en el servicio al cliente.

En las preguntas 11) *Conozco y entiendo cómo aplicar en mi día a día los valores de la empresa*, y 12) *Entiendo el objetivo de mi puesto y las repercusiones de mis acciones a nivel colectivo en la organización*, el 95% en ambos casos lleva a cabo los valores y objetivos del puesto debido a que desde las entrevistas a la contratación se realizan preguntas que determinan sus valores, junto a test psicométricos. De la información obtenida, se seleccionan a los candidatos que vayan con el perfil de la vacante y la filosofía de la empresa.

En la pregunta número 13) *Cuando tengo una idea para generar valor o mejorar el desempeño de mis actividades, se cuál es la ruta para proponerla y llevarla a cabo*, las respuestas fueron muy aceptables, la mayoría comentó que es factible llevar a cabo una idea. Al ser una empresa familiar, se tiene mayor facilidad para llevar a cabo las ideas. Lo ideal sería fomentar la innovación en cada área y puesto, para que despierte el hemisferio derecho (encargado de la creatividad), y así poder fomentar el tener personas más pensantes y que busquen un mayor crecimiento personal y laboral.

Conclusiones

El manual de organización es un documento fundamental para toda organización y aún más si la empresa se encuentra en el camino de la estructuración y crecimiento. Fue importante tomar en cuenta los factores que incluyen el manual de organización y ver el conocimiento de cada colaborador con respecto a cada subvariable que se incluyó para el análisis del conocimiento sobre el manual de organización. Las respuestas demostraron la importancia del manual de organización, que este mismo va más allá de solo comentar lo que tienen que hacer, si no, desde un inicio capacitar al personal con base a dicho manual, incluyendo los puntos fundamentales, como lo son los valores, misión, visión, indicadores, funciones específicas del puesto, políticas y lineamientos, etc. Con ello se aumentaría el rendimiento, y aún más, si se les brinda la confianza necesaria a los colaboradores para que sean participes en la estructuración, generación y realización de ideas, actualización del manual de organización, misión, visión y valores, y que se sientan más comprometidos. Lo anterior se traduce en mejores resultados por parte del personal, también esto genera que sea más ameno el ambiente laboral y con enfoque a objetivos, contagiando con su entusiasmo a los compañeros de trabajo e incluso a los clientes.

Referencias bibliográficas

- Cos, J. P., & De Navascués, R. (2001). Manual de logística integral. Ediciones Díaz de Santos.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dxTImJ4ipCMC&oi=fnd&pg=PR21&dq=Cos,+J.+P.,+%26+De+Navascu%C3%A9s,+R.+\(2001\).+Manual+de+log%C3%ADstica+integral.+Ediciones+D%C3%ADaz+de+Santos.&ots=5qdPRg8F5X&sig=ragMuLgPt08VKKID020hE_HgwPM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dxTImJ4ipCMC&oi=fnd&pg=PR21&dq=Cos,+J.+P.,+%26+De+Navascu%C3%A9s,+R.+(2001).+Manual+de+log%C3%ADstica+integral.+Ediciones+D%C3%ADaz+de+Santos.&ots=5qdPRg8F5X&sig=ragMuLgPt08VKKID020hE_HgwPM#v=onepage&q&f=false)
- Navarrete Villota, M. J. (2018). La capacitación del personal y el desempeño laboral (Master's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Maestría en Gestión del Talento Humano.). <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28329/1/49%20GTH.pdf>
- Roca, A. F. B., & García, C. M. Q. (2016) IMPORTANCIA DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS PARA LA MEJORA DE LOS PROCESOS OPERATIVOS EN LAS AGENCIAS DE ADUANAS Autores e información del artículo. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/10/aduanas.html>
- Soto Maciel, A. (2013). La empresa familiar en México: situación actual de la investigación. Contaduría y administración, 58(2), 135-171.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S018610421371213>
- Torres, M. G. Á. (1996). Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos. Panorama editorial.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YnhdFdUDnVIC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Torres,+M.+G.+%C3%81.+\(1996\).+Manual+para+elaborar+manuales+de+pol%C3%ADticas+y+procedimientos.+Panorama+editorial.+&ots=jXfHKnNX-V&sig=_JWjBumRxm1oBqGI9IHLzYX-Wpc#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YnhdFdUDnVIC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Torres,+M.+G.+%C3%81.+(1996).+Manual+para+elaborar+manuales+de+pol%C3%ADticas+y+procedimientos.+Panorama+editorial.+&ots=jXfHKnNX-V&sig=_JWjBumRxm1oBqGI9IHLzYX-Wpc#v=onepage&q&f=false)

Evaluación de la Eficiencia y Eficacia de la Implementación de Terminales Puntos de Venta en el Sistema de Recaudación de la Universidad de Sonora

Omar Vásquez López²³

José Alfredo Heredia Bustamante²⁴

Resumen

El presente trabajo terminal cuenta con un alcance de investigación descriptiva con un enfoque mixto, se enfocará en la evaluación de la eficiencia y eficacia de la implementación de terminales puntos de venta (TPV) al sistema de recaudación, implementada por la Tesorería General en colaboración con cuatro departamentos de la Universidad de Sonora, los cuales son: Lenguas Extranjeras, Arquitectura, Medicina y Deporte.

El Objetivo principal es la evaluación de la implementación de las TPV al sistema recaudatorio de ingresos, haciendo énfasis en los beneficios cualitativos para efectos de eficiencia en el reconocimiento de los ingresos, asimismo los beneficios cuantitativos, mismos que se verán reflejados directamente en la recaudación de cada uno de los departamentos.

Se llevará a cabo un estudio de investigación mediante la elaboración de encuestas sobre el proceso de recaudación y para la evaluación del control interno que la UNISON llevaba a cabo antes y después de la adecuación antes mencionada, con la finalidad de realizar un comparativo a fin de conocer si las TPV son o no beneficiosas en el trabajo de recaudación de los ingresos de los departamentos.

Palabras Claves: Control Interno, Auditoria, Modelo COSO.

Introducción

El presente trabajo titulado “Evaluación de la Eficiencia y Eficacia de la Implementación de Terminales Puntos de Venta en el Sistema de Recaudación de la Universidad de Sonora” tiene como finalidad evaluar la mejora implementada al trabajo de recaudación

²³ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, omar.vasquez@unison.mx

²⁴ Universidad de Sonora, Departamento de Contabilidad, alfredo.heredia@unison.mx

que realizan los departamentos sobre sus ingresos propios generados, la cual es la implementación de Transferencias Punto de Venta (TPV) en los departamentos para sus cobros, dicha propuesta elaborada por el departamento de Tesorería General.

Las labores de registro de los ingresos que reciben los departamentos de la Universidad de Sonora están sujetos a normas gubernamentales que la universidad se encuentra obligada a seguir y serán corroboradas y verificadas por su órgano interno de control. (Ley Numero 169 Orgánica de la Universidad de Sonora, 2023).

Con un envío eficiente de los ingresos departamentales, además de dar cumplimiento con las reglas internas de la Universidad y de igual manera a las normas fiscales, se evita el fincamiento de responsabilidad y se protege al empleado de una posible sanción, a las que puede hacerse acreedor según gravedad y reincidencia, estas pueden ser desde una amonestación pública o privada a la suspensión de uno a treinta días del cargo, o incluso una inhabilitación temporal que comprende desde tres meses a un año (Reglamento de Responsabilidades Administrativas de la Universidad de Sonora, 2020).

El manual de procedimiento del reglamento de ingresos propios (2015) de la Universidad de Sonora estipula que el departamento de Tesorería General es el responsable del procesamiento de los ingresos que la Universidad recauda mediante los diferentes departamentos y/o escuelas que la conforman, por conceptos de servicios académicos, proyectos, convenios, contratos públicos, otros ingresos (rentas, cursos, talleres, congresos o algún servicio que estas presten), dichos ingresos son remitidos al departamento de Tesorería General, que a su vez hace llegar la información a Contraloría General para que se vean reflejados en la contabilidad de la Universidad, a través de la cuenta presupuestal del departamento, que indica cuánto dinero dispone para sus gastos internos.

El envío tardío de esos ingresos, o el procesamiento a destiempo de parte de Tesorería General, es un fallo que se señalado por parte de los auditores internos y externos que realizan la revisión de las conciliaciones bancarias, en dichas conciliaciones que son realizadas por el departamento de Contraloría General se reflejan movimientos pendientes de registro, que dentro de dichos movimientos se encuentran ingresos pendientes de envío por parte de los propios departamentos, si estos ingresos no son

requeridos mediante oficio los montos son trasladados a una cuenta llamada “otros ingresos”, la cual es utilizada por la Universidad de Sonora para el pago de servicios generales, como pueden ser: agua, luz, por mencionar algunos.

Aun existiendo los reglamentos internos, se tiene la constante por parte de varios departamentos que sus ingresos captados no son enviados en el tiempo requerido para su registro en las cuentas presupuestales, lo cual denota que se requiere mayor agilidad en la operación de la recaudación, por ello el objetivo principal es la evaluación de dicha adecuación al sistema recaudatorio de ingresos.

Objetivos

Objetivo General

Evaluar el procedimiento implementado en el modelo de trabajo de recaudación de los ingresos percibidos de los departamentos de la Universidad de Sonora.

Objetivos Específicos

- Analizar el modelo de trabajo de los departamentos, antes y después de la implementación de las TPV, así como los controles internos con los que se cuenta para la captación de los ingresos propios de los departamentos de la Universidad de Sonora.
- Identificar problemas de las formas de trabajar y/o controles internos en la recaudación de los ingresos propios de la Universidad de Sonora.
- Realizar recomendaciones al procedimiento en el modelo de trabajo de recaudación en los departamentos tomados como objeto de estudio.

Antecedentes (Marco Teórico)

El control interno se define como el conjunto de políticas, procedimientos y prácticas que una organización implementa para proporcionar una garantía razonable de que se están cumpliendo sus objetivos operativos, financieros y de cumplimiento normativo (Deloitte, 2015).

La auditoría es el examen crítico y sistemático de los libros, registros y documentos de una entidad, con el propósito de verificar la exactitud de estos y asegurarse de que

reflejan debidamente la situación financiera del ente económico (Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2017).

La auditoría interna es un proceso sistemático y objetivo de evaluación de operaciones, gestión, sistemas de información y controles internos de una organización, con el fin de proporcionar aseguramiento y asesoramiento a la dirección para mejorar la eficiencia y eficacia en el logro de los objetivos organizacionales (Instituto de auditores internos, 2017).

La auditoría externa es un examen imparcial y objetivo de los estados financieros de una organización por parte de un auditor independiente, con el propósito de expresar una opinión sobre la razonabilidad de dichos estados financieros y su conformidad con los principios contables generalmente aceptados (El Instituto Norteamericano de Contadores Públicos, 2016).

El Modelo COSO puede ser utilizado como una herramienta de diagnóstico organizacional muy potente, ya que permite abordar y analizar la realidad de la organización con una considerable celeridad y en una forma bastante precisa, mediante la revisión de los cinco componentes que configuran la metodología, los cuales son: ambiente de control, evaluación de los riesgos, actividades de control, actividades de información y actividades de monitoreo.

En el año 2017 Daniel Alberto Grajales-Gaviria y Orlando Carmelo Castellanos-Polo realizaron una investigación basada en el modelo COSO, tomando como objetos de prueba las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Medellín, Colombia, de 2,575 empresas, se tomó una muestra de 373, de las cuales 20 otorgaron la accesibilidad necesaria para realizar el estudio ideado, en dicha investigación se realizaron encuestas para evaluar tanto el proceso como los controles internos que realizaban en tesorería, de igual manera realizaron revisiones físicas que comprenden desde la consulta, la observación, la inspección y la revisión de comprobantes y los resultados arrojados fueron catalogados en base a los componentes del control interno según el modelo COSO, ponderando ciertos aspectos de la revisión y así poder cuantificar sus resultados, dicha investigación llegó a la conclusión que las pequeñas y medianas

empresas de Medellín tienen una alta deficiencia en aspectos de control interno, siendo en las que tienen que prestarles más atención son las de valoración de riesgo, actividades de control y el monitoreo de las actividades.

Metodología

El presente trabajo terminal cuenta con un alcance de investigación descriptiva y con un enfoque mixto, por lo cual se recolectarán datos, se evaluará y se verificará la información recaudada a lo largo de la investigación y se obtendrán conclusiones válidas en base al objetivo trazado, el cual es la evaluación de la eficiencia y eficacia de la implementación de terminales puntos de venta (TPV) al sistema de recaudación implementada por la Tesorería General.

Un estudio descriptivo busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni hacer predicciones (Monje, 2011).

Los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Investigación

Actores

Se tomarán a las personas encargadas del proceso en los departamentos de Lenguas Extranjeras, Deportes, Arquitectura y Medicina para la recaudación de sus ingresos por los distintos conceptos y/o servicios prestados por los cuales se obtienen.

Instrumentos

Revisión Documental

La revisión documental se basará en la verificación de los reglamentos y manuales implementados por la Universidad de Sonora que regulan el proceso de sus ingresos propios, los cuales son: el reglamento de ingresos propios, el manual de procedimientos

de ingresos propios, la nueva ley integral 169 de la Universidad de Sonora y los reglamentos internos que tengan los departamentos, de igual manera se realizarán revisiones a las pólizas de ingresos contables realizadas por parte de Contraloría General, las cuales contienen toda la documentación del ingreso enviado por cada departamento, con el fin de verificar la periodicidad de los registros de los departamentos mes a mes, antes y después de la implementación de las TPV en los departamentos para la realizar las comparaciones y verificar como es su influencia en la recaudación y registro de los ingresos para determinar las conclusiones.

Encuestas

Para la realización de las encuestas se utilizara la herramienta Google forms, en escala de Likert se realizaron 17 items, los cuales son de elaboración propia en base al objetivo de la investigación, para recolectar la información que cuentan las personas responsables del proceso de recaudación de los ingresos propios por servicios académicos, además de arrojaros datos cuantitativos, lo cual facilitara el análisis y la obtención de conclusiones basadas en evidencias empíricas, dichas preguntas fueron segmentadas en base a los cinco componentes del modelo coso: ambiente de control, evaluación de los riesgos, actividades de control, actividades de información y actividades de monitoreo

Resultados

Como parte de la del primero punto de la investigación (la revisión documental) se revisó el número de oficios entregados por los diferentes departamentos a Tesorería General correspondientes a los meses de enero a marzo del año 2022, cotejándolos con el mismo periodo del año 2023, en la cual reflejó un aumento de ingresos de 1.18% que corresponde a \$671,093.94 en el primer trimestre del 2023 y de igual manera un incremento de 53 documentos (oficios) de ingresos de un año al otro.

Lo anterior nos puede inferir que si los ingresos propios de los departamentos siguen en aumento, el trabajo sobre la recaudación de parte de los departamentos y su registro a cargo de los departamentos tesorería y contraloría general necesita aumentar su agilidad y que la adecuación de las TPV puede ser satisfactoria, se observó que los departamentos envían sus ingresos cuando estos suceden y cuando terminan de

recaudar todos los pagos que se le fueron realizados y es esto último lo que posiblemente retrasa el envío del oficio del ingreso por parte del departamento y no ayuda a reconocer de manera efectiva su ingreso.

Conclusiones

En el contorno tecnológico, la evaluación de la implementación de las TPV en el trabajo de la recaudación de ingresos de los departamentos de la Universidad de Sonora será para corroborar si se logra una mayor eficiencia, permitiendo un procesamiento y un reconocimiento más rápido de los ingresos recaudados.

En el plano social, la evaluación permitirá verificar si a los empleados que son responsables de la recaudación de los ingresos de los departamentos, si las TPV y el sistema que con ella trae, les permite una mayor seguridad en su trabajo realizado, si influye en su desenvolvimiento dentro de su ambiente laboral ya que sabrá manejar nuevas herramientas y sistemas propios de la Universidad de Sonora, por lo anterior, se estima que el estudio realizado será de una labor con muchos beneficios tanto para los empleados y para la misma Universidad de Sonora, viéndose los resultados específicamente sobre los departamentos Lenguas Extranjeras, Deporte, Medicina y Arquitectura.

Bibliografía

Universidad de Sonora (2023). Ley Numero 169 Orgánica de la Universidad de Sonora.

<https://www.unison.mx/wp-content/uploads/2023/03/LEY-ORGANICA-OK-UNISON-MEDIA-CARTA.pdf>

Universidad de Sonora (2020). Reglamento de Responsabilidades Administrativas de la Universidad de Sonora.

<https://www.unison.mx/wp-content/uploads/2020/03/Reglamento-de-Responsabilidades-Administrativas-para-impresio%CC%81n-28feb2020-1.pdf>

Universidad de Sonora (2015). Manual de Procedimientos de Ingresos Propios.

https://www.unison.mx/institucional/marconormativo/manual_proc_ingresos_propios.pdf

Deloitte. (2015). COSO Marco de referencia para la implementación, gestión y control de un adecuado Sistema de Control Interno. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>

Instituto Norteamericano de Contadores Públicos (2016). AU-C Section 200: Overall Objectives of the Independent Auditor and the Conduct of an Audit in Accordance with Generally Accepted Auditing Standards. In AICPA Professional Standards. <https://www.aicpa-cima.com/resources/download/aicpa-statements-on-auditing-standards-currently-effective>

Arturo, C., Álvarez, M., Surcolombiana, U., De, F., Sociales, C., Humanas, Y., De Comunicación Social, P., Periodismo, Y., y Monje Álvarez, C. A. (2011). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA Guía didáctica. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Hernández Sampier, R., & Mendoza Torres, C. P. (2008). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

Laski, J. P. (2006). El Control Interno Como Estrategia De Aprendizaje Organizacional: El Modelo Coso Y Sus Alcances en América Latina. Gestión y Estrategia, 30, 9–24.

Evaluación de la Eficiencia y Eficacia de la Implementación de Terminales Puntos de Venta en el Sistema de Recaudación de la Universidad de Sonora

*Omar Vásquez López²⁵,
José Alfredo Heredia Bustamante²⁶*

Resumen

El presente trabajo terminal cuenta con un alcance de investigación descriptiva con un enfoque mixto, se enfocará en la evaluación de la eficiencia y eficacia de la implementación de terminales puntos de venta (TPV) al sistema de recaudación, implementada por la Tesorería General en colaboración con cuatro departamentos de la Universidad de Sonora, los cuales son: Lenguas Extranjeras, Arquitectura, Medicina y Deporte.

El Objetivo principal es la evaluación de la implementación de las TPV al sistema recaudatorio de ingresos, haciendo énfasis en los beneficios cualitativos para efectos de eficiencia en el reconocimiento de los ingresos, asimismo los beneficios cuantitativos, mismos que se verán reflejados directamente en la recaudación de cada uno de los departamentos.

Se llevará a cabo un estudio de investigación mediante la elaboración de encuestas sobre el proceso de recaudación y para la evaluación del control interno que la UNISON llevaba a cabo antes y después de la adecuación antes mencionada, con la finalidad de realizar un comparativo a fin de conocer si las TPV son o no beneficiosas en el trabajo de recaudación de los ingresos de los departamentos.

Palabras Claves: Control Interno, Auditoria, Modelo COSO

Introducción

²⁵ Universidad de Sonora, Maestría en Administración, omar.vasquez@unison.mx

²⁶ Universidad de Sonora, Departamento de Contabilidad, alfredo.heredia@unison.mx

El presente trabajo titulado “Evaluación de la Eficiencia y Eficacia de la Implementación de Terminales Puntos de Venta en el Sistema de Recaudación de la Universidad de Sonora” tiene como finalidad evaluar la mejora implementada al trabajo de recaudación que realizan los departamentos sobre sus ingresos propios generados, la cual es la implementación de Transferencias Punto de Venta (TPV) en los departamentos para sus cobros, dicha propuesta elaborada por el departamento de Tesorería General.

Las labores de registro de los ingresos que reciben los departamentos de la Universidad de Sonora están sujetos a normas gubernamentales que la universidad se encuentra obligada a seguir y serán corroboradas y verificadas por su órgano interno de control. (Ley Numero 169 Orgánica de la Universidad de Sonora, 2023).

Con un envío eficiente de los ingresos departamentales, además de dar cumplimiento con las reglas internas de la Universidad y de igual manera a las normas fiscales, se evita el fincamiento de responsabilidad y se protege al empleado de una posible sanción, a las que puede hacerse acreedor según gravedad y reincidencia, estas pueden ser desde una amonestación pública o privada a la suspensión de uno a treinta días del cargo, o incluso una inhabilitación temporal que comprende desde tres meses a un año (Reglamento de Responsabilidades Administrativas de la Universidad de Sonora, 2020).

El manual de procedimiento del reglamento de ingresos propios (2015) de la Universidad de Sonora estipula que el departamento de Tesorería General es el responsable del procesamiento de los ingresos que la Universidad recauda mediante los diferentes departamentos y/o escuelas que la conforman, por conceptos de servicios académicos, proyectos, convenios, contratos públicos, otros ingresos (rentas, cursos, talleres, congresos o algún servicio que estas presten), dichos ingresos son remitidos al departamento de Tesorería General, que a su vez hace llegar la información a Contraloría General para que se vean reflejados en la contabilidad de la Universidad, a través de la cuenta presupuestal del departamento, que indica cuánto dinero dispone para sus gastos internos.

El envío tardío de esos ingresos, o el procesamiento a destiempo de parte de Tesorería General, es un fallo que se señalado por parte de los auditores internos y externos que

realizan la revisión de las conciliaciones bancarias, en dichas conciliaciones que son realizadas por el departamento de Contraloría General se reflejan movimientos pendientes de registro, que dentro de dichos movimientos se encuentran ingresos pendientes de envío por parte de los propios departamentos, si estos ingresos no son requeridos mediante oficio los montos son trasladados a una cuenta llamada “otros ingresos”, la cual es utilizada por la Universidad de Sonora para el pago de servicios generales, como pueden ser: agua, luz, por mencionar algunos.

Aun existiendo los reglamentos internos, se tiene la constante por parte de varios departamentos que sus ingresos captados no son enviados en el tiempo requerido para su registro en las cuentas presupuestales, lo cual denota que se requiere mayor agilidad en la operación de la recaudación, por ello el objetivo principal es la evaluación de dicha adecuación al sistema recaudatorio de ingresos.

Objetivos

Objetivo General

- Evaluar el procedimiento implementado en el modelo de trabajo de recaudación de los ingresos percibidos de los departamentos de la Universidad de Sonora.

Objetivos Específicos

- Analizar el modelo de trabajo de los departamentos, antes y después de la implementación de las TPV, así como los controles internos con los que se cuenta para la captación de los ingresos propios de los departamentos de la Universidad de Sonora.
- Identificar problemas de las formas de trabajar y/o controles internos en la recaudación de los ingresos propios de la Universidad de Sonora.
- Realizar recomendaciones al procedimiento en el modelo de trabajo de recaudación en los departamentos tomados como objeto de estudio.

Antecedentes (Marco Teórico)

Definiciones

Control Interno: El control interno se define como el conjunto de políticas, procedimientos y prácticas que una organización implementa para proporcionar una garantía razonable de que se están cumpliendo sus objetivos operativos, financieros y de cumplimiento normativo (Deloitte, 2015).

Auditoría: La auditoría es el examen crítico y sistemático de los libros, registros y documentos de una entidad, con el propósito de verificar la exactitud de estos y asegurarse de que reflejan debidamente la situación financiera del ente económico (Instituto Mexicano de Contadores Públicos, 2017).

Auditoría Interna: La auditoría interna es un proceso sistemático y objetivo de evaluación de operaciones, gestión, sistemas de información y controles internos de una organización, con el fin de proporcionar aseguramiento y asesoramiento a la dirección para mejorar la eficiencia y eficacia en el logro de los objetivos organizacionales (Instituto de auditores internos, 2017).

Auditoría Externa: La auditoría externa es un examen imparcial y objetivo de los estados financieros de una organización por parte de un auditor independiente, con el propósito de expresar una opinión sobre la razonabilidad de dichos estados financieros y su conformidad con los principios contables generalmente aceptados (El Instituto Norteamericano de Contadores Públicos, 2016).

Modelo COSO: El enfoque COSO puede ser utilizado como una herramienta de diagnóstico organizacional muy potente, ya que permite abordar y analizar la realidad de la organización con una considerable celeridad y en una forma bastante precisa, mediante la revisión de los cinco componentes que configuran la metodología, los cuales son: ambiente de control, evaluación de los riesgos, actividades de control, actividades de información y actividades de monitoreo.

Estudio Evaluación del Control Interno en el Proceso de tesorería de las Pequeñas y Medianas Empresas de Medellín: En el año 2017 Daniel Alberto Grajales-Gaviria y Orlando Carmelo Castellanos-Polo realizaron una investigación basada en el modelo COSO, tomando como objetos de prueba las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Medellín, Colombia, de 2,575 empresas, se tomó una muestra de 373, de

las cuales 20 otorgaron la accesibilidad necesaria para realizar el estudio ideado, en dicha investigación se realizaron encuestas para evaluar tanto el proceso como los controles internos que realizaban en tesorería, de igual manera realizaron revisiones físicas que comprenden desde la consulta, la observación, la inspección y la revisión de comprobantes y los resultados arrojados fueron catalogados en base a los componentes del control interno según el modelo COSO, ponderando ciertos aspectos de la revisión y así poder cuantificar sus resultados, dicha investigación llegó a la conclusión que las pequeñas y medianas empresas de Medellín tienen una alta deficiencia en aspectos de control interno, siendo en las que tienen que prestarles más atención son las de valoración de riesgo, actividades de control y el monitoreo de las actividades.

Metodología

El presente trabajo terminal cuenta con un alcance de investigación descriptiva y con un enfoque mixto, por lo cual se recolectarán datos, se evaluará y se verificará la información recaudada a lo largo de la investigación y se obtendrán conclusiones válidas en base al objetivo trazado, el cual es la evaluación de la eficiencia y eficacia de la implementación de terminales puntos de venta (TPV) al sistema de recaudación implementada por la Tesorería General.

Un estudio descriptivo busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no esté interesado en comprobar explicaciones, ni en probar determinadas hipótesis, ni hacer predicciones (Monje, 2011).

Los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Investigación

Objetos de estudio

Los objetos del estudio o actores se tomarán a las personas encargadas del proceso en los departamentos de Lenguas Extranjeras, Deportes, Arquitectura y Medicina para la recaudación de sus ingresos por los distintos conceptos y/o servicios prestados por los cuales se obtienen.

Instrumentos

Revisión Documental, se basará en la verificación de los reglamentos y manuales implementados por la Universidad de Sonora que regulan el proceso de sus ingresos propios, los cuales son: el reglamento de ingresos propios, el manual de procedimientos de ingresos propios, la nueva ley integral 169 de la Universidad de Sonora y los reglamentos internos que tengan los departamentos, de igual manera se realizarán revisiones a las pólizas de ingresos contables realizadas por parte de Contraloría General, las cuales contienen toda la documentación del ingreso enviado por cada departamento, con el fin de verificar la periodicidad de los registros de los departamentos mes a mes, antes y después de la implementación de las TPV en los departamentos para la realizar las comparaciones y verificar como es su influencia en la recaudación y registro de los ingresos para determinar las conclusiones.

Encuestas

Para la realización de las encuestas se utilizara la herramienta Google forms, en escala de Likert se realizaron 17 items, los cuales son de elaboración propia en base al objetivo de la investigación, para recolectar la información que cuentan las personas responsables del proceso de recaudación de los ingresos propios por servicios académicos, además de arrojarlos datos cuantitativos, lo cual facilitara el análisis y la obtención de conclusiones basadas en evidencias empíricas, dichas preguntas fueron segmentadas en base a los cinco componentes del modelo coso: ambiente de control, evaluación de los riesgos, actividades de control, actividades de información y actividades de monitoreo

Resultados

Como parte de la del primero punto de la investigación (la revisión documental) se revisó el número de oficios entregados por los diferentes departamentos a Tesorería General correspondientes a los meses de enero a marzo del año 2022, cotejándolos con el mismo periodo del año 2023, en la cual reflejó un aumento de ingresos de 1.18% que corresponde a \$671,093.94 en el primer trimestre del 2023 y de igual manera un incremento de 53 documentos (oficios) de ingresos de un año al otro.

Lo anterior nos puede inferir que si los ingresos propios de los departamentos siguen en aumento, el trabajo sobre la recaudación de parte de los departamentos y su registro a cargo de los departamentos tesorería y contraloría general necesita aumentar su agilidad y que la adecuación de las TPV puede ser satisfactoria, se observó que los departamentos envían sus ingresos cuando estos suceden y cuando terminan de recaudar todos los pagos que se le fueron realizados y es esto último lo que posiblemente retrasa el envío del oficio del ingreso por parte del departamento y no ayuda a reconocer de manera efectiva su ingreso.

Conclusiones

En el contorno tecnológico, la evaluación de la implementación de las TPV en el trabajo de la recaudación de ingresos de los departamentos de la Universidad de Sonora será para corroborar si se logra una mayor eficiencia, permitiendo un procesamiento y un reconocimiento más rápido de los ingresos recaudados.

En el plano social, la evaluación permitirá verificar si a los empleados que son responsables de la recaudación de los ingresos de los departamentos, si las TPV y el sistema que con ella trae, les permite una mayor seguridad en su trabajo realizado, si influye en su desenvolvimiento dentro de su ambiente laboral ya que sabrá manejar nuevas herramientas y sistemas propios de la Universidad de Sonora, por lo anterior, se estima que el estudio realizado será de una labor con muchos beneficios tanto para los empleados y para la misma Universidad de Sonora, viéndose los resultados específicamente sobre los departamentos Lenguas Extranjeras, Deporte, Medicina y Arquitectura.

Bibliografía

Universidad de Sonora (2023). Ley Numero 169 Orgánica de la Universidad de Sonora. <https://www.unison.mx/wp-content/uploads/2023/03/LEY-ORGANICA-OK-UNISON-MEDIA-CARTA.pdf>

Universidad de Sonora (2020). Reglamento de Responsabilidades Administrativas de la Universidad de Sonora. <https://www.unison.mx/wp-content/uploads/2020/03/Reglamento-de-Responsabilidades-Administrativas-para-impresio%CC%81n-28feb2020-1.pdf>

Universidad de Sonora (2015). Manual de Procedimientos de Ingresos Propios. https://www.unison.mx/institucional/marconormativo/manual_proc_ingresos_propios.pdf

Deloitte. (2015). COSO Marco de referencia para la implementación, gestión y control de un adecuado Sistema de Control Interno. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>

Instituto Norteamericano de Contadores Públicos (2016). AU-C Section 200: Overall Objectives of the Independent Auditor and the Conduct of an Audit in Accordance with Generally Accepted Auditing Standards. In AICPA Professional Standards. <https://www.aicpa-cima.com/resources/download/aicpa-statements-on-auditing-standards-currently-effective>

Arturo, C., Álvarez, M., Surcolombiana, U., De, F., Sociales, C., Humanas, Y., De Comunicación Social, P., Periodismo, Y., y Monje Álvarez, C. A. (2011). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA Guía didáctica. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

Hernández Sampier, R., & Mendoza Torres, C. P. (2008). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill.

Laski, J. P. (2006). El Control Interno Como Estrategia De Aprendizaje Organizacional: El Modelo Coso Y Sus Alcances en América Latina. *Gestión y Estrategia*, 30, 9–24.

Factores organizacionales que mejoran el desempeño laboral del personal administrativo de las maquiladoras en los parques industriales de Guaymas, Sonora, México

*Francisco Javier Acuña Mayoral
María Mayela Terán Cazares*

Resumen

La industria maquiladora se ha convertido en un detonante de desarrollo socioeconómico muy importante en todo México, la mayor concentración se da en la frontera norte de la república al implementar parques industriales que ofrecen alternativas de empleo a una gran cantidad de familias, generación de ingresos al erario, creación y establecimiento de comercios y servicios complementarios a la industria y sociedad que le acompaña, principalmente en el ámbito nacional. Contreras y Munguía (2007). Por lo que este trabajo de investigación gira en torno al desempeño laboral del personal en funciones administrativas en la industria maquiladora de Guaymas, Sonora, México y tiene como objetivo: Analizar los factores organizacionales que permiten mejorar el desempeño laboral del personal administrativo que labora en las plantas maquiladoras industriales localizadas en los parques industriales de Guaymas, Sonora, México.

Palabras claves: Desempeño laboral, Personal administrativo, Maquiladoras y Factores organizacionales

La hipótesis general señala que: Los factores organizacionales: motivación laboral, clima organizacional, flexibilidad laboral, capacitación y responsabilidad social mejoran el desempeño laboral del personal administrativo en las maquiladoras industriales. Por esto, la investigación es de carácter cuantitativo, comprobatoria, correlacional y descriptiva al pretender identificar cuál es la relación de los factores humanos con el desempeño laboral del sujeto de estudio.

Revisión de literatura.

En este capítulo se describe la mecánica con la cual se realizó la búsqueda de información hasta definir e iniciar un conjunto de bibliografías sobre la cual se fincan las bases de la presente investigación, sus bases de datos, tiempos y referencias. Inicialmente se describe el contexto de la variable dependiente, desempeño laboral (DL), el cual a través de diversas teorías dará una guía para conceptualizar diferentes vertientes hasta lograr establecer la definición del DL del empleado en puesto administrativo. Enseguida se describen y definen las

variables independientes para determinar su relación con el desempeño laboral del empleado administrativo en la industria maquiladora de Guaymas, Sonora, México.

Marco teórico de la variable dependiente: Desempeño laboral.

La teoría centrada en el establecimiento de metas de Locke (1968), indica que el desempeño depende de la intención de esforzarse para lograr un objetivo concreto buscado por éste. Dicho objetivo marcará el tipo de esfuerzo y la implicación del sujeto, así como la satisfacción que obtenga de su trabajo en función de cuánto le acerque este a sus objetivos. House (1970), propuso la teoría del modelo camino meta trató de explicar la influencia del comportamiento del líder en el desempeño y la satisfacción de los seguidores.

Desempeño laboral se refiere al rendimiento suficiente o no que genera y logra cada trabajador al momento de realizar las funciones encomendadas, durante su desarrollo y alcance de metas propuestas, con su conjunto de conocimientos, destrezas y aptitudes susceptible de evaluarse y conocer áreas de oportunidades para mejorar, por estas razones es que las grandes empresas evalúan el desempeño para medir el grado de eficacia y eficiencia con que realizan las actividades sus colaboradores (Chiavenato, 2000; Davis y Newtrons 2000; Morgan, 2015; Bohórquez, 2020).

Marco teórico de las variables independientes, X1, X2, X3, X4 y X5.

X1 Motivación laboral. - Teorías y constructo del investigador.

Iniciamos con la teoría de la equidad de Adams (1963), parte de la idea de que la motivación laboral inicia en cómo debe valorar el empleado su tarea, y la compensación que recibe a cambio de la tarea cumplida, la cual será comparada con la compensación recibida por los demás trabajadores, mientras que la teoría de valencias y expectativas de Vroom (1964), inicia con la valoración de que el nivel de esfuerzo del empleado depende de dos factores esenciales, dichos elementos pueden estar mediados por la presencia de necesidades; el primero de ellos es la valencia de los resultados, es decir la consideración de que los resultados obtenidos con la tarea a realizar tienen un valor específico para el sujeto. el segundo factor corresponde a la expectativa de que el esfuerzo realizado va a generar dichos resultados, y está mediada por diferentes factores como la creencia en la propia autoeficacia.

Por lo tanto, motivación laboral es el impulso personal que conjunta factores intrínsecos y extrínsecos, positivos o coercitivos que influyen en la voluntad del trabajador a presentar un determinado comportamiento y realizar una actividad laboral específica orientada hacia el logro de beneficios organizacionales para finalmente satisfacer sus necesidades personales (Robbins 1999, Chiavenato 2000, Ramírez, Roa y Herrera 2004, Rubio 2016, Weihrich, et al. 2017, Castellero 2019).

X2 Clima organizacional. - Teorías y constructo del investigador.

La teoría “X y Y” de McGregor (1960) habla de dos formas de pensamientos que llegan a tener los subordinados dentro una organización, la primera parte de la teoría explica que se puede considerar a los empleados que trabajan bajo presión o amenaza, es decir, los colaboradores deben realizar sus actividades laborales con la supervisión de alguna autoridad, mientras que la segunda parte se basa en el principio que la gente quiere y necesita trabajar, están dispuestos a tomar ciertos compromisos y están conscientes de las oportunidades de aspirar a un mejor puesto de trabajo. .

Otra teoría de clima organizacional es la “Z” de Ouchi (1981) Según el autor, la productividad se logra al implicar a los trabajadores en el proceso productivo de la organización, es decir propone la integración de la vida laboral y personal del ser humano, que procura la humanización de las condiciones de trabajo aumentando así la autoestima de los trabajadores, a través de su aplicación y desarrollo tiende a promover los empleos fijos, la alta productividad y alta satisfacción y moral en los empleados.

Por lo tanto, clima organizacional es el entorno empresarial distintivo interno o externo en el que las personas conjugan valores, actitudes, creencias, políticas, prácticas y procedimientos como resultado del comportamiento de la interacción social al interior de las organizaciones (Dessler 1976, Forehand y Gilmer 1964, Patterson et al. 2005, Méndez 2006, Koch & Bustamante, 2016).

X3 Flexibilidad laboral. – Teorías y constructo del investigador.

La teoría de la flexibilidad cognitiva se define como la capacidad que tiene nuestro cerebro para adaptar nuestra conducta y pensamiento a situaciones novedosas, cambiantes o inesperadas. En otras palabras, la flexibilidad cognitiva es la capacidad de darnos cuenta de que lo que estamos haciendo no funciona correctamente, o ha dejado de funcionar o lo hace insuficientemente ante cualquier tipo de cambios, por lo tanto, debemos reajustar nuestra conducta, pensamiento, opiniones y acciones para adaptarnos al entorno y a las nuevas situaciones. Spiro, Feltovich & Coulson (1991).

La teoría de la frontera trabajo/familia de Campbell, citado por Vesga (2019). La interacción trabajo-familia en el contexto actual del mundo del trabajo. *Equidad y desarrollo*, 1(33), 121-135. tiene el propósito de mirar esta relación desde una perspectiva de balance más que de conflicto. Su propósito es explicar “cómo los individuos administran y negocian las esferas del trabajo y la familia y los límites entre ellas con el propósito de obtener un balance”.

Se define la flexibilidad laboral como la capacidad adaptación y respuestas que presentan empresas, empleados y colaboradores ante los mecanismos tradicionales de contratación y establecimiento de reglas, políticas o acuerdos en la relación laboral del mercado de trabajo (Dahrendorf 1986, Sennet 2003, Palacio y Álvarez 2004, Beristaín 2013 y Prieto 2018).

X4 Capacitación. – Teorías y constructo del investigador.

Schultz (1949) en su teoría del capital humano definió que los factores de producción decisivos para el mejoramiento del bienestar de los pobres no son el espacio, la energía y la disponibilidad de tierra cultivable sino el mejoramiento de la calidad de la población, los adelantos en el conocimiento y el mejoramiento de habilidades; a su vez determinó el capital humano como aquel que incluye componentes cualitativos, tales como la habilidad, los conocimientos y atributos similares que afectan la capacidad individual para realizar el trabajo productivo, también planteó que los gastos introducidos para mejorar estas capacidades aumentan el valor de la productividad del trabajo y producirán un rendimiento positivo.

La teoría del mercado dual de trabajo, parte estos planteamientos según los cuales su funcionamiento se podrían explicar mejor partiendo de la idea de que éste está dividido en dos grandes segmentos: el mercado primario (que englobaría los puestos buenos del mercado, es decir, aquellos con salarios elevados, estabilidad, oportunidades de avance, entre otros) y el mercado secundario (en el que quedarían confinados los puestos de trabajo con salarios bajos, inestabilidad, escasas oportunidades de ascenso, y demás, Piore (1969).

Por lo cual se define a la capacitación como el programa educacional de formación del trabajador para el desarrollo de conocimientos aptitudes y destrezas que permitan el desempeño de las actividades asignadas con la calidad esperada y en función de su puesto en la organización. (Dessler, 1998, Blake 2000, Werther & Davis 2008, LFT 2021).

X5 Responsabilidad Social. - Teorías y constructo del investigador.

Teorías Instrumentales, Friedman (1970, 2007) , Esta teoría está fundamentada en el desarrollo de responsabilidad social empresarial, siempre que dicha actividad proporcione ganancias a los socios que integran una determinada empresa, es decir la empresa es vista específicamente como un medio para la creación de riqueza y sus actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos, esta teoría argumenta la maximización del valor para el accionista como máximo criterio para la evaluación de las actividades sociales corporativas; el marketing con causa, cuyo objetivo principal es incrementar las ventas y utilidades de las empresas o la relación con los clientes creando una imagen de marca mediante la adquisición o la asociación con la dimensión ética o la dimensión de responsabilidad social, haciendo uso de las estrategias para lograr ventajas competitivas sobre otras compañías. Cancino y Morales (2008).

Teorías integradoras, Carroll (1979) En su trabajo "A three-dimensional conceptual model of corporate performance establece que la teoría integradora remite a un conjunto de aspectos u obligaciones de carácter económico, legal, ético y filantrópico que deben seguir las empresas al momento de su constitución legal, a fin de obtener una licencia de operaciones que les garanticen la aprobación para el inicio de operaciones, bien sea por los organismos legales correspondientes o por la misma colectividad de manera pragmática que le permita cumplir satisfactoriamente con sus objetivos y dar respuesta a las demandas sociales para adquirir legitimidad social, una mayor aceptación y prestigio social. Este grupo de teorías comprende: la gestión de asuntos sociales;

el principio de responsabilidad pública; la gestión de los grupos implicados (stakeholders); y, la acción social corporativa.

Por lo tanto se define la responsabilidad social (RS) como el conjunto de obligaciones de responsabilidades integrales (políticas, legales, económicas, sociales y medioambientales) que los empresarios en particular o en colectivo y voluntariamente deben impulsar hasta cumplir normas, políticas y acciones corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos de rentabilidad empresarial y valores de la sociedad, (Bowen 1953, Druker 1984, Correa 2007, Mellado 2009, Arbaiza 2015, Remachis Villacís, Guayta 2018 e IMF Business School 2019).

Resumen de los autores.

Los autores citados y referenciados en este marco teórico revisten una medular importancia con sus aportaciones a la investigación a través de generar ideas, aportar definiciones, dar sustento y orientación en la elaboración de constructos que guían de manera sustentable al investigador durante el desarrollo del presente capítulo de su estudio.

Metodología.

La metodología utilizada en esta investigación, así como su tipo y diseño, los métodos para la recolección de información, el procedimiento para el diseño del instrumento de recolección de información y posterior medición (encuesta), el manejo de las variables dependiente e independientes (X y Y), el procedimiento para diseño y selección de la muestra, así como el sujeto a estudiar y por último los análisis y métodos estadísticos a utilizar en la investigación.

Tipo y diseño de la investigación

Tipo. - Una vez efectuado el planteamiento del problema de estudio delimitado, concreto, revisado la literatura y propuesto la relación entre las variables dependientes e independiente, se utilizó el método cuantitativo, para lo cual se estima conveniente una combinación de alcances: confirmatoria, descriptivo, correlacional y explicativo a desarrollar durante la investigación.

Diseño. - De conformidad con el planteamiento del problema, se han definido los alcances iniciales de la investigación y se ha formulado la hipótesis, lo anterior da la pauta para establecer el diseño de la investigación. El concepto de diseño se refiere al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación con la firme intención de encontrar la relación del personal administrativo de la industria maquiladora con el desempeño laboral. Por lo tanto, este enfoque cuantitativo genera el diseño de la presente investigación como no experimental y transversal. Además, es transversal porque los datos se

recolectarán en un único momento, con la finalidad de determinar el comportamiento de las variables contempladas. Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Método de recolección de datos.

Para la recolección de datos se requiere elaborar un plan detallado de procedimientos que permitan reunir información con un propósito especial, así como planear la técnica de investigación conveniente. Por lo que a continuación se detallará la etapa de recolección de datos para la evaluación de validez de contenido del instrumento y elaboración de la encuesta definitiva. A través de la encuesta es que se obtendrán los datos para su recolección y posterior análisis Creswell (2014).

Elaboración del instrumento.

En esta sección de la investigación, se describirá el cómo se desarrolló la encuesta que ha reunido las características de validez, confiabilidad y objetividad, así como la congruencia con el contenido del marco teórico y las relaciones entre las variables establecidas.

Es conveniente señalar lo siguiente: de entre los estudios consultados, no se encontró un instrumento que en lo particular comprendiera todas las variables propuestas, más sin embargo si se encontraron diversos ítems desarrolladas por diversos autores y organizaciones relacionadas al estudio de las características investigadas. Por lo tanto, esta encuesta ha sido diseñada específicamente para la presente investigación y se integra por 61 ítems. Con anticipación se definieron cada una de las variables contemplando los conceptos de diversos autores, así también se investigaron encuestas de investigaciones similares ya validadas que midieran las variables y se relacionaron con el constructo de cada concepto, enseguida se analizó la redacción para tropicalizarse con la población de la región de la investigación.

Para efectos de validación del instrumento propuesto, se presentó al comité de asesores doctorales del investigador y una vez revisado, ellas autorizaron el envío a expertos en los temas de investigación para su revisión y fueron 4 personas que haciendo una revisión exhaustiva, procedieron a emitir sus recomendaciones para la mejora del instrumento; una vez subsanado las áreas de oportunidad se les informo y dieron su visto bueno para iniciar el pilotaje.

Para efecto de realizar la investigación se efectuó una valoración formal de la encuesta, en primera instancia se efectuó una exhaustiva revisión del instrumento con el comité de tesis hasta su aprobación, posteriormente se utilizaron métodos de evaluación por expertos en recursos humanos y de la industria maquiladora para su análisis y emisión de recomendaciones, la encuesta es de tipo Likert con una guía de valoración por ítem/pregunta para que le den una calificación del 1 al 5, en donde el 1 es No pertinente; 2, Poco pertinente;

3, Neutro, 4 Pertinente y 5 Muy pertinente para medir cada una de las variables, lo que permite eliminar ítems irrelevantes. Además, también se les pidió a los expertos que validen la gramática y redacción.

La estructura de la encuesta se elaboró en Google forms y comprende tres secciones detalladas a continuación:

1. La primera está compuesta por información demográfica de la industria manufacturera y del encuestado con 8 ítems.

2. La segunda consta de cinco apartados o constructos, de los cuales cinco miden cada una de las variables independientes con una integración de 5 a 11 ítems por variable.

3. La tercera mide la variable dependiente con 10 ítems.

Para la elaboración del instrumento señalado se decidió utilizar una escala de 5 opciones, ya que según proponen Bisquerra & Nuria (2007) que, a mayor número de opciones de respuesta, el instrumento es sensiblemente más efectivo para detectar cambios. Por lo que la escala señala que el 1 representa el valor más bajo y 5 el valor más alto que se puede definir en cada uno de los ítems de las cinco variables independientes, como se muestra a continuación:

1. No pertinente, 2. Poco pertinente, 3. Neutro, 4. Pertinente y 5. Muy pertinente

Para la variable dependiente se utilizó el mismo número, en escala de 1 a 5 y permanecieron los mismos conceptos de evaluación.

En el instrumento, se presenta cada ítem y se solicita al encuestado que imprima su decisión eligiendo una de las cinco categorías propuestas de la escala. A cada categoría se le asigna un valor numérico.

Arias, Villasís y Novales (2016) en su investigación establecen que la población de estudio es un conjunto de casos, definidos, limitados y accesibles, que formarán el referente para la elección de la muestra, y los cuales cumplen con una serie de criterios predeterminados. También nos enfatizan estos autores sobre la importancia de especificar la población de estudio ya que, al concluir la investigación a partir de una muestra de dicha población, será posible generalizar o extrapolar los resultados obtenidos del estudio hacia el resto de la población o universo.

Para efecto de esta investigación se solicitó una audiencia con personal administrativo de Maquilas Tetakawi en la cual se efectuó una exposición detallada de motivos, intenciones y solicitud de apoyo para la investigación, una vez acordado puntualmente el uso científico y académico de este ejercicio se facilitaron los accesos y otorgaron la entrevista en el entendido de que las políticas de seguridad de MTK establecen una secrecía y resguardo de información sensible, además solicitaron guardar anonimato total de las fuentes para poder colaborar con el desarrollo de la investigación, por lo que en su momento se mencionarán como informante confidencial (IC1); cabe mencionar que el total de empleados proporcionado fue de 14,000 en las MTK (UC1), empleados ubicados en todos sus parques en la República Mexicana y específicamente para Guaymas se cuenta con 6, 000 empleados.

De acuerdo con Arias, Villasís y Novales (2016) en cualquier estudio de investigación se incluyen muestras o subgrupos de poblaciones y, en pocas ocasiones, el universo completo. También nos señalan estos autores que las razones para estudiar muestras en lugar de las poblaciones son diversas y entre ellas encontramos:

- a) Ahorrar tiempo, estudiar un número menor de individuos necesariamente se realiza en menor tiempo;
- b) Ahorrar recursos; permiten su optimización,
- c) Estudiar a la totalidad de los miembros con una característica determinada, en muchas ocasiones puede ser una tarea inaccesible o imposible de realizar;
- d) Aumentar la calidad del estudio, al disponer de más recursos, las observaciones y mediciones efectuadas a un número reducido de individuos pueden ser más exactas;
- e) Seleccionar una muestra permitirá reducir la heterogeneidad de una población, y

Tamaño de la muestra.

En cualquier investigación que realicemos, debemos tomar una muestra de sujetos que serán quienes participen de la misma. En general se habla mucho en estos casos acerca de que la muestra que se tome debe ser representativa. (Argibay, 2009).

Para el cálculo del tamaño de muestra en esta investigación utilizaremos la fórmula para poblaciones finitas al contar con el dato preciso de nuestra población sujeta de estudio.

Ecuación de cálculo del tamaño de la muestra. Fisher y navarro (2000)

$$n = \frac{\alpha^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times (N-1) + \alpha^2 \times p \times q}$$

Sustituyendo valores de la fórmula de Fisher y Navarro

Tabla 1 Determinación de la muestra por unidades

Conversión		
N	1500 empleados administrativos	Elementos del universo
P	50%	0.50
Z o σ	95%	1.96
E	10%	0.10
n	90	Encuestas

Fuente Elaboración propia a partir de Fisher y Navarro (2000).

Sujetos de estudio.

El instrumento se aplicó al personal multidisciplinario en funciones administrativas en las empresas maquiladoras de los parques industriales de Guaymas, Sonora, México. Estos elementos han sido seleccionados porque tienen relación directa con directivos y mandos medios e integran el personal idóneo para proporcionar excelente información para la encuesta del estudio, el tamaño de la muestra asciende a 90 personas, con un nivel de confianza del 95% y error del 10%, en la tabla 1 se indica que el número de elementos de la muestra es de 90, las empresas son 20 y por lo tanto, por simple división determinamos el total de encuestas por aplicar a cada una de las empresas en cuestión en 4.5 encuestas, por lo que se decidió incrementar a mínimo 5 instrumentos de recolección de datos por empresa del parque industrial.

Métodos de Análisis

El método de análisis a utilizarse en la presente investigación es regresión lineal simple, con el programa estadístico SPSS 2021, al ser este último instrumento tecnológico para generar: Correlación entre las diferentes variables, análisis de estadística inferencial y descriptiva, análisis de confiabilidad (A Cronbach). homocedasticidad y multicolinealidad.

Análisis de resultados.

La tabla 2 muestra las Alpha de Cronbach alcanzadas por las variables del total de la muestra de encuestas aplicadas con la prueba piloto.

Tabla 2 Alphas de Cronbach

Variable	No. Preguntas originales	Resultados	No. preguntas finales	Resultados
X1	10	0.924	6	0.794
X2	8	0.933	8	0.802
X3	7	0.872	7	0.724
X4	7	0.923	6	0.881
X5	11	0.936	9	0.811
Y	11	0.929	9	0.737

Fuente de elaboración propia a partir del SPSS 2021

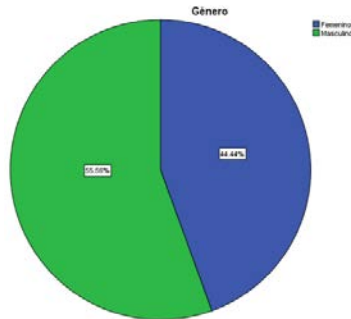
Se eliminaron 13 ítems del instrumento original y se encuentran dentro de los rangos óptimos de puntuación oscilando entre 0.70 y 0.9, todas las variables cumplen con el requisito de confiabilidad.

Resultados finales.

Estadística descriptiva del perfil del encuestado y de la empresa.

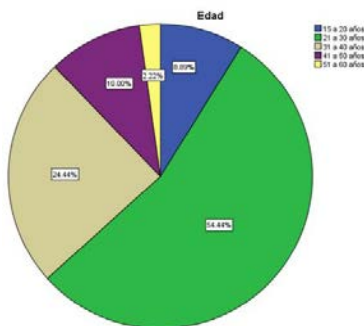
a) Perfil del encuestado.

Género del encuestado



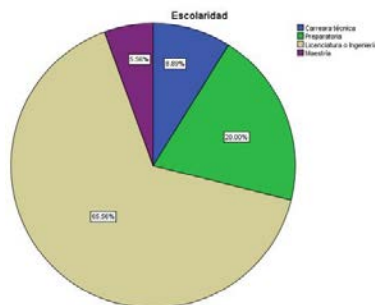
Fuente de elaboración propia con el programa estadístico SPSS 21.

Edad de los encuestados



Fuente de elaboración propia con el programa estadístico SPSS 21.

Escolaridad terminada.



Fuente de elaboración propia con el programa estadístico SPSS 21.

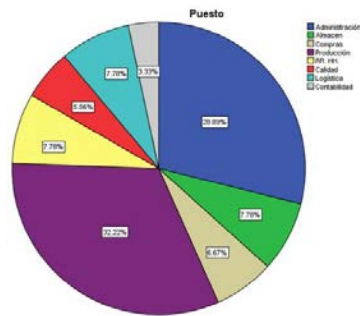
b). - En cuanto a los aspectos empresariales se presenta la siguiente información:

Tamaño de la empresa



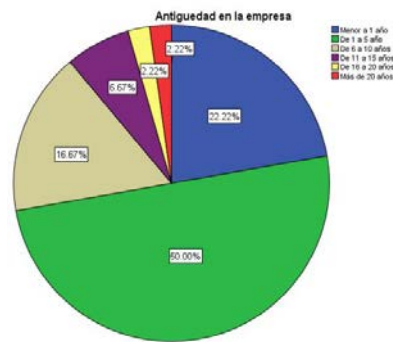
Fuente de elaboración propia con el programa estadístico SPSS 21.

Principales áreas de trabajo en las plantas maquiladoras



Fuente de elaboración propia con el programa estadístico SPSS 21.

Antigüedad en la empresa



Fuente de elaboración propia con el programa estadístico SPSS 21.

En la tabla 6 Resumen del modelo resumen del modelo, se presentan las variables predictivas del desempeño laboral y con ello se procede a la realización de la regresión lineal múltiple, con el objetivo de conocer respecto de las variables independientes motivación laboral y responsabilidad social, su aumento al desempeño laboral del empleado multidisciplinario en funciones administrativas de las plantas maquiladoras de Guaymas, Sonora.

Tabla 3 Resumen del modelo^b

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				Sig. Cambio en F	Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2		
1	.716 ^a	.512	.501	.48604	.512	45.681	2	87	.000	2.167

a. Predictores: (Constante), Responsabilidad Social, Motivación laboral

b. Variable dependiente: Desempeño Laboral

Fuente de elaboración propia a partir del SPSS 21

ANOVA

Tabla 4 ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1.583	2	0.792	45.681	.000 ^b
	Residuo	0.553	7	.236		
	Total	2.136	9			

a. Variable dependiente: Desempeño Laboral

b. Predictores: (Constante), Responsabilidad Social, Motivación laboral

Fuente de elaboración propia a partir del SPSS 21

ANOVA de un factor muestra el cumplimiento de 2 supuestos fundamentales; normalidad y homocedasticidad al presentar una significancia de .000

Tabla 5. Coeficientes

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados
	B	Dev. Error	Beta

1 (Constante)	1.060	.252	
Motivación laboral	.354	.101	.383
Responsabilidad Social	.343	.097	.388

a. Variable dependiente: Desempeño Laboral

Fuente de elaboración propia a partir del SPSS 21

Por lo tanto, un cambio de desviación estándar en motivación laboral produce un aumento de 0.383 desviaciones estándar y un cambio de desviación estándar de responsabilidad social producirán un aumento de 0.388 desviaciones estándar.

Tabla 6.- Comprobación de la hipótesis

Comprobación de la hipótesis

Hipótesis	Valor de Beta	Significancia	Resultados
Motivación Laboral	.294	.046	Aprobada
Clima organizacional	-.088	.531	Rechazada
Flexibilidad laboral	.193	.118	Rechazada
Capacitación	.134	.250	Rechazada
Responsabilidad social	.309	.011	Aprobada

Fuente de elaboración propia con el programa estadístico SPSS 21.

La variable predictiva que tuvo mayor importancia fue la responsabilidad social, que resultó con un valor beta de .309, siguiéndole Motivación laboral con un valor beta de .294. Finalmente, estas variables cumplieron con niveles de significancia menores a .001, lo que quiere decir que contribuyen de manera significativa a la predicción del desempeño laboral.

Conclusiones y recomendaciones

Cumplimiento de objetivos.

El objetivo general se ha cumplido al analizar los factores organizacionales que permiten mejorar el desempeño laboral del personal administrativo, que labora en las plantas maquiladoras industriales localizadas en los parques industriales de Guaymas, Sonora, México.

Los objetivos metodológicos se han cumplido en su totalidad cada uno de ellos al: 1) Revisar el marco teórico (teorías e investigaciones aplicadas) de las variables para la administración exitosa del personal administrativo de la industria maquiladora en el puerto de Guaymas. 2) Elaborar un instrumento para la medición de las

variables independiente X1 motivación laboral, X2 Clima organizacional, X3 flexibilidad laboral, X4 capacitación y X5 responsabilidad social de las empresas que contemple la influencia en el desempeño laboral de personal en funciones administrativas de la industria maquiladora del puerto, 3) Validar el instrumento por expertos y aplicarlo al personal en funciones administrativas de las plantas maquiladoras ubicadas en los parques industriales del puerto de Guaymas. 4) Analizar los resultados estadísticos que muestren la aceptación o rechazo de las hipótesis y 5) Redactar las conclusiones generales del estudio y recomendaciones para investigaciones futuras.

Síntesis, discusión de resultados e implicaciones teóricas.

La variable de motivación laboral es significativa en 0.046 como lo indica Linares (2017) en la tesis donde el tipo de investigación fue descriptivo, correlacional y cuantitativa. El diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal. La muestra fueron 48 trabajadores del centro de salud la Huairona en Perú. En la medición se destinó la aplicación de dos instrumentos, donde el primero fue para motivación laboral, y el segundo para el desempeño laboral, se realizó el correspondiente análisis estadístico, apreciando la existencia de una relación $Rho=0,806$ entre las variables: motivación y el desempeño laboral.

En cuanto a la variable responsabilidad social, Tanoira (2017) en su investigación Responsabilidad social empresarial: ¿estrategia para mejorar el desempeño laboral y aumentar utilidades, o deber ético de las empresas? indica que el objetivo del estudio es verificar si las acciones de responsabilidad social empresarial (RSE) son estrategias para mejorar el desempeño laboral y aumentar las utilidades, o si constituyen un deber ético en las empresas. Las conclusiones indican que ser socialmente responsable fomenta un mejor desempeño laboral, aunque no garantiza el incremento de utilidades, Sin embargo, no serlo es una vía inminente para salir del mercado y la RSE es un deber ético de las empresas, por lo que no debe haber otra forma de actuar que no sea de manera socialmente responsable si se desea el desarrollo sostenible.

El rechazo de la variable independiente clima organizacional presenta coherencia con lo expuesto por Ponce (2021) en su artículo de investigación, al señalar que las entidades comerciales están conformadas por personas que interactúan en entornos complejos y dinámicos, lo que genera diferentes conductas o actitudes que influyen en el clima organizacional. Por lo tanto, las personas que trabajan en un entorno negativo afectan las relaciones interpersonales y por ende su desempeño profesional, este trabajo de investigación que tiene como propósito analizar la influencia del clima organizacional en el desempeño laboral del personal del comercial CHONEPAC, provincia de Manabí, Ecuador.

Otra variable rechazada fue la independiente de Flexibilidad Laboral, como señala Restrepo (2014) La jornada laboral de 8 horas constituye una de las conquistas más reivindicadas en la historia del trabajo. Sin embargo, las demandas de la globalización han inducido a las empresas y a los gobiernos a establecer una diversificación

tanto en las formas de contratación, como en los horarios de trabajo. Unas y otros defienden las políticas de flexibilidad laboral como una panacea para resolver los problemas de desempleo y competitividad. Numerosos estudios han señalado que la flexibilidad laboral entendida solo como una medida de reducción de costos, no resuelve ninguno de los dos problemas, pero sí afecta la calidad de vida de los trabajadores. Por ello, resulta indispensable replantearse la necesidad de flexibilizar las jornadas de trabajo, de tal modo que los trabajadores puedan conciliar mejor su vida laboral con su vida personal, garantizando un mejor salario emocional que, indudablemente, mejorará su motivación, concentración y rendimiento y por ende, facilitará la productividad y la rentabilidad.

Según Queipo y Useshe (2002) en la investigación denominada El Desempeño laboral en el departamento de mantenimiento del Ambulatorio la Victoria indican que la capacitación es un medio muy poderoso para mejorar la productividad, según Nash (1989:229), los programas de capacitación producen resultados favorables en el 80% de los casos. El objetivo de ésta es proporcionar información y un contenido específico al cargo, o promover la imitación de modelos. El autor considera que limitarse a generar las destrezas necesarias para solucionar problemas técnicos, no es quizás una medida eficaz, porque el efecto de esta capacitación no es duradero y no se debe pretender utilizarla para remediar todos los problemas laborales causados por conflictos interpersonales, de gerencia o sistemas de remuneración mal concebidos” (Nash, 1989: 90). Generalmente, la gente se queja del entrenamiento recibido.

El aprendizaje a nivel profesional se produce durante el peregrinar de los trabajadores por la organización, preguntando cómo se hacen las cosas, cometiendo errores y corrigiendo. Es común que no exista un plan sistemático de entrenamiento para cada puesto de trabajo. Los programas formales de entrenamiento cubren poco las necesidades reales del puesto; las quejas vienen porque formalmente casi todo el mundo en la organización siente que le falta capacitación y desconoce los procedimientos para conseguirla. En el caso de los obreros, generalmente, son enseñados por los supervisores, quienes lo hacen a su manera, pero sin una metodología sistematizada por la institución; éste sólo llega hasta asegurarse de que más o menos conocen su trabajo y lo no aprendido será realizado por su supervisor.

Implicaciones prácticas.

Los beneficios y utilidades resultantes de esta investigación se clasifican en 3 componentes: 1) para la sociedad es de vital importancia ya que se percibe una fuerte responsabilidad de los encuestados hacia el cuidado del medio ambiente a través de desarrollar sus actividades sustentablemente laborales, permitiendo crear conciencia ciudadana y el desarrollo de políticas públicas que permitan sostenibilidad, 2) para las empresas es muy importante que se den cuenta que sus trabajadores están conscientes del impacto en el desarrollo de sus actividades productivas y están cuidando que están se lleven de acuerdo a las normas oficiales de producción,

cuidado del medio ambiente y derechos humanos de su comunidad de trabajadores y 3) para el personal es de gran utilidad y beneficio el saber que tienen conciencia ética y son responsables socialmente, a su vez desarrollan acciones tendientes a sustentar sus labores y exigen sus derechos humanos, laborales, familiares y medio ambientales para el cuidado integral de la humanidad y la sostenibilidad de sus fuentes de trabajo.

Limitaciones de la investigación.

El brote de la enfermedad Coronavirus (Covid 19) reconocida oficialmente por la Organización Mundial de la Salud (OMS) influyo en la formación al no permitir desde el inicio en presencia de sus actividades y el trabajo de la investigación se desarrolló virtualmente.

La confrontación bélica de Rusia contra Ucrania (2022) generó restricciones de acceso a las plantas maquiladoras de los parques industriales en la localidad.

La modalidad shelter ofertada por la industria maquiladora en los parques industriales de Guaymas, Sonora está constituida principalmente por capital estadounidense, canadiense y europeo que disminuyó sus facilidades de acceso y colaboración por seguridad de sus empresas.

Recomendaciones.

Desarrollar una segunda etapa de investigación a nivel estatal en las plantas maquiladoras de los parques industriales, acerca de los factores organizacionales que influyen directa y positivamente sobre el desempeño laboral de los trabajadores.

Investigar otras variables independientes que complementen la generación de conocimiento científico para la emisión de información pertinente a esta industria Sonorense.

Incrementar el tamaño de la muestra para robustecer la recolección de datos y por consecuencia la información resultante.

Desarrollar la investigación con variables mediadoras que permitan conocer con mayor detalle el sentir del encuestado.

Generar otro instrumento de recolección de datos más amplio que permita robustecer el resultado y facilitar la interpretación por su contenido

Referencias consultadas

Adams, J. S. (1963). "Toward an understanding of inequity". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, (5), 422-436.

Argibay, J. C. (2009). Muestra en investigación cuantitativa. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 13(1), 13-29.

Arias-Gómez, J., Villasis-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista alergia méxico*, 63(2), 201-206.

Bisquerra, A. R., & Nuria, P. E. (2007). Competencias emocionales. *Educación XX1: revista de la facultad de educación*.

Carroll, AB (1979) A three-dimensional conceptual model of corporate performance *Academy of Management. The academy of management review (pre-1986)*; oct 1979; 4, 000004; abi/inform global pg. 17

Cancino del Castillo, C., & Morales Parragué, M. (2008). Responsabilidad social empresarial

Creswell, J. W. (2014). *Research desing. Quantitative and mixed methods approaches (4th rd.)* Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.

Contreras, Óscar F., & Munguía, Luis Felipe. (2007). Evolución de las maquiladoras en México: Política industrial y aprendizaje tecnológico. *Región y sociedad*, 19(spe), 71-87. Recuperado en 25 de mayo de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252007000400005&lng=es&tlng=es.

Fischer, Laura y Navarro, Alma. (2000). "Introducción a la investigación de mercados". 3a.ed., México: McGraw Hill.

Friedman, C. (1970). "The social responsibility of business is to increase its profits". *Times magazine*, september 13th, new york.

Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. In *Corporate ethics and corporate governance* (pp. 173-178). Springer, Berlin, Heidelberg.

Hernández Sampieri R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill

House RJ. A path goal theory of leadership effectiveness. *Science Quaterly*. 1971.

Linares Marín, J. S. (2017). Motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017.

Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction? *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336. doi:10.1016/0030-5073(69)90013-0.

McGregor, D. M., 1960, «The Human Side of Enterprise», en *Management Review*, American Management Association.

Ouchi, William, *The secret of TSL*, Pearson, (Estados Unidos, 2000) pág. 86

Piore, M.J., "On-the-job training in dual labor markets", en A. Weber; F. Cassell y G. Woodrow (eds.), *Public-private Manpower Policies*, Madison, Industrial Relations Research Association, 1969, pp. 101-132.

Ponce, L. E. P., & García, S. L. G. (2021). Clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral del personal del comercial CHONEPAC, provincia de Manabí. *Dominio de las Ciencias*, 7(2), 1129-1154.

Queipo, B., & Useche, M. C. (2002). El desempeño laboral en el departamento de mantenimiento del Ambulatorio la Victoria. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 8(3), 486-496.

Restrepo, P. L. (2014). La flexibilidad laboral y el salario emocional. *Aglala*, 5(1), 34-68.

Schultz, Theodore W. *Capital, Human*. 1968. En: SILLS, David L. (Ed.) *International*

Spiro, R., Feltovich, P.L. y Coulson, R.L. (1991) *Cognitive Flexibility, Constructivism, and Hypertext: Random Acces Instruction for Advanced Knowledge Acquisition in Ill-Structured Domains*. *Educational Technology*. 31(5) 24-33.

Tanoira, F. G. B. (2017). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ¿ESTRATEGIA PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL Y AUMENTAR UTILIDADES, O DEBER ÉTICO DE LAS EMPRESAS? *Revista universitaria RUTA*, 19(1), 73-89.

Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York, EE.UU.: Wiley.

Aduanas, Logística y Negocios Internacionales

Potencial mercado de la Uva Fresca de Sonora para Exportación a Australia, ¿un negocio viable?

*Grecia Fernanda Guzmán Gortari
Lizbeth Salgado Beltrán*

Resumen

La presente investigación explora el potencial y la viabilidad de la uva fresca (*Vitis vinífera*) de Sonora, México para la exportación a Australia. En el año 2020, Sonora representó más del 84 % de la producción nacional de uva fresca en México, logrando posicionarse en uno de los principales estados productores del país. La ciudad de Hermosillo es el mayor productor dentro del estado, contribuyó con alrededor de 225 mil toneladas en el 2020. Gracias a la entrada en vigor en 2018 del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT/CPTPP), se han eliminado aranceles para la exportación del fruto, lo que ha permitido un incremento en la relación comercial con Australia. Asimismo, en este trabajo se detallan los requisitos y restricciones para la importación de uva fresca de Sonora a Australia, incluyendo la fumigación con SO₂/CO₂ y certificados fitosanitarios, así como la importancia de su procedencia de determinados huertos y empaques autorizados. El análisis del consumidor australiano destaca que la uva fresca es considerada un fruto saludable; donde la variedad más consumida es la verde sin semilla. La aceptación se basa en el sabor, la jugosidad y consistencia.

Palabras clave: mercado, negocio, rentabilidad, producción

Introducción

La uva de mesa (*Vitis vinífera*) en sus diferentes variedades como Perlette, Flame, Superior y Red Globe, es considerada una de las principales frutas en el sector agrícola mexicano, además de ser una de las principales frutas de exportación. Sumando a esto que debido a la alta producción que se tiene de uva fresca de mesa, hacen de esta actividad agrícola la más importante en el Estado de Sonora. Adicionalmente la demanda de mano de obra para realizar estas actividades se traduce en la generación de empleos (Vazquez, 2011).

En cuanto a las zonas productoras del país, Sonora es el Estado que más rendimiento ofrece, con más del 91 % de la producción nacional de uva fresca. En 2017, generó casi 311 mil toneladas, una cifra muy superior al segundo productor, Zacatecas, con más 15 mil toneladas. Después aparecen Aguascalientes y Baja California, con casi 6 mil toneladas cada una. Estos cuatro Estados aumentaron su volumen generado con respecto a años anteriores, sumando entre ellos más del 99 % de la producción total de uva de mesa, es decir, prácticamente toda la uva fresca del país. (InfoAgro Mexico, 2020) En 2020, Sonora cerró su producción anual con 321 mil toneladas, un 84.47% de la producción total del país (Sandoval, 2022) del cual el municipio de Hermosillo, productor mayor del Estado, aportó alrededor de 225 mil toneladas. (SIAP, 2020) Dicha producción de la fruta se lleva a cabo en Sonora por alrededor de 39 empresas agrícolas, ubicadas principalmente en Hermosillo, Caborca y en la localidad de Pesqueira perteneciente al municipio de San Miguel de Horcasitas.

Para poder comercializar este tipo de fruta al país, es necesario cumplir con estrictas medidas de manejo de riesgo y producción establecidas por la autoridad fitosanitaria de Australia. Entre ellos destaca la fumigación SO₂/CO₂, con la cual se tratan y eliminan potenciales plagas, como lo son las denominadas Araña Saco Amarillo, por su nombre científico '*Cheiracanthium inclusum*' y la Viuda Negra, o bien, '*Latrodectus Hesperus*'. No obstante, existen otras plagas que, al someter la fruta a fumigación con Dióxido de Azufre y Dióxido de Carbono, pasan a ser tratadas.

La uva de mesa es el producto número 316 más comercializado del mundo, y es considerada una de las principales frutas en el sector agrícola mexicano. En el año 2020, representó la exportación de 5.94% de todos los productos de exportación. Según el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (2022), las tres variedades con mayor producción en México durante el año 2021 fueron Flame Seedles (roja) con 37%, seguidas de la variedad Superior Seedless (verde) con 22% y Red Globe (roja) con 16%, las cuales han ido aumentando debido a la demanda del mercado. Debido a ello y por su calidad e inocuidad, la uva del país ha logrado el reconocimiento nacional e internacional, llegando a ser una de las principales frutas de exportación.

En Sonora existe una superficie de 23 mil 540 hectáreas sembradas con uva de mesa y las principales regiones productoras se encuentran en los municipios de Hermosillo, San Miguel de Horcasitas y Caborca. Según el informe del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (2021), al cierre del año 2021, se tuvo una producción nacional de 358,790 toneladas siendo Sonora el principal estado

productor con 287,913 toneladas, representado por 11 municipios; Hermosillo el mayor productor con 111,196 toneladas (SIAP, 2020) Dichas cosechas del estado se recolectan principalmente durante los meses de mayo con el 10.3 por ciento, junio con 53.9 por ciento, julio 24.6 por ciento, agosto con 6.3 por ciento y septiembre con 3.8 por ciento.

En este contexto, esta investigación se hace con la finalidad de obtener un análisis más profundo sobre la producción de uva en Sonora y su potencial de exportación, para verificar su factibilidad de negocio en el extranjero, y así, elaborar la cadena logística adecuada para ello. Los resultados obtenidos podrán ser aplicados por las empresas agrícolas con el objetivo de exportar su cosecha al país australiano, generando mejoras en su proceso, logrando exportaciones exitosas.

Metodología

Esta investigación se define como un estudio de tipo descriptivo, ya que, como menciona Hernández et al (1991), consiste presentar información tal cual es, indicando cual es la situación en el momento de la investigación analizando, interpretando, imprimiendo, y evaluando lo que se desea.

Para efectos de la presente investigación, se cuenta con un conjunto de bases de datos secundarios externos. En este caso se trata de datos que han sido recopilados de fuentes oficiales, tanto del país de origen como del país destino. Adicionado a ello, publicaciones y bases de datos estadísticas en comercio internacional. Por mencionar algunas fuentes se encuentran, Portal de Horticultural de Australia, Nielsen IQ y Hort Innovation.

Resultados

Análisis e Investigación de Mercados

Horticulture Innovation Australia Limited (2021), es una corporación de investigación y desarrollo de los cultivadores de horticultura en Australia. Su principal función es proporcionar información reciente y basada en estudios de mercado sobre la horticultura del país y su situación actual en las cadenas de suministro. Basándose en datos de varias fuentes de la cadena de suministro, incluidas las estadísticas de comercio internacional y los principales organismos de la industria, el manual incluye información sobre el uso minorista y de servicios de alimentos, exportaciones e importaciones, participación en la producción por estado y territorio, valor mayorista y volumen.

Debido al nivel de resultados que se generan y su actualización constante, se pueden obtener datos importantes para aporte a la presente investigación, ya que representa una clara perspectiva del mercado de los consumidores en destino. A continuación, lo detallamos a profundidad para sustentar la investigación de mercado.

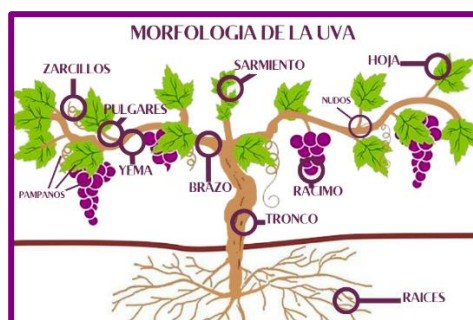
Producto

La uva es el fruto de la vid o parra, planta que produce la uva de mesa y cuyo nombre científico es *Vitis Vinífera*. La vid es una planta leñosa, perenne, de la familia de las vitáceas. Se desarrolla como un arbusto trepador; tiene un tallo vivaz que se caracteriza por tener zarcillos opuestos a las hojas. Posee inflorescencia en racimos compuestos, que contienen frutos en forma de bayas, con sus semillas duras. Las cepas, presentan órganos que brotan anualmente, primero herbáceos (pámpanos) y luego madurados a leñosos (sarmientos). Los pámpanos generalmente brotan de la madera del año anterior y portan la cosecha del presente año.

Según INTAGRI, 2022, las demás partes de la fruta son la raíz, tronco, brazos, hojas, peciolo, yemas, pulgares, pámpanos, sarmientos, brote apical, zarcillos, nudos, entrenudos, brotes laterales, inflorescencias, la bruta o baya, pepitas y vara. Lo anterior se puede observar en la Figura 1, dentro de los anexos.

Los grados brix es la forma en la que se mide el contenido de azúcar en las frutas. Un grado de brix es 1 gramo de sacarosa por cada 100 gramos de solución. Los tamaños de bayas requeridos son de al menos 9/16 a 10/16 de pulgada de diámetro. La mayoría de las presentaciones sean bolsa o clamshell, el tamaño es de 12/16 a 15/16, esto significa que el tamaño de la fruta es ideal y crujiente.

Las uvas de alta calidad tienen una vida más larga cuando se almacenan en condiciones de frío. Una vez cosechadas, seleccionadas y empacadas, las uvas pasan del viñedo a las unidades de almacenamiento dentro de las plantas de empaque y producción para un proceso de preenfriamiento. Esto permite que la fruta pase de un clima cálido donde se cultivaron a temperaturas más frías para preservar su calidad hasta el cliente final. Dentro de estas unidades de preenfriamiento y empaque, las uvas son inspeccionadas por personal calificado del aérea de SAGARPA y la Junta Local de Sanidad Vegetal de Hermosillo con el fin de corroborar que cumplan los requisitos, la calidad y las restricciones que se solicitan. En cada etapa del proceso de la cadena de suministro, las uvas están almacenadas a una temperatura mínima de 30-32°F y con un 90-95% de humedad relativa.



Fuente: Elaboración propia con datos recabados de esta investigación.

Consumo

El consumo de uvas en Australia es una práctica común y bien establecida, se suelen consumir como un refrigerio saludable y refrescante. Las uvas son una fruta de temporada en Australia, que como bien se mencionó anteriormente, es durante los meses de noviembre a mayo, aunque el mismo fruto es importado por el mercado australiano en su temporada baja. Los australianos disfrutan de una variedad de uvas sin semilla, las cuales son de la variedad verde, Menindee y Thompson con 38% de consumo y Crimson, Flame y Globe dentro de la variedad roja. (Horticulture Innovation Australia Limited, s.f.)

Para conocer el perfil del consumidor australiano de uva, se estará tomando información de estudios hechos por NielsenIQ sobre el tema. NielsenIQ es una empresa global de medición y análisis de datos que proporciona información sobre el comportamiento del consumidor y las tendencias del mercado, revelando nuevas vías de conocimiento (NielsenIQ Homescan, 2021) La empresa ofrece servicios y reportes que incluye estudios de mercado, comportamientos del consumidor.

El estudio aplicable para la presente investigación se enfoca en determinar la aceptación y actitudes del consumidor de uva en Australia, fechado diciembre 2020 - diciembre 2021. La metodología usada fue encuestas en línea de 5 minutos a 10,000 hogares australianos durante 3 periodos; diciembre 2020, marzo 2021 y mayo 2021. El tamaño de la muestra final para el primer periodo fue de 213 hogares.

Según resultados obtenidos para los tres periodos, la variedad de uva verde tuvo una aceptación de un 76%, mientras que para la variedad roja se presentó un decremento en su aceptación con un 27%. La aceptación de uvas se mantiene por arriba de la variedad roja, señalando 3 factores importantes considerados por los consumidores australianos: sabor (83%), jugosidad (81%) y consistencia (86%).

Por el lado contrario, las características de menos importancia para los consumidores resultaron ser el color (78%), forma (67%) y firmeza (84%). Para continuar sustentando la aceptación y consumo de uva fresca en los hogares australianos, el portal Hort Innovation presenta un reporte acerca de 6 pilares fundamentales considerados por el consumidor; del cual es interesante resaltar que existe un alto porcentaje de consumidores que acuden a tiendas físicas para la compra de fruta fresca. Aproximadamente la mitad de los consumidores gastan entre \$100-\$200 dólares a la semana en comestibles frescos, sin ser de importancia si son producidos en Australia o de importación. (Kantar Insights, 2022)

Al finalizar el estudio sobre los factores importantes considerados por el consumidor australiano para la uva fresca, se presentó una gráfica con los factores más importantes dentro de los pilares. Resulto ser de gran potencial de la uva, para cumplir con los requisitos estudiados de la muestra, el que tiene un sabor refrescante y es de fácil y rápido acceso para ser consumido durante los aperitivos del día. Sin embargo, la decisión de compra podrá verse afectada por el precio y la calidad de la misma fruta.

El consumo per cápita, según datos de ATGA (2022), para finales de junio 2022, 58% de hogares australianos compraron, al menos una vez, uva fresca en el supermercado. Lo cual, en términos de compra, representa 0.85 kilogramos en cada ocasión y un consumo per cápita de 3.73 kilogramos. Los hogares de clase media-alta resultaron ser los mayores compradores de uva fresca con un 42.4% en términos de dólar. (NielsenIQ Homescan, 2021)

Las características del consumidor de uva, se divide en 4 principales: edad, etapa de vida, ingreso económico anual por hogar y tamaño del hogar. Basado en el análisis de datos de NielsenIQ (2023), la edad dominante en la compra de uva fresca oscila de 55 años en adelante con un 50%, cuyas personas presentan un ingreso económico anual de más de \$100k de dólares.

Con los resultados obtenidos del estudio y su análisis, podemos observar que el mercado meta de la uva fresca serán adultos de 55 años en adelante, con un estatus económico alto en un hogar de 5 o más miembros de familia.

País Destino: Australia

Australia es el país más grande de Oceanía y el sexto más grande del mundo, situado entre el Océano Índico y el sur del Pacífico. Está constituida por 6 estados cuya capital es Canberra y Sídney la ciudad

más poblada. Sus estados son Nueva Gales del Sur, Victoria, Queensland, Australia Meridional, Australia Occidental y Tasmania. Cuenta con 5 principales puertos marítimos, y en cuanto al transporte aéreo, el aeropuerto de Sídney es el principal, seguido de Melbourne y Brisbane.

El país australiano representa altos niveles en consumo de uva fresca per cápita del mundo. Según un estudio hecho por Nielsen IQ en septiembre 2022, la variedad más consumida fue la uva fresca verde sin semilla, con un porcentaje de compra de 76% y un gasto de promedio de compra anual de \$49.85 USD por 8.6 kilogramos de dicha fruta. El portal de Horticultura de Australia ofrece una base de datos sobre las estadísticas de 75 productos agrícolas, dentro de los que está presente la uva, y según información anual, el volumen de importación de la fruta en el año 2021 fue de 12,033 toneladas. (Horticulture Innovation Australia Limited, s.f.)

Existen un estimado de 1,000 productores de uva en Australia, la mayoría siendo pequeña-mediana empresa familiar. Estos productores se encuentran concentrados en la región de Sunraysia, Victoria, la región más productiva del país. Representa el 80% de la producción total. Mientras que una mínima parte se desarrolla en Western Australia, un 3%, y Queensland, con un 5%. Ambas regiones con el potencial más alto de importación para la uva sonorense. Con base a datos recabados de ATGA (Australian Table Grape Association, Inc., s.f.) las áreas con menor o nula producción, que representan un nicho de mercado para la temporada de uva de México, son Australia del Sur y Occidental, y el territorio Norte.

La producción de uva fresca en Australia va de los meses de noviembre a mayo. La temporalidad de producción de uva en Australia representa oportunidad para los empresarios mexicano y australianos, en su exportación e importación. Australia tiene su temporada baja o no productiva, durante los meses de mayo a octubre, lo que es para los productores sonorenses la temporada de cosecha. (Figura 2)

Relación Bilateral México – Australia

México y Australia son parte del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT/CPTPP). Es un Tratado de Libre Comercio que establece las reglas y disciplinas bajo las cuales habrá de regirse la relación comercial de los once países de la región Asia-Pacífico, con Australia y Nueva Zelandia, el TIPAT/CPTPP garantiza acceso preferencial, con arancel del 0%, a una gama amplia de productos diversos productos.

Para poder verificar y aplicar el beneficio establecido por TIPAT/CPTPP, se puede realizar por medio del Portal de Acuerdo de Libre Comercio (Free Trade Agreement Portal, FTP). Para ello, es necesario contar con la clasificación arancelaria del producto, en este caso, uva fresca. De acuerdo con lo recabado de la LIGIE, la fracción arancelaria aplicable para uva fresca será 0806.10.01. Con dicha fracción, procedemos a verificar beneficio otorgado por TIPAT/CPTPP en el portal Free Trade Agreement Portal, el cual nos arroja un arancel del 0%, tal cual estipulado previamente. Al comparar este beneficio antes de la entrada en vigor del Tratado, se tenía un arancel del 5%, el cual fue eliminado.

Restricciones y Requerimientos de Importación para Uva Fresca Sonorense con destino a Australia

Para cualquier país, el ingreso de una mercancía del exterior conlleva que cumpla con determinados requisitos y fiscalizaciones tributarias. Poniendo en contexto lo anterior, debemos de considerar las formalidades estipuladas por el país de Australia para el legal ingreso de la uva de mesa Sonorense a su país.

Australia cuenta con un portal para verificar las especificaciones a cumplir para el producto de ingreso, Australian Biosecurity Import Conditions, por sus siglas en inglés, BICON. En su última actualización, al 05 de abril del 2023, estipula que, para el único caso de importación de uva fresca de mesa procedente de Sonora, para consumo humano, debe de cumplir con requisitos tanto arancelarios como no arancelarios.

En primera instancia, se debe de solicitar un permiso de importación al Departamento de Agricultura, Pesca y Silvicultura de Australia (Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, Australian Government), esto procedimiento deberá de ser realizado por el comprador en destino. Al ser un producto del reino vegetal, perecedero y fresco, debe de incluir dentro de su documentación, un Certificado Fitosanitario con la leyenda, citada textualmente, en idioma inglés: "The fruit in this consignment has been grown, packed and exported in Sonora, Mexico, in accordance with the conditions governing entry of fresh table grapes, to Australia and has been inspected and found free of any pests of biosecurity concern to Australia".

Los certificados fitosanitarios son emitidos para avalar que los frutos cumplen los requisitos fitosanitarios de importación de los países importadores y están conforme con la declaración de certificación. Contribuyen con la protección de las plantas, incluyendo las plantas cultivadas y no

cultivadas o no manejadas, los hábitats y ecosistemas en los países. Un Certificado Fitosanitario se garantiza que los productos de origen vegetal cuentan con las condiciones sanitarias necesarias para exportar.

Huertos, Cámaras de Fumigación y Empaques autorizados para la Exportación de Uva de Mesa procedente de Sonora con destino a Australia y Nueva Zelanda

Otro requisito que estipula el Departamento de Agricultura, Pesca y Silvicultura en Australia, es que la fruta exportada al país solo podrá ser de huertos específicos del estado, además que, dicha fumigación necesaria para generar los certificados fitosanitarios deberá ser realizada solo dentro de las cámaras de fumigación y empaques autorizados por ambos gobiernos, México y Australia.

Actualmente en Sonora México, según datos de la Dirección General de Sanidad Vegetal (última actualización junio 2023), se cuentan con 18 huertos de producción de uva registrados y autorizados para la exportación a Australia y Nueva Zelanda, 16 cámaras de fumigación, y otros 10 empaques centrales autorizados para el mismo proceso.

Conclusión

La investigación sobre el potencial de exportación de uva fresca de Sonora a Australia revela una gran oportunidad para ser explotada por productores agrícolas del estado. Con la alta producción nacional de uva fresca, Sonora destaca como el principal productor de México, con más del 91 % de la producción. Además, el Tratado vigente entre ambos países, Tratado Integral Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT/CPTPP) genera grandes beneficios para el comercio y su negociación. Sin embargo, para lograr que esta oportunidad sea de éxito, es crucial el cumplir con los estrictos requisitos fitosanitarios establecidos por Australia.

Bibliografía

- Australian Table Grape Association, Inc. (s.f.). *Growing Regions*. Retrieved from Australian Table Grapes Association, Inc.:
<https://embamex.sre.gob.mx/australia/index.php/embajada/historia>
- Horticulture Innovation Australia Limited. (s.f.). *Hort Innovation: Funding, consulting, and investing*. Retrieved from Hort Innovation: <https://www.horticulture.com.au/growers/help-your-business-grow/research-reports-publications-fact-sheets-and-more/australian-horticulture-statistics-handbook/>
- InfoAgro Mexico. (2020, 09 05). *Producción de Uva en México*. Retrieved from InfoAgro México: <https://mexico.infoagro.com/produccion-de-uva-en-mexico/>

- Kantar Insights. (2022). *Introducing the domestic growth framework*. Hort Innovation.
- NielsenIQ Homescan. (2021). *Table grapes: consumer acceptance KPI*. Hort Innovation.
- Sandoval, V. (2022). Análisis del comportamiento del precio de la uva de mesa Sonorense en Estados Unidos mediante estrategias de minería de datos. *Repositorio Institucional UNISON*.
- SIAP, S. d. (2020). *Estadística de Producción Agrícola*. Mexico : Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
- Vázquez, N. (2011). *Asociación Agrícola de Productores de Uva de Mesa, Modelo de la Agricultura Moderna en México en el Siglo XXI*. Hermosillo, Sonora: Fundación Produce Sonora A.C.

El mercado de armas de fuego para uso civil en México: Análisis comercial con Estados Unidos

*Ana Grecia Aguirre Álvarez
Edna María Villarreal Peralta*

Resumen

El objetivo de este estudio es analizar el mercado de armas de fuego para uso civil en México entre 2021 y 2023 y su relación comercial con Estados Unidos. Se hace una revisión a la legislación mexicana que otorga el Gobierno a través de la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA), el monopolio sobre la importación y la comercialización de armas y como interactúa con el mercado de armas estadounidense, el cual es una fuente significativa tanto de importaciones legales como ilegales. La metodología utilizada incluye el análisis de datos oficiales, solicitudes de información a la SEDENA y estudios de organizaciones no gubernamentales y académicas. Los resultados revelan diferencias en la legislación de ambos países y su impacto en la seguridad y economía de México, cuantificando las solicitudes de compra y los ingresos correspondientes a un periodo específico. Este trabajo busca ofrecer una visión integral del comercio de armas, su regulación y el aspecto socioeconómico de un tema complejo y multifacético analizando el tamaño del comercio de los últimos tres años en sus modalidades para uso civil, siendo para cacería, tiro deportivo, protección de domicilio y de parcela.

Palabras clave: armas de fuego, comercio, importación, México, Estados Unidos

Introducción

El intercambio comercial de armas de fuego para uso civil entre México y Estados Unidos es un fenómeno que abarca múltiples dimensiones, desde consideraciones legales hasta implicaciones socioeconómicas. De acuerdo con la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), el comercio dentro del marco de las leyes y regulaciones nacionales e internacionales resalta su importancia en el contexto global, con México como un actor significativo. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley de Armas de Fuego y Explosivos de 1972 son ejes centrales en la regulación de este mercado en México (CPEUM, 1917; LFAFYE, 1972). Este trabajo pretende estudiar las complejidades del comercio de armas en el país y su comercio con Estados Unidos, abordando tanto las vías legales como el problema del tráfico ilícito y su impacto en la economía y la sociedad mexicana. Se toman en cuenta factores como las estadísticas y análisis de organismos como la UNODC y la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA), para ofrecer una visión integral y actualizada del tema.

Es importante destacar que en México existe un mercado potencial significativo para la compra legal de armamento. Esto se evidencia por el número de solicitudes de compra de armas presentadas ante la SEDENA en la Dirección de Comercialización de Armamento y Munición (DCAM) en la Ciudad de México. Paralelamente, la alta demanda de armamento para uso civil en el mercado negro sugiere desafíos en el proceso de adquisición legal de armas a través de la SEDENA, percibido por muchos ciudadanos como complejo y disuasorio. Este contexto plantea cuestiones relevantes sobre la efectividad de las políticas de control de armas y la seguridad pública en México.

De acuerdo con el informe de datos abiertos de la SEDENA entre 2021 y 2023, en México se incautaron un total de 40,000 armas de fuego, de las cuales, el 70% procede de Estados Unidos, asimismo estima que, en el mismo período, se traficaron entre 28,000 y 34,000 armas de fuego de Estados Unidos a México (SEDENA, 2023).

Marco Teórico

El análisis del comercio legal de armas de fuego para uso civil en México se beneficia significativamente de la consideración de experiencias internacionales en el control de armas. Como se detalla en buenas prácticas en la experiencia internacional para el control de armas (Álvarez, 2023), países como Argentina y Bosnia y Herzegovina han implementado exitosamente políticas y mecanismos de coordinación interinstitucional efectivos en el control de armas de fuego, lo que incluye un enfoque en el registro y seguimiento detallado de armas (Ministerio de Seguridad de Bosnia y Herzegovina, 2016; Gobierno de Argentina, 2022). Estas prácticas pueden ofrecer perspectivas valiosas para México, especialmente en términos de mejorar la transparencia, la eficacia regulatoria y la cooperación interinstitucional en el marco de la importación y el comercio legal de armas de fuego, un sector que, como se señala en el estudio, ha visto un aumento significativo en la importación de armas desde países como Estados Unidos (Álvarez, 2023).

En el contexto de la importación de armas de fuego para uso civil en México, es crucial considerar las asimetrías regulatorias entre México y Estados Unidos, especialmente en lo que respecta a la importación, venta y posesión de armas de fuego. Como señalan Weigend y Villarreal (2015), estas diferencias regulatorias no solo limitan la cooperación bilateral, sino que también fomentan la actividad en mercados grises, los cuales son aquellos que operan fuera del marco legal establecido por los gobiernos, lo que a su vez contribuye a un incremento en la violencia y el crimen organizado en México. Este estudio subraya la importancia de comprender y abordar estas asimetrías para mejorar la regulación y control de armas en el contexto mexicano, un aspecto esencial para el análisis del comercio de armas de fuego y su impacto socioeconómico y la seguridad pública.

El control de la posesión de armas de fuego en México, tal como lo explora Pagaza (2015), presenta un escenario complejo marcado por la tensión entre los derechos constitucionales y la realidad de la violencia y el crimen organizado. El estudio resalta la necesidad de un equilibrio entre el derecho constitucional de los ciudadanos a poseer armas para su defensa y la imperiosa necesidad de regular este derecho para prevenir su abuso. La investigación de Pagaza ilustra cómo las políticas y regulaciones actuales en México pueden ser inadecuadas para abordar la problemática del tráfico y uso ilícito de armas, lo que subraya la importancia de considerar reformas legislativas y estrategias de control más efectivas en el contexto mexicano. Este análisis es crucial para comprender los desafíos y oportunidades que enfrenta México en la gestión del comercio legal e ilegal de armas de fuego.

El sistema aduanero juega un papel crucial en la regulación y el control del comercio de mercancías de doble uso, las cuales pueden incluir armas y otros artículos sensibles. Ávila (2009) destaca la importancia de este sistema en el contexto de la globalización y los desafíos de seguridad del siglo XXI, enfatizando cómo las aduanas no solo facilitan el comercio legítimo, sino que también implementan medidas para prevenir el tráfico ilícito y asegurar la seguridad nacional y global. Esta perspectiva es esencial para comprender las dinámicas del comercio de armas en México, un país enfrentado a retos significativos en este ámbito.

El tráfico de armas hacia México, especialmente desde Estados Unidos, representa un desafío significativo para la seguridad y el orden público. Como se menciona en el documento de Pérez (2008) las autoridades mexicanas han enfrentado un flujo constante de armas ilegales, muchas de las cuales son de alto calibre y han sido utilizadas en crímenes violentos (Pérez, 2008). Esta situación subraya la complejidad de la problemática en torno al tráfico de armas y su relación directa con la violencia armada y el crimen organizado en México.

Metodología

Este estudio se centra en el análisis del comercio de armas de fuego para uso civil en México con datos de corte transversal para el periodo 2021 a 2023, incluyendo las importaciones desde Estados Unidos que se recolectarán en un momento específico en el tiempo sobre la compra de armas en México.

El tipo de investigación es exploratoria, ya que Según Bernal (2010), un estudio exploratorio se centra en la exploración de una situación, problema o fenómeno para obtener una comprensión más amplia y profunda, y suele utilizarse para generar ideas y formular hipótesis para investigaciones posteriores. Por lo que, al abordar un tema del que no existe mucha información y transparencia subraya la importancia de investigar este fenómeno, que no solo es parte de la economía mexicana, sino también un problema transnacional y relevante en la discusión pública en relación con el comercio de armas de fuego.

Las fuentes de información secundarias que se utilizan para analizar datos cuantitativos incluyen solicitudes de información a la SEDENA, y el registro de información disponible sobre la importación legal e ilegal de armas de la UNODC, informes gubernamentales y de organizaciones civiles especializadas, proporcionando una visión multidimensional del comercio de armas y sus consecuencias.

Este estudio analiza la venta de armas a personas físicas de 2021 a 2023 en la DCAM, la recaudación generada por el pago de derechos relacionados con la compra y el registro de las compras de armas ante la SEDENA a través de la DCAM. También se analiza la legislación actual en México con respecto a la importación y uso de armas de fuego para uso civil, regulación mexicana con la estadounidense en relación con la exportación de armas, cantidad y tendencia de las solicitudes de compra ante la SEDENA, comparación de la cantidad de solicitudes con las compras ejercidas.

Resultados

En el contexto de la regulación y control de armas de fuego en México, la DCAM juega un papel crucial en el proceso de autorización de adquisiciones de arma para uso civil. En este apartado, se examinan las tendencias y patrones en las solicitudes y aprobaciones de permisos de armas de fuego proporcionados por la DCAM a lo largo de un periodo de seis meses, desde octubre de 2022 hasta marzo de 2023.

Tabla 1. Solicitudes para permiso de adquisición de armas de fuego de la DCAM

Mes	Solicitudes realizadas	Solicitudes aprobadas
oct-22	967	633
nov-22	702	575
dic-22	890	1152
ene-23	1318	1261
feb-23	919	1376
mar-23	960	1120

Fuente: (SEDENA, 2023) , solicitudes de acceso a la información número 330026423000355, 330026423000716, 330026423001036, 330026423002900, 20330026423003015, 330026423003588

Los datos presentados reflejan la dinámica entre las solicitudes realizadas por ciudadanos para la adquisición de armas y las aprobaciones efectivamente concedidas por la DCAM. La interpretación de estos resultados busca proporcionar una comprensión más profunda de la gestión de las políticas de armas en México y servir como un punto de partida para discusiones futuras sobre la regulación de armas de fuego en el país.

Con respecto a las solicitudes realizadas se observa una fluctuación en las solicitudes realizadas mes a mes, con un punto máximo en enero de 2023 (1318 solicitudes). En febrero de 2023 muestra una disminución en las solicitudes realizadas (919), siguiendo un aumento en el mes anterior. En marzo de 2023 presenta un ligero aumento respecto a febrero (960 solicitudes).

En relación con las solicitudes aprobadas se muestra en noviembre de 2022 una disminución en las aprobaciones (575) en comparación con las solicitudes realizadas (702). En diciembre de 2022 y enero de 2023 se observa una tendencia inusual donde las solicitudes aprobadas superan las realizadas, lo que podría indicar un rezago en el procesamiento de solicitudes de meses anteriores. En febrero de 2023 continúa esta tendencia con más aprobaciones (1376) que solicitudes realizadas (919). En marzo de 2023 retorna a una cifra de aprobaciones (1120) que es más consistente con el número de solicitudes realizadas (960).

Rango de Aprobación

La proporción de solicitudes aprobadas frente a las realizadas varía mes a mes, sugiriendo posibles cambios no especificados en los criterios de evaluación, en la eficiencia del procesamiento, o en la demanda de los solicitantes.

El rango inusualmente alto de aprobaciones en diciembre de 2022, enero y febrero de 2023 puede indicar un procesamiento acumulativo de solicitudes pendientes, posiblemente debido a la eficiencia mejorada en la administración o a cambios temporales no especificados en la política de control de armas.

Tabla 2. Armas vendidas en la DCAM en la CDMX

Arma y Calibre	2021	2022	(2023 Ene-Ago)
Pistola .380	3128	2782	2227
Pistola .22 LR	712	415	482
Revolver .22 LR	32	39	66
Revolver .38 SPL	93	158	69
Rifle .22 LR	1235	999	771
Rifle .223	150	351	197
Rifle .22 - 250 REM	5	18	1
Rifle .243 WIN	32	10	44
Rifle .270 WIN	28	20	20
Rifle ,30 - 06	64	22	32
Rifle .300 WIN	24	20	17
Rifle -308 WIN	138	177	97
Rifle 6.5	2	5	1
Rifle 7 MM RM	5	11	2
Escopeta .12	1751	1711	1507
Escopeta .20	190	115	87
Escopeta .410	1	5	1
Escopeta .28	0	1	0
Escopeta .16	0	0	1
Total	7590	6859	5622

Fuente : SEDENA (2023), solicitudes de acceso a la información número 330026423003553, 330026423003589, 330026423001349, 330026423003013, 30026423002015, 30026423000561, 30026423002755

La tabla anterior presenta los datos de compras por personas físicas de distintos tipos de armas y calibres ejercidas en la DCAM durante los años 2021 y 2022, así como los primeros ocho meses del año 2023. Las tendencias en las compras de armas de fuego en la DCAM muestran que las pistolas .380 son el tipo de arma más popular, aunque las compras han ido disminuyendo a lo largo de los tres años registrados. Las pistolas y rifles .22 LR también son populares, con una pequeña disminución en 2022, pero un aumento en las compras en 2023. Los revólveres .38 SPL tuvieron un aumento notable en las compras en 2022, seguido de una disminución en 2023. Los rifles de varios calibres, como el .223 y el .308 WIN, aumentaron en compras en 2022, pero también disminuyeron en 2023. La escopeta .12 es el tipo de escopeta más popular, con cifras altas de compra a lo largo de los tres años.

Existe tendencia de disminución en las compras totales de 2021 a 2022 y una disminución aún mayor proyectada para 2023 si se comparan los datos de enero a agosto al año completo. Así mismo, el total de compras disminuyó de 7590 en 2021 a 6859 en 2022. Con 5622 ya en 2023 hasta agosto, si esta tendencia continúa, es probable que el total de 2023 sea significativamente menor que el de 2022.

Tabla 3. Recaudación por Pagos de Derechos sobre Trámites o Permisos SEDENA 2022 divididos por su Clave del Catálogo Nacional de Trámites y Servicios del Estado (CNTSE)

No.	Clave CNTSE	Recaudación 2022
1	SEDENA-02-021	\$ 25,467.00
2	SEDENA-02-023	\$ 25,860.00
3	SEDENA-02-030	\$ 453,900.00
4	SEDENA-02-023	\$ 104,820.00
5	SEDENA-02-034	\$ 518,760.00
6	SEDENA-02-040	\$ 2,951,172.00
7	SEDENA-02-043	\$ 77,580.00
8	SEDENA-02-045	\$ 29,820.00
9	SEDENA-02-046	\$ 1,491.00
10	SEDENA-02-047	\$ 166,140.00
11	SEDENA-02-048	\$ 48,300.00
12	SEDENA-02-052	\$ 321,360.00
13	SEDENA-02-053	\$ 385,632.00
14	SEDENA-02-054	\$ -
15	SEDENA-02-055	\$ 1,330,965.00
16	SEDENA-02-057	\$ 199,137.00
17	SEDENA-02-058	\$ 110,322.00
18	SEDENA-02-059	\$ 172,445.00
19	SEDENA-02-061	\$ 16,068.00
20	SEDENA-02-062	\$ 288,090.00
21	SEDENA-02-099	\$ 149,160.00
22	SEDENA-02-100	\$ 16,280.00
23	SEDENA-02-128	\$ 3,955,230.00
24	SEDENA-02-130	\$ 3,010,527.00
25	SEDENA-02-132	\$ 12,485,550.00
26	SEDENA-02-133	\$ -
27	SEDENA-02-134	\$ -
Total		\$ 26,844,076.00

Fuente: (SEDENA, 2023), solicitud de acceso a la información número 330026423001035

La Tabla 3 presenta el detalle de la recaudación generada por la SEDENA a través de los pagos de derechos por trámites o permisos durante el año 2022. Cada entrada en la tabla corresponde a una clave de trámite o permiso, conocida como 'Clave CNTSE', con el monto total recaudado asignado a esa clave en el año fiscal 2022.

El total acumulado de más de 26 millones de pesos mexicanos refleja la importancia económica de los trámites y permisos de la SEDENA y su impacto presupuestario.

Comparación Legislativa sobre armas de fuego en EEUU y México

Es fundamental destacar las diferencias históricas y contextuales que han dado forma a sus respectivas leyes. Según Kopel (2014), ambos países experimentaron cambios significativos en sus políticas de control de armas

a raíz de disturbios civiles en las décadas de 1960 y 1970, lo que llevó a restricciones más estrictas en México (Kopel, 2014).

La Segunda Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos de América (1791) es un pilar fundamental que respalda el derecho a poseer y portar armas, la cual textualmente dice:

"Una milicia bien regulada, siendo necesaria para la seguridad de un Estado libre, el derecho del pueblo a poseer y portar armas, no será infringido."

Este derecho está profundamente arraigado en la cultura y la política del país. En contraste, México, a pesar de tener una garantía constitucional similar plasmado en el artículo 10 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos:

"Los habitantes de los Estados Unidos Mexicanos tienen derecho a poseer armas en su domicilio, para su seguridad y legítima defensa, con excepción de aquellas prohibidas por la Ley Federal y de las que la Nación reserve para el uso exclusivo del Ejército, Armada, Fuerza Aérea y Guardia Nacional.", ha implementado leyes mucho más restrictivas en LFAFyE. Estas leyes regulan estrictamente la propiedad de armas y establecen un sistema riguroso de permisos (Kopel, 2014).

Kopel (2014) también examina las propuestas de reforma en los Estados Unidos que buscan imitar aspectos de la legislación mexicana. Esta perspectiva es compartida tanto por defensores del control de armas en los Estados Unidos como por figuras políticas mexicanas. Por ejemplo, el expresidente Obama y el expresidente mexicano Felipe Calderón han expresado puntos de vista que favorecen una aproximación de las leyes estadounidenses a las prácticas mexicanas en este ámbito, respetando al mismo tiempo la Segunda Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos (Kopel, 2014).

Conclusiones

Existe una disparidad significativa entre las legislaciones de Estados Unidos y México en lo que respecta a la posesión y comercio de armas de fuego. Mientras que Estados Unidos tiene una política más liberal basada en la Segunda Enmienda de su Constitución, México adopta un enfoque más restrictivo. Esta diferencia refleja variaciones culturales y políticas, y tiene un impacto directo en el comercio y la regulación de armas de fuego en ambos países.

El control efectivo de la importación y comercio de armas de fuego en México enfrenta desafíos significativos, incluyendo la necesidad de mejorar la transparencia, la eficacia regulatoria y la cooperación interinstitucional. La investigación destaca la importancia de abordar estas cuestiones para mejorar la seguridad pública.

El comercio de armas de fuego representa un importante aspecto económico, como se evidencia por la recaudación generada a través de los pagos de derechos por trámites o permisos. Estos ingresos tienen un impacto significativo en el presupuesto y la economía.

Basándose en los hallazgos, se sugiere la implementación de políticas más estrictas y coordinadas para el control de armas en México. Esto incluye la adopción de prácticas internacionales exitosas y la consideración de reformas legislativas y estrategias de control más efectivas. Se subraya la necesidad de una cooperación internacional más estrecha, especialmente entre México y Estados Unidos, para combatir el tráfico ilícito de armas y mitigar su impacto en la violencia y el crimen organizado.

Bibliografía

- Álvarez, G. (2023). Buenas prácticas en la experiencia internacional para el control de armas. México Unido Contra la Delincuencia. <https://www.mucd.org.mx/wp-content/uploads/2023/10/buenas-practicas-internacionales.pdf>
- Ávila, J. (2009). El Sistema Aduanero de México frente a los desafíos del siglo XXI en materia de seguridad y facilitación del comercio lícito de mercancías de doble uso. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación para Administración y Economía. Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Constitución de los Estados Unidos de América. (1791). Enmienda II.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (1917) Artículo 10.
- Kopel, D.B. (2013). Mexico's Gun Control Laws: A Model for the United States?. Texas review of law & politics. 18. 27.
- Pagaza, J. F. (2015). Control de posesión de armas de fuego en México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pérez, J. L. (2008). El Tráfico de Armas. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Serretaría de la Defensa Nacional. (SEDENA). (2023, 3 de agosto) Informe de armas de fuego incautadas. Ciudad de México, SEDENA
- UNODC. (2020). Global Study on Firearms Trafficking 2020. Viena, Austria: Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.
- Weigend E., Villarreal, S. (2015). Regulatory challenges for preventing firearms smuggling into Mexico. Mexican Law Review, 7(2), 63-81.

Análisis del diseño logístico para la exportación de barita de Sonora a Estados Unidos

*Lizeth Aidaly Cedillo Valdez
Edna María Villarreal Peralta
Sergio Alan Moreno Zazueta*

Resumen

En el presente trabajo de investigación nos centraremos en el desafío principal relacionado con la principal problemática en la exportación de la barita, la necesidad de homogenizar este mineral debido a su peso específico variable. Nuestro objetivo primordial es identificar áreas de mejora que impulsen una gestión logística y calidad de exportación para la barita proveniente del estado de Sonora con destino a Estados Unidos. La metodología adaptada para esta investigación es cualitativa-exploratoria. Se llevará a cabo mediante un diagnóstico situacional que abarcará las operaciones, los recursos y las tecnologías involucradas en el diseño logístico. Además, se analizarán los diversos factores que influyen en las operaciones logísticas desde Mina hasta usuario final. Este enfoque nos permitirá identificar los puntos críticos que afectan el proceso logístico y los puntos de mejora para la homogenización del mineral así mismo lograr la implementación de mejoras en este proceso para la exportación de la barita. Por otro lado, esta investigación sirve de estímulo a otros investigadores para realizar investigaciones cuantitativas experimentales adicionales con el fin de dar continuidad al seguimiento de este estudio.

Palabras clave: Exportación, Barita, Logística, Minería.

Introducción

El Sulfato de bario (barita), comúnmente llamado baritina o espato pesado tiene una fórmula química de $BaSO_4$, se distingue por su condición no metálica, por ser inerte y no tóxico. Su característica más notable es su elevada densidad, que puede llegar a ser de hasta 4.5 gramos por centímetro cúbico. El término "barita" encuentra su origen en la palabra griega "baros," que significa pesado (México, s. f.).

Las variadas áreas de producción de barita en México presentan una perspectiva amplia de la extracción de este mineral. Esto incluye minas subterráneas en el sur del país, operaciones cercanas al mercado estadounidense y extracciones a cielo abierto en la frontera. Cada región juega un papel

significativo en la industria de la barita, aportando su contribución única a la disponibilidad de este recurso fundamental.

En el estado de Sonora en el municipio de Mazatán, Son., se cuenta con un cuerpo mineral de barita con peso específico que de 3.5 a 4.3 gramos por centímetro cúbico (gr/cc) que se exporta en barco desde el puerto de Guaymas a Estados Unidos (Dirección General del Desarrollo Minero, 2020). Debido a la dificultad de homogeneidad en el producto final se realiza un plan de carga, el cual se pone en marcha a la hora del embarque de barita, con la finalidad de que este cumpla con los lineamientos de calidad transmitidos por la API (American Petroleum Institute) y lo requerido por el cliente. Aunque la barita tiene muchos usos a nivel industrial el enfoque de este estudio es como producto en los lodos de perforación para la industria petrolífera.

La industria petrolífera es una de las industrias más peligrosas para los trabajadores y para el medio ambiente, es por esto que se crearon los estándares proporcionados por la API, que tienen como finalidad proporcionar recomendaciones para la contención de la presión y la integridad del pozo de extracción, así como salvaguardas ambientales, incluida la protección de las aguas subterráneas, la gestión de residuos, la reducción de emisiones, entre otras (Benge et al., 2018).

La barita se ha usado para incrementar la densidad de los fluidos de perforación. La principal problemática en su exportación es la variabilidad de su peso específico y la existencia de otros minerales contaminantes en el entorno de exportación. Esta problemática incide principalmente a las empresas exportadoras de barita, ya que el logro de la homogeneidad de esta puede verse reflejado en los tiempos de trasvase y la calidad de esta puede verse afectada si no se gestiona de manera correcta la exportación.

Lo anterior, pretende abordarse desde una mejor fluidez de tiempos en la cadena de suministro desde la toma del mineral en el punto de extracción hasta el puerto de Guaymas.

El objetivo general del presente trabajo de investigación es identificar los requerimientos para la óptima gestión logística y calidad de exportación de barita de Sonora a Estados Unidos, a través de un diagnóstico situacional de las operaciones, recursos y tecnologías logísticas que intervienen en el diseño logístico con el fin de identificar puntos de mejora.

Metodología de la investigación

Se realizará un diagnóstico situacional del proceso de exportación lo que involucra comprender la gestión logística de la barita y la información adicional importante para su exportación. Este estudio incluirá una evaluación detallada de los recursos, como los equipos de carga y los equipos de transporte continuo. Además, se examinará cuidadosamente la estructura organizativa para comprender cómo afecta a las operaciones.

El diseño de la presente investigación es cualitativo-exploratorio. La investigación cualitativa se conoce por desarrollar la realidad de una situación en específico, permite obtener un panorama general y obtiene resultados desde los puntos de vista de los individuos involucrados en el área, en este caso de la logística minera (Sampieri et al., 2014)

El estudio es exploratorio ya que se refiere a la exploración inicial en el proceso logístico de barita y tiene como propósito conocer los procesos, las variables y fenómenos que intervienen e influyen en la exportación. Esto permitirá no únicamente introducir las exportaciones de barita si no también dar apertura a otros investigadores la continuación de esta.

Se realizará un diagnóstico situacional recopilando información detallada del proceso, incluyendo información de recursos y tecnologías. Para lo cual, se explicará de manera general el proceso de las operaciones logísticas desde mina al buque. Cabe mencionar que el objeto de este estudio de este diagnóstico es únicamente el proceso logístico desde el almacén de mineral en mina hasta su trasvase en buque. Con la finalidad de dar a conocer la problemática existente en el proceso Logístico de Barita de Sonora a los Estados Unidos. También se analizará a nivel general características de la barita que influyan en el proceso de exportación (Véase Figura 1).

Figura 1 Esquema detallado metodología de la investigación



En segundo lugar, se realizará un análisis con la información obtenida de la operación que compete al embarque en el cual tiene como objetivo identificar cuellos de botella y puntos de mejora.

Resultados del diagnóstico situacional

Operaciones del proceso logístico

Los eventos de exportación se rigen por condiciones establecidas en contratos ya firmados con los proveedores logísticos de la empresa minera dedicada a la exportación de barita del estado de Sonora a Estados Unidos, en el cual se tiene únicamente 90 días de almacenaje libre en el almacén B y 5 días libres para uso de puerto en las operaciones de trasvase. Por lo que la mina debe de cumplir con el abastecimiento de treinta mil a treinta tres mil toneladas por evento a más tardar el día 85.

Descripción del proceso:

- Piletas de existencias (Almacén A), una vez extraído y muestreado el mineral de mina es llevado a los patios de almacenamiento (Almacén A). Estas piletas se dividen por peso específico.
- Transporte Mina Guaymas, el encargado de almacén A le da las instrucciones al cargador frontal para llenar la góndola, se llena un formato de carga y el almacenista indica el grado de calidad del mineral. Finalmente, el transportista se posiciona sobre la báscula y se anota el tonelaje cargado para su despacho a el puerto de Guaymas, Sonora.
- Recepción de carga en el almacén de Guaymas (Almacén B), Se cuenta con una persona perteneciente a la empresa minera dedicada a la exportación de barita del estado de Sonora a Estados Unidos, la cual está encargada de la recepción de mineral en el puerto de Guaymas. El almacén B cuenta con dos basculas. Una vez ingresada la unidad al almacén B es necesario que los operadores presenten el formato de carga al encargado para que este pueda darle instrucciones de descarga en la pileta correspondiente según el grado mineral y se procede a un segundo muestreo.
- Plan de carga, homogenizar la carga para el embarque, esto se hace contemplando la existencia de mineral presente en el almacén B y sus grados de mineral.

- Inspección, la labor de verificación de limpieza en bandas, camiones y bodega es fundamental para evitar la contaminación por concentrado de cobre del mineral. Es por esto por lo que se realiza tan pronto el buque atraque en el muelle.
- Draft Survey Inicial, es un tipo de medición que funciona a base del principio de Arquímedes el cual permite conocer la carga total del buque. Esta medición se repite en medio de la carga. Y una vez terminado el barco para cuantificar el tonelaje cargado.
- Operaciones de acarreo para buque, se pone en marcha el plan de carga en el cual se le entrega el formato de carga de exportación al transportista, este indica pileta de carga según el grado de mineral, tonelaje y bodega de descarga en buque.
- Documentación y Despacho, una vez concluida la carga y entregado el certificado del Draft Survey, la factura de exportación, pedimento y proceder a la exportación del mineral.

Recursos Humanos para el funcionamiento del proceso productivo

El personal involucrado que coordina todas las actividades en los proyectos de exportación es el siguiente:

Gerente General: Encargado de realizar el plan de carga de buque y exigir la producción en mina.

Administrador de mina: Encargado de la supervisión de todas las operaciones en mina para que las metas se cumplan.

Almacenista A: Es la persona encargada de dar informar al gerente de logística la existencia de mineral en planta.

Laboratorista: Es la persona encargada de tomar la muestra al producto terminado en mina, en el almacén B y en el buque para determinar el grado de la Barita con esto poder calcular el peso específico promedio del mineral.

Operador de Cargador frontal: Es la persona encargada de desplazar el producto terminado a la pileta designada por el almacenista.

Gerente de logística: Encargado de la logística de importaciones, exportaciones, negociaciones con transportista, visitas internacionales con clientes.

Coordinador de logística: Revisión diaria de existencias para gestionar las exportaciones de buque en tiempo y forma. Comunicación con personal de planta para lograr metas y objetivos.

Almacenista B: Es la persona encargada de recibir el mineral en el almacén de Guaymas, este realiza un segundo muestro y manda muestras con el transportista de regreso a planta.

Transportista: Es el proveedor de servicio especializado de transporte para el movimiento de carga

Supervisores: Es el personal del proveedor externo que se involucra en la operación de la logística para asegurar que todos los involucrados cumplan su función. El supervisor puede ser contratado por el cliente o el exportador, en este caso, se contrató por la empresa minera dedicada a la exportación de barita del estado de Sonora a Estados Unidos.

Analistas: Es el personal del proveedor externo encargado de realizar muestras aleatorias en el trasvase de barita al interior del puerto de Guaymas.

Agencia aduanal: Es el proveedor de servicios especializados de agencia aduanal que desarrolla todo papeleo referente al comercio exterior para la exportación, por ejemplo, el pedimento.

TTP: Es el proveedor al interior del puerto que se encarga de la correcta limpieza de los equipos utilizados en el trasvase de barita.

Recursos y tecnología

Para un mejor diagnóstico es de suma importancia estar al tanto de la comunicación que hay en el equipo. En su mayoría son a través de WhatsApp, correo electrónico y llamada telefónica. Por otro lado, la digitalización de la información se realiza mediante formatos, los cuales son plasmados en Excel y se envían vía correo electrónico al coordinador de logística para su programación. El despacho diario de unidades en mina se pesa en una báscula convencional. Mismo caso para el despacho en el almacén de Guaymas. El rastreo de unidades se realiza a través de una plataforma brindada por el transportista, el cual permite conocer el número de unidad y ubicación.

Propuestas

A continuación, se propondrán las propuestas por campo de estudio. Estas propuestas son únicamente informativas, no definitivas. Las cuales se podrá dar continuidad en próximas investigaciones.

Piletas de existencias (Almacén A), en este apartado se conoce que es muy importante conocer el peso específico, y el ordenamiento del mineral. Se considera prudente la separación de piletas por grados. Sin embargo, se sugiere etiquetar cada una de estas ya que los proveedores externos desconocen las características de cada pileta. También se sugiere un espacio de por lo menos 1.5 metros entre cada una de estas y descargar el mineral procesado de tras hacia enfrente, en sentido de salida para evitar maniobras adicionales de acomodo en almacén A.

Transporte Mina Guaymas, el encargado de almacén A le da las instrucciones al cargador frontal para llenar la góndola de tal manera que homogenice la carga en la góndola, llenando el formato de carga con el grado mineral promedio. Esto permite ir homogenizando la carga diariamente desde mina. En el entendido de que cada góndola se llena con aproximadamente 30 ton y cada cucharón del cargador tiene una capacidad de 5 toneladas. Se pueden tomar en 6 tomas de diferentes piletas para homogenizar la carga.

Recepción de carga en el almacén de Guaymas (Almacén B), con el supuesto anterior la persona en el almacén de Guaymas únicamente se encargaría de dar instrucciones de descarga de tal manera que este acomodado, en este caso se sugiere descargar desde centro a sus alrededores y en cada descarga tomar el muestreo para cortejar que la información de grado mineral promedio proveniente de mina coincida con el real. Por otro lado, se sugiere que se preste especial atención a la báscula por la cual ingresan las góndolas ya que se cuentan con dos basculas, y que se asegure que únicamente se utilice una para las operaciones de barita. De ser posible estipularlo en el contrato ya que la utilización de ambas basculas pudiera o no reflejarse en el tonelaje de barita existente. Además, realizar una tara con unas pesas medidoras prueba a las basculas para tener basculas confiables.

Plan de carga, homogenizar la carga para el embarque no será necesario ya que esto se habrá realizado previamente en el almacén A, únicamente se contemplará la existencia de mineral presente en el almacén B y se designará el número de camiones para cada una de las bodegas.

Inspección, se recomienda hacer una hoja de verificación de los equipos (Check list) antes de las operaciones en el Almacén B y especialmente al inicio de la carga del buque ante la TPP con la finalidad de verificar que los equipos utilizados dentro del puerto se encuentren libres de contaminación de otros minerales que se manipulan en el puerto de Guaymas. Lo anterior con la finalidad de evaluar la confiabilidad del operador en turno y verificación de limpieza en los equipos.

Draft Survey, se recomienda estar presente en cada una de las mediciones, en especial en la medición intermedia que nos permite comparar el tonelaje de bascula contra el draft survey para conocer el desfase entre una medición y la otra y considerarlo en el tonelaje programado del almacén B.

Operaciones de acarreo para buque, para el inicio de operaciones los camiones no necesitaran hacer fila según la pileta de grado de mineral en almacén B. Ya que esta estará homogenizada. Esto nos permitirá la eliminación de personal. Así mismo se sugiere reemplazar las góndolas por camiones. La diferencia de tonelaje entre la góndola y un camión es hasta de 10 toneladas. Aunque esto es beneficioso en el tiempo de desplazamiento del uno al otro es un riesgo de atascamiento en la banda transportadora por lo que se sugiere para evitar el atascamiento de banda. Por otro lado, se sugiere reemplazar las tolvas de descarga por camiones ya que estas tolvas requieren de dos rampas para poder descargar subiendo las llantas a la tolva, por lo que se sugiere para evitar contaminación de mineral.

Documentación y Despacho, se recomienda que se envíe una prefectura a revisión antes de la exportación.

Recursos y tecnología, aunque el intercambio de información vía Outlook en una tabla de Excel ha funcionado se sugiere la búsqueda de un software adaptado a sus necesidades que permita conocer existencias y procedencia de carga. Por ejemplo: Oracle, que permite tener almacenes virtuales en el cual todas las partes pueden estar en sintonía del mineral en movimiento. Este tipo de software permite el registro de entradas y salidas ligándolo a la homogenización de carga en góndola por consumo de grados. Otra opción es SAP, un software de almacén de existencias en mina. Con esto se eliminará la comunicación informal, se eliminan errores de dedo o formulas por utilizar Excel, se obtiene un registro histórico de todos los movimientos y la información queda respaldada.

El rastreo de unidades se realiza a través de una plataforma brindada por el transportista, el cual permite conocer el número de unidad y ubicación de la góndola, en este caso se sugiere añadir el

tonelaje que lleva cada góndola y el grado mineral para que permita ingresar de manera inmediata estos datos a la base de datos compartida entre almacenistas.

Conclusiones

En conclusión, las propuestas presentadas anteriormente abarcan aspectos cruciales para mejorar la eficiencia y la calidad de la barita en el proceso de exportación desde su origen en el estado de Sonora, hacia su destino en Estados Unidos. Los resultados de la implementación de las propuestas podrían verse reflejados en la optimización de tiempo. Así mismo, la homogenización del mineral a granel en el almacén “A” da la posibilidad de ahorrar tiempo en el resto de la operación logística desde el almacén “B” al buque. Además, tomando esta medida, aseguramos que las probabilidades de los retrasos disminuyan en el embarque. Económicamente hablando es más factible homogenizar la carga en mina, ya que los costos propios son prácticamente fijos, a diferencia del proveedor externo.

De la misma manera, para hacer más eficiente la operación logística homogenizando la carga pudiera reducir el número de camiones en circulación del proveedor externo evitando así incrustar equipos que comprometan la operación, como es el caso de las góndolas y las tolvas. Al mismo tiempo, la sistematización de la operación logística nos permite un mejor control desde mina hasta la descarga en el buque, teniendo la certeza de que la planeación estará en tiempo real para todas las áreas involucradas.

Por otro lado, esta investigación sirve como un punto de partida que da lugar para futuras investigaciones que permitan expandir el conocimiento y profundizar en áreas específicas de cada una de las tareas logísticas para la exportación de la barita.

Bibliografía

- Benge, G., Miller, D. S., Miller, S., & Goodman, R. (2018). New API Standards for Shale Development. SPE Hydraulic Fracturing Technology Conference and Exhibition. <https://doi.org/10.2118/189897-ms>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P. M. (2014). Metodología de la investigación.
- México, G. I. (s. f.). Que es la Barita - Prodexa de México. <http://www.prodexa.com.mx/barita.htm>
- Dirección General del Desarrollo Minero. (2020). Perfil de mercado de la barita. En *Secretaría de Economía*.

Evaluación de la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM), como sistema aduanero mexicano: eficiencia, autonomía y desafíos en el despacho de mercancías.

Carolina Andrade

Irene Cañez

Luis De la Cruz

Resumen:

Este trabajo de investigación se centra en analizar el impacto del nuevo sistema aduanero mexicano en las operaciones de comercio exterior, con especial enfoque en la eficiencia, autonomía y desafíos de la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM). El principal objetivo de esta investigación es comprender el funcionamiento del nuevo sistema aduanero mexicano, destacando su autonomía técnica, operativa, administrativa y de gestión, con especial énfasis en su carácter de autoridad aduanera y fiscal en relación con los ingresos aduaneros federales, conforme lo establece el artículo 1 del Reglamento Interior de la ANAM (RIANAM). El enfoque metodológico utilizado se basa en la investigación documental, siguiendo la metodología propuesta por Ramírez en 2018. Los resultados obtenidos brindarán información relevante para todas las personas involucradas o interesadas en el sistema aduanero mexicano, ya que se realiza un análisis detallado y documentado de la evolución de las aduanas en el país.

Palabras clave: Sistema Aduanero Mexicano; Legislación; Aduanas; Comercio Exterior

Introducción

El sistema aduanero mexicano se destaca en un entorno global cada vez más interconectado, donde el comercio internacional desempeña un papel fundamental en el crecimiento económico y el desarrollo económico de México. Se destaca por su relevancia en el contexto actual, teniendo en cuenta los aspectos legales, operativos y económicos que lo hacen esencial para una amplia gama de actores, desde empresas involucradas en el comercio internacional hasta las autoridades responsables de su regulación, supervisión y vigilancia.

El análisis se hará por fases, usando la propuesta Arnau y Sala en su trabajo "La revisión de la literatura científica" de la Universidad de Barcelona, estructurado en cinco etapas del impacto del nuevo sistema aduanero mexicano en el comercio exterior, enfocándose en tres pilares fundamentales:

eficiencia, autonomía y los desafíos a los que se enfrenta la Agencia Nacional de Aduanas de México (ANAM).

Para abordar esta investigación, se revisa la normativa actual y literatura sobre las aduanas mexicanas. Además, se incluyen entrevistas en profundidad realizadas por los investigadores con expertos en el campo, con el propósito de arrojar luz sobre las preguntas de investigación en el contexto de las operaciones de comercio exterior en México. Se señalan los antecedentes de la ANAM y su influencia en el sistema aduanero. Se examinan teóricamente la autonomía de la ANAM y su capacidad para operar de manera eficiente y autónoma, desglosando los elementos clave que han contribuido a estos avances. Por último, se analiza de manera práctica los desafíos, poniendo un énfasis especial en la eficacia de sus responsabilidades en el proceso de despacho de mercancías en las aduanas de México.

Diseño metodológico

Esta investigación se enmarca en un enfoque descriptivo-analítico y adopta un diseño de investigación de corte transversal. Su base se fundamenta en una revisión de la normativa aduanera vigente. La metodología se aborda de manera prospectiva, priorizando la recopilación de información normativa de acuerdo con los objetivos de esta investigación. Para alcanzar este propósito, se utiliza el instrumento realizado por los investigadores el cual está especialmente diseñado, con preguntas específicas y pertinentes al tema de estudio (anexo 2). La recolección de datos se efectuará mediante entrevistas estructuradas realizadas a especialistas en el ámbito de aduanas y comercio exterior mexicano. Estas entrevistas fueron incluyen a un Jefe de Operación Aduanera, quienes posee una vasta experiencia en la gestión y operación de las aduanas; a los Verificadores de mercancías, cuya labor implica una inspección detallada de los productos en tránsito; al Asesor Jurídico de Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM), una figura clave en el ámbito legal y normativo del comercio exterior, y a un Especialista en materia aduanera, cuyo conocimiento profundo del sistema aduanero en México aporta una perspectiva valiosa a esta investigación que servirán como valiosas fuentes primarias de datos para este estudio exploratorio de carácter transversal, permitiendo una aproximación integral al objeto de investigación y la generación de hallazgos significativos.

Cabe destacar que, para la revisión y recopilación de información, se utilizó la herramienta de búsqueda académica VILEX, EBSCO y Google académico. La investigación siguió un proceso de revisión

sistemática de fuentes de información basado en las fases propuestas por Arnau y Sala en su trabajo "La revisión de la literatura científica" de la Universidad de Barcelona, estructurado en cinco etapas: diseño de la estrategia de investigación, presentación de los resultados de búsqueda, almacenamiento y registro de resultados, organización de la información, y redacción y discusión de los resultados. Estas etapas permiten comprender en profundidad la problemática y generar hallazgos significativos.

Marco normativo

Las aduanas mexicanas son responsables de la recaudación de impuestos y derechos, la prevención del contrabando y la protección de la salud pública y el medio ambiente. La ANAM es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) con autonomía técnica, operativa, administrativa y de gestión, con carácter de autoridad fiscal y aduanera y facultado para dictar resoluciones en el ámbito de su competencia, garantizando el cumplimiento de las leyes y regulaciones y restricciones no arancelarias su creación fue publicada en julio de 2021 mediante un Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF).

La ANAM es un Órgano Autónomo según lo explica desde un punto de vista etimológico, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su Marco Jurídico Conceptual, nos dice que: Se denomina un Órgano autónomo, aquella sociedad o entidad que se gobierna por sus propias normas, es decir, que no depende de una Ley que no sea la suya. La autonomía, sin embargo, no quiere decir que sea un ente soberano. Los entes autónomos poseen el derecho de determinar sobre sus propias operaciones, pero están sometidos a la soberanía del Estado. (CPEUM, Marco Jurídico Conceptual, art.3°)

La autonomía se encuentra afiliada al concepto de *descentralización*, misma que se divide en dos categorías: *descentralización política*, se refiere a la estructura federal que conforma el Estado, mientras la *descentralización administrativa*, es la que comúnmente existe en los Estados por cuestiones de capacidad operativa.

En el caso de la ANAM, la autonomía surge en ambos casos, aunque su repercusión es diferente. La ANAM es un ente descentralizado políticamente ya que las circunscripciones territoriales en que él se divide están facultadas por el Estado Federal. Cada una de ellas tiene su propia ley, reglamentos, órganos administrativos y gubernativos que la conducen. Las facultades dentro de los tres poderes

que no han sido asignadas al gobierno Federal competen a las circunscripciones autónomas descentralizadas administrativamente. Y tiene como tarea el desahogar el trabajo de los entes Federales a favor de los descentralizados, pero sin que éstos queden desvinculados jerárquicamente con el gobierno Federal. Este tipo de autonomía, que se origina en una descentralización vertical, no repercute a la estructura unitaria del Estado.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, nos menciona en su artículo 76 hasta su fracción IV, cuáles son las facultades del Senado enumerando las facultades relacionadas al comercio exterior las siguientes:

“I. Analizar la política exterior desarrollada por el Ejecutivo Federal con base en los informes anuales que el presidente de la República y el secretario del Despacho correspondiente rindan al Congreso; además, aprobar los tratados internacionales y convenciones diplomáticas que celebre el Ejecutivo de la Unión; II. Ratificar los nombramientos que el mismo funcionario haga del Procurador General de la República, ministros, agentes diplomáticos, cónsules generales, empleados superiores de Hacienda, coroneles y demás jefes superiores del Ejército, Armada y Fuerza Aérea Nacionales, en los términos que la ley disponga; III. Autorizarlo también para que pueda permitir la salida de tropas nacionales fuera de los límites del País, el paso de tropas extranjeras por el territorio nacional y la estación de escuadras de otra potencia, por más de un mes, en aguas mexicanas; IV. Dar su consentimiento para que el presidente de la República pueda disponer de la Guardia Nacional fuera de sus respectivos Estados, fijando la fuerza necesaria...”

El Poder Ejecutivo Federal en su artículo 143, viene ratificando las facultades y atribuciones en cuanto a materia aduanera; una de sus facultades es la inclusión de constituir o eliminar las aduanas fronterizas, internas, de tráfico aéreo y marítimo, así como establecer sus funciones y ubicación; interrumpir los servicios de las oficinas aduaneras por el plazo que considere pertinente, por así convenir los intereses de la nación; como también fundar o eliminar las regiones fronterizas.

El presidente de la República, Lic. Andrés Manuel López Obrador en decreto a fecha 14 de julio de 2021, constituye la Agencia Nacional de Aduanas como un órgano desconcentrado de la SHCP (DOF, 2021).

De acuerdo con el decreto previamente mencionado publicado en el DOF con fecha 24 de mayo del 2022 donde se refiere a los siguiente:

Artículo 1. Este Reglamento tiene por objeto establecer las normas y atribuciones de la Agencia Nacional de Aduanas de México, órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, dotado de autonomía técnica, operativa, administrativa y de gestión, con carácter de autoridad aduanera y fiscal respecto de los ingresos federales aduaneros, con atribuciones para emitir resoluciones en el ámbito de su competencia.

La Agencia Nacional de Aduanas de México, en auxilio del Servicio de Administración Tributaria (SAT), tiene a su cargo, de manera exclusiva, la dirección, organización y funcionamiento de los servicios aduanales y de inspección, para aplicar y asegurar el cumplimiento de las normas jurídicas que regulan la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, la recaudación de los ingresos federales aduaneros, así como de aquéllas que le sean expresamente instruidas por la persona titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Las ANAM (DOF 24 de mayo de 2022) trabaja en conjunto con las fuerzas armadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 38 del RIANAM, que nos indica que para una mejor organización y colaboración de las autoridades federales que ejercen sus atribuciones en los puntos de entrada y salida del país, las autoridades que actúan en las aduanas serán coordinadas como se indica a continuación:

- I. Las aduanas fronterizas a que se refiere el artículo 37, Apartado A de este Reglamento y las aduanas interiores a que se refiere el artículo 37, Apartado C, fracciones II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, X y XI de dicho ordenamiento, serán coordinadas por la Secretaría de la Defensa Nacional y
- II. Las aduanas marítimas a que se refiere el artículo 37, Apartado B de este Reglamento, y la aduana a que se refiere el Apartado C, fracción I y XII, de dicho ordenamiento, serán coordinadas por la Secretaría de Marina.

El artículo 3 del RIANAM establece las funciones por las cuales cabe destacar las siguientes:

- Recaudar los ingresos federales aduaneros de acuerdo con la legislación y tratados internacionales.

- Realizar la vigilancia y custodia de recintos fiscales y fiscalizados, así como verificar el cumplimiento de obligaciones fiscales.
- Coordinarse con fuerzas armadas e instituciones de seguridad nacional para preservar la seguridad en puntos de acceso al país.
- Participar en la negociación de tratados internacionales en materia aduanera.
- Emitir disposiciones de carácter general y acuerdos administrativos.
- Representar el interés de la Federación en controversias fiscales y aduaneras.
- Solicitar y proporcionar información para prevenir evasión fiscal y otras infracciones aduaneras.
- Compartir con el Servicio de Administración Tributaria la información necesaria para la correcta administración, recaudación y contabilidad de las contribuciones y aprovechamientos federales y sus accesorios, relativos a importación y exportación de mercancías

Desafíos del despacho aduanero implementado por la ANAM

Durante los últimos dos años, la ANAM ha tenido que hacer frente a diversos obstáculos y áreas pendientes en su proceso de implementación. Uno de los problemas principales se relaciona con la falta de comunicación entre las autoridades, específicamente entre la ANAM y el SAT, lo que complicó la implementación de nuevas tecnologías y procedimientos, como el "aviso de cruce," el cual tenía como propósito sustituir al "Documento de Operación de Despacho Aduanero" (DODA). Esta falta de comunicación trajo como consecuencia la creación de circulares confidenciales y, finalmente, la suspensión del aviso de cruce. El SAT mediante oficio, pidió a la ANAM la suspensión del Aviso de Cruce, el cual entró en vigor el 1 de agosto de 2022. Esta petición se realizó sin haberse comunicado previamente a ninguna secretaría, tal como lo establece el propio RIANAM

El "gafete electrónico de identificación de aduanas", fue otro desafío en la implementación, el cual terminó siendo suspendido por problemas internos.

Otro asunto adicional se relaciona con la convocatoria para conceder patentes a nuevos agentes aduanales, lo que ocasionó confusión y modificaciones en el procedimiento, incluyendo un período de detención en la convocatoria.

El sistema aduanero mexicano es operado por el SAT, ya que este ente es el facultado de publicar las Reglas Generales de Comercio Exterior y, así también, el responsable de la recaudación fiscal; y finalmente es el que vigila y se encarga del cumplimiento de las disposiciones de las fuerzas armadas.

La ANAM es un Órgano nuevo y en proceso de crecimiento, y que se tiene como expectativa que el próximo año siga trabajando en la implementación de nuevas tecnologías y procesos, aunque pueden surgir obstáculos y retrasos. Además, se deberá tener en cuenta que en 2024 habrá elecciones, lo que podría influir en la dinámica y el enfoque de la agencia. Como argumento final podemos decir que, aún hay asignaturas pendientes que la Agencia Nacional de Aduanas debe abordar a medida que avanza en su consolidación como un ente clave en las operaciones aduaneras en México.

Resultados

El siguiente análisis se basa en la revisión de los resultados de las entrevistas realizadas en base a la revisión de la literatura y la normativa.

Impacto del nuevo sistema aduanero mexicano en las operaciones de comercio exterior en México

En cuanto al impacto del nuevo sistema aduanero mexicano, las opiniones de los especialistas son diversas. Mientras algunos destacan aspectos positivos, como una mayor cooperación y un enfoque en la seguridad nacional, otros expresan preocupaciones relacionadas con la falta de experiencia del personal militar asignado a las aduanas. La ANAM ha centrado sus esfuerzos en aumentar la incidencia y la efectividad en la implementación de procedimientos legales. Además, se menciona la presencia de la Guardia Nacional como un factor que podría contribuir a mantener la integridad en las operaciones aduaneras.

Sin embargo, en lo que respecta a la preservación de la salud pública y la protección del medio ambiente, los especialistas enfatizan que estas áreas no caen bajo la responsabilidad de la ANAM, sino de otras entidades gubernamentales. A pesar de mencionar mejoras en la infraestructura para la protección de minerales en casos aislados, no se ha observado un cambio generalizado en las prácticas ambientales y de salud pública como resultado de la creación de la ANAM.

En términos de recaudación de impuestos, los especialistas indican que ha aumentado con la creación de la nueva autoridad aduanera. Esto se atribuye a un mayor número de incidencias y multas, así

como al aumento en el flujo de mercancías. Aunque la ANAM no recauda impuestos directamente, su función de revisión y regulación del cumplimiento ha contribuido a un mayor ingreso a través de multas y la detección de irregularidades.

Por otro lado, el cambio en el léxico jurídico que denomina los impuestos de comercio exterior como ingresos federales aduaneros ha generado opiniones variadas, con algunos especialistas sugiriendo que no ha tenido un impacto significativo en las leyes y regulaciones aduaneras, pero planteando la posibilidad de ambigüedades y lagunas en la normativa.

En cuanto a la facultad de la ANAM para participar en la negociación de tratados internacionales, las opiniones también varían. Algunos consideran que esto podría beneficiar al país, mientras que otros cuestionan su relevancia debido a la falta de herramientas y sistemas específicos en la ANAM para llevar a cabo estas negociaciones. La colaboración con otras instituciones es reconocida como importante en este contexto.

Su capacidad de ser autónomo y los desafíos.

La ANAM ha experimentado una serie de cambios en su normativa y reglamentación. A pesar de estas reformas, el proceso de despacho aduanero en México se ha mantenido en gran medida sin alteraciones significativas. La ANAM se enfoca en la supervisión del proceso aduanero, mientras que el SAT continúa siendo responsable de la recaudación de impuestos asociados. Sin embargo, persiste la incertidumbre en cuanto a cómo se califica y supervisa al personal aduanero, lo que plantea desafíos en términos de evaluación del desempeño.

En lo que respecta al contrabando, las opiniones son variadas. Algunos especialistas mencionan un aumento en la recaudación y en la imposición de multas, mientras que otros no han detectado problemas significativos relacionados con la seguridad nacional. Aunque se han implementado medidas limitantes para prevenir el contrabando, como el uso de equipos de rayos X, no se han observado cambios sustanciales en los procedimientos y sistemas en la transición del SAT a la ANAM.

La gestión de riesgos en el despacho aduanero ha avanzado en cierta medida gracias a la tecnología, incluyendo la implementación de equipos no intrusivos como sistemas de rayos X y dispositivos de análisis de productos químicos. Sin embargo, aspectos como la implementación del gafete único de

integración aún están pendientes debido a la separación de la ANAM. La autoridad aduanera busca equilibrar tanto la recaudación como la vigilancia de las mercancías para cumplir con sus objetivos, aunque el enfoque principal continúa siendo la recaudación.

A pesar de los cambios en su estructura, el SAT sigue desempeñando un papel crucial en el proceso de comercio exterior y continúa gestionando los sistemas y plataformas utilizados en el despacho aduanero. Pese a que los esfuerzos por mejorar las instalaciones y procedimientos de acuerdo con los tratados internacionales, la coordinación entre el SAT y la ANAM sigue siendo un desafío en el proceso aduanero mexicano.

Uno de los desafíos fundamentales que enfrenta la ANAM es la coordinación adecuada y la definición clara de responsabilidades entre la ANAM y el SAT. Esta falta de claridad crea conflictos y obstáculos en el proceso. Además, la ANAM necesita desarrollar su propio sistema electrónico aduanero independiente del SAT para lograr una mayor autonomía y eficiencia en el despacho aduanero. La capacitación del personal y la aceptación de sus roles son desafíos adicionales que la ANAM debe abordar para lograr una gestión efectiva en el comercio exterior mexicano.

Bibliografía

Acosta, F. (2014). Antecedentes. In Trámites y documentos en materia aduanera (p. 19). Ediciones Fiscales ISEF.

Araiza, A. (2015). PROBLEMAS EN LAS ADUANAS DE MÉXICO. AMENAZAS A LA SEGURIDAD NACIONAL. TESIUNAM. Retrieved 2023, from <http://132.248.9.195/ptd2018/mayo/0774482/Index.html>

Camacho Lugo, J. A. (2022). Derecho Aduanero Mexicano Teoría y Práctica. Tijuana, Baja California, México.

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN. (2023, junio 06). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Cámara de Diputados. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN. (2023, Junio 22). Ley Aduanera. Cámara de Diputados. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LAdua.pdf>

Diario Oficial de la Federación. (2021). Decreto por el que se crea la Agencia Nacional de Aduanas de México como un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Dof.gob.mx. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5623945&fecha=14/07/2021#gsc.tab=0

DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del "Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Reglamento Interior de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y del Reglamento Interior del Servicio de Administración Tributaria, y por el que se

expide el Reglamento Interior de la Agencia Nacional de Aduanas de México", publicado el 21 de diciembre de 2021. Diario Oficial de la Federación. (2022). Dof.gob.mx. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5652965&fecha=24/05/2022#gsc.tab=0

DOF - Diario Oficial de la Federación. (2023). Dof.gob.mx. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5693335&fecha=26/06/2023#gsc.tab=0

DOF. (2021, Julio 14). Diario Oficial de la Federación. DOF - Diario Oficial de la Federación. Retrieved 2023, from https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5623945&fecha=14/07/2021#gsc.tab=0

DOF. (2021, December 21). Diario Oficial de la Federación. DOF - Diario Oficial de la Federación. Retrieved May 18, 2023, from https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5639045&fecha=21/12/2021#gsc.tab=0

Gaytán Lozano, D. M. (2015). Clasificación Arancelaria de los Productos Químicos (Segunda edición ed.). Ediciones Fiscales ISEF. <https://app.vlex.com/#sources/12926>

Laura Arnau-Sabatés, Josefina Sala Roca (2020) La revisión de la literatura científica: pautas, procedimientos y criterios de calidad, México

Maldonado Carrasco, A. G. (2009, septiembre 9). La evolución de las aduanas en México. Revista Interactiva Bancomext. Retrieved 2023, from http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/130/7/746_Aduanas.pdf

Malhotra, N. .. K. (2008). Investigación de mercados. elmayorportaldegerencia.com. Retrieved May, 2023, from <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>

Presidencia de la República. (2022). Ejecutivo federal informa resultados en aduanas: aumentan recaudación y movimiento comercial. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/presidencia/prensa/ejecutivo-federal-informa-resultados-en-aduanas-aumentan-recaudacion-y-movimiento-comercial>

Ramírez López, N. L., & UNAM | UAPA. (2018). *Técnicas de la metodología cualitativa*. Técnicas de la Metodología Cualitativa.

<https://uapa.cuaieed.unam.mx/sites/default/files/minisite/static/02414209-e634-4354-b751-5e811888e8e8/tecnicas%20metodologia/index.html>

SE. (2015, mayo 10). Comercio Exterior, Países con Tratados y Acuerdos firmados con México. Gobierno de México. Retrieved Junio 6, 2023, from <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>

SEGOB. (2023, June 26). Diario Oficial de la Federación. DOF - Diario Oficial de la Federación. Retrieved September 7, 2023, from https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5693335&fecha=26/06/2023#gsc.tab=0

Tejada, M., & Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. (2007). El régimen jurídico del comercio exterior de México: de la Independencia al Tratado de Libre Comercio de América del Norte. ResearchGate. Retrieved 2023, from https://www.researchgate.net/publication/28100884_El_regimen_juridico_del_comercio_exterior

Anexos

Anexo 1

Instrumento para la realización de entrevistas a profundidad

1. ¿Actualmente cómo se realiza el proceso de importación y exportación en México (despacho aduanero)?
2. ¿Cuáles son las responsabilidades específicas de los verificadores y técnicos de aduanas; y cómo contribuyen en el cumplimiento de las regulaciones aduaneras y en la eficiencia del comercio exterior?
3. ¿Actualmente, cómo se lleva a cabo el proceso de capacitación y formación de los funcionarios aduaneros en México?
4. ¿Cómo se lleva a cabo la supervisión y evaluación del desempeño del personal encargado de la operación aduanera?
5. ¿Cuál es su opinión acerca de la disposición que establece la coordinación de las aduanas fronterizas bajo supervisión de la Secretaría de la Defensa Nacional y las aduanas marítimas bajo supervisión de la Secretaría de Marina, según lo estipulado en el artículo 38 del RIANAM?
6. ¿Qué funciones específicas tienen el personal de la SEDENA y la MARINA en relación con las aduanas mexicanas?
7. ¿Qué medidas se han implementado para garantizar que la SEDENA y la MARINA en la operación aduanera actúen dentro del marco legal establecido?
8. ¿Qué impacto tendrá la ANAM en la seguridad nacional?
9. ¿Cuál ha sido el impacto en los niveles de contrabando desde la creación de la nueva autoridad aduanera?
10. ¿Qué medidas se han implementado para prevenir el contrabando y el tráfico ilegal de mercancías por las aduanas mexicanas?
11. ¿Cuáles son las medidas que la ANAM ha implementado con el fin de mejorar la eficiencia y transparencia del despacho aduanero y de las operaciones de comercio exterior en México?
12. ¿Cuál ha sido el impacto en los niveles de la preservación de la salud pública y la protección del medio ambiente en las aduanas a partir de la ANAM?
13. ¿Cómo se lleva a cabo la gestión de riesgos en el despacho aduanero mexicano y qué medidas se han implementado para mejorarla?
14. ¿Actualmente la autoridad aduanera se centra más en recaudar o en vigilar la entrada o salida de las mercancías?
15. ¿Con la creación de la nueva autoridad aduanera la recaudación de impuestos ha aumentado o ha disminuido?
16. ¿Cuál es el impacto y las implicaciones de la modificación en el léxico jurídico que ahora denomina a los impuestos generales de comercio exterior, como ingresos federales aduaneros y separa completamente el comercio exterior del derecho aduanero?
17. ¿Actualmente, cuál es el papel del Servicio de Administración Tributaria (SAT) en el despacho aduanero?
18. ¿Qué medidas se han implementado para mejorar la coordinación entre las diferentes instituciones involucradas en el despacho aduanero mexicano?
19. ¿Cuáles son los límites y alcances de las facultades y competencias de la ANAM en cuestiones aduaneras, considerando que las aduanas afirman estar bajo la supervisión del titular de aduanas, mientras que el reglamento estipula que están bajo la jurisdicción de las fuerzas armadas?
20. ¿Qué opinión tiene sobre la facultad de la ANAM, según lo establecido en su propio reglamento, para participar en la negociación de tratados internacionales relacionados con la entrada y salida de mercancías en el territorio nacional, como se menciona en el artículo 11, fracción VIII?
21. ¿Cuáles son los principales retos y desafíos que enfrenta la Agencia Nacional de Aduanas en la actualidad?
22. ¿Cuál es su opinión personal acerca de la ANAM?

Anexo 2

Preguntas de investigación		
1	2	3
¿Cuál ha sido el impacto del nuevo sistema aduanero mexicano en las operaciones de comercio exterior en México?	¿La ANAM se puede considerar como un órgano altamente eficiente capaz de funcionar de manera autónoma?	El personal encargado de realizar el despacho aduanero de las mercancías en las aduanas, ¿está debidamente capacitado para llevar a cabo sus responsabilidades de manera efectiva?
Guía de pautas		
¿Cuál es su opinión acerca de la disposición que establece la coordinación de las aduanas fronterizas bajo supervisión de la Secretaría de la Defensa Nacional y las aduanas marítimas bajo supervisión de la Secretaría de Marina, según lo estipulado en el artículo 38 del RIANAM?	¿Actualmente cómo se realiza el proceso de importación y exportación en México (despacho aduanero)?	¿Cuáles son las responsabilidades específicas de los verificadores y técnicos de aduanas; y cómo contribuyen en el cumplimiento de las regulaciones aduaneras y en la eficiencia del comercio exterior?
¿Qué impacto tendrá la ANAM en la seguridad nacional?	¿Cómo se lleva a cabo la supervisión y evaluación del desempeño del personal encargado de la operación aduanera?	¿Actualmente, cómo se lleva a cabo el proceso de capacitación y formación de los funcionarios aduaneros en México?
¿Cuáles son las medidas que la ANAM ha implementado con el fin de mejorar la eficiencia y transparencia del despacho aduanero y de las operaciones de comercio exterior en México?	¿Cuál ha sido el impacto en los niveles de contrabando desde la creación de la nueva autoridad aduanera?	¿Qué funciones específicas tienen el personal de la SEDENA y la MARINA en relación con las aduanas mexicanas?
¿Cuál ha sido el impacto en los niveles de la preservación de la salud pública y la protección del medio ambiente en las aduanas a partir de la ANAM?	¿Qué medidas se han implementado para prevenir el contrabando y el tráfico ilegal de mercancías por las aduanas mexicanas?	¿Qué medidas se han implementado para garantizar que la SEDENA y la MARINA en la operación aduanera actúen dentro del marco legal establecido?
¿Con la creación de la nueva autoridad aduanera la recaudación de impuestos ha aumentado o ha disminuido?	¿Cómo se lleva a cabo la gestión de riesgos en el despacho aduanero mexicano y qué medidas se han implementado para mejorarla?	¿Cuál es su opinión personal acerca de la ANAM?
¿Cuál es el impacto y las implicaciones de la modificación en el léxico jurídico que ahora denomina a los impuestos generales de comercio exterior, como ingresos federales aduaneros y separa completamente el comercio exterior del derecho aduanero?	¿Actualmente la autoridad aduanera se centra más en recaudar o en vigilar la entrada o salida de las mercancías?	
¿Qué opinión tiene sobre la facultad de la ANAM, según lo establecido en su propio reglamento, para participar en la negociación de tratados internacionales relacionados con la entrada y salida de mercancías en el territorio nacional, como se menciona en el artículo 11, fracción VIII?	¿Actualmente, cuál es el papel del Servicio de Administración Tributaria (SAT) en el despacho aduanero?	
	¿Qué medidas se han implementado para mejorar la coordinación entre las diferentes instituciones involucradas en el despacho aduanero mexicano?	
	¿Cuáles son los límites y alcances de las facultades y competencias de la ANAM en cuestiones aduaneras, considerando que las aduanas afirman estar bajo la supervisión del titular de aduanas, mientras que el reglamento estipula que están bajo la jurisdicción de las fuerzas armadas?	
	¿Cuáles son los principales retos y desafíos que enfrenta la Agencia Nacional de Aduanas en la actualidad?	

Fuente. Propia

Focus Group Bacanora

*Silvia Guadalupe Álvarez Flores
Alejandro Severiano Ibarra Wenglas*

Resumen

Objetivo: Evaluar la preferencia de la bebida bacanora por los consumidores de Sonora y su percepción del potencial que consideran tiene este producto para ser exportado a otros países.

Metodología: Se realizó una dinámica de Grupo de Enfoque en la ciudad de Hermosillo, Sonora, México, en el primer trimestre del año 2023. Se contó con la participación de ocho personas (mayores de edad), las cuales aportaron sus conocimientos (nulos o previos) acerca del Bacanora. El desarrollo del grupo de enfoque comenzó a partir de un listado de preguntas elaboradas con anticipación y se permitió que los participantes desarrollaran sus opiniones y puntos de vista de una manera libre.

Resultados:

La mayoría de los participantes tiene noción sobre la bebida bacanora, su proveniencia y la preparación del mismo. Las personas que acostumbran el bacanora tienen gustos sencillos y se consideran valientes. Ellos generalmente la toman en un ambiente de festividad y se sienten orgullosas de formar parte de la cultura, orgullo, festejos, eventos y tradición de la región de Sonora.

Conclusiones:

Las personas del grupo de enfoque, al tener un conocimiento cercano al bacanora, conocen los puntos débiles de ésta. Las sugerencias que abordan van desde las ganas, motivación, visión, inversión en infraestructura, comunicación con gente joven y relaciones con su competencia para lograr un mejor nivel regional.

Limitaciones: Aunque se extendió la invitación, tanto a mujeres como hombres, el grupo estudiado se conformó de acuerdo a su asistencia presencial: Ocho mujeres.

Palabras Clave: Mezcal, bacanora, tradición, orgullo.

Introducción

En la actualidad existen productores de Bacanora que han logrado adaptar nuevas tecnologías a su industria, sin embargo, de acuerdo a Salazar y Mungaray (2009), ellos se han enfrentado a una falta de esquemas organizacionales, integración, especialización productiva, abastecimiento de materias primas, mecanismos formales de difusión y conocimiento entre otros factores, lo cual representa una desventaja frente a otras industrias como lo es la del tequila.

Antecedentes y revisión literaria

La Secretaría de Economía (2022), señala que el Bacanora es una bebida espirituosa obtenida del procesamiento y destilación de **“A. Angustifolia Haw”**, en su área de **Denominación de Origen** conforme a los criterios consignados en la **NOM-168- SCFI-2005**.

Bañuelos y Salido (2012), especifica que en lo general, las plantas de mezcal en Sonora (no solo Agave angustifolia), han sido utilizadas por los antiguos y actuales pobladores con diversos fines. En lo que respecta a la alimentación, los tallos y flores son preparados de distintas maneras: guisos, tortillas y agua fresca. Se considera que los gusanos que viven en el mezcal son un alimento muy especial. Además, en la medicina se les ha utilizado para curar una deshidratación, una picadura de insecto, calambres y hasta piedras en los riñones.

El origen del Bacanora, de acuerdo a la Secretaría de Economía (2022), **se podría decir que proviene del** encuentro cultural entre América y Europa con la llegada de los españoles; así las culturas prehispánicas sonorenses aprendieron a destilar las bebidas que obtenían de fermentar cereales.

Medina y Salazar (2014), deducen que la tecnología europea de destilación introducida al nuevo mundo por los españoles durante la época de la Colonia, fue lo que permitió el procesamiento de agaves, dando origen al vino o aguardiente mezcal, nombre que se le llamó a este licor, hasta aproximadamente la segunda mitad del Siglo XIX, cuando se empezó a denominar como “Bacanora”.

Domínguez-Arista (2020), especifica que la palabra “Bacanora” proviene de la lengua ópata, de las raíces “baca” que significa carrizo y “nora” que significa ladera de carrizo. La bebida ha tenido implicaciones en la historia, política, cultura y actividades socio- económicas regionales en Sonora.

Desafortunadamente, como describe la Secretaría de Economía (2022), la industria del Bacanora se vio truncada cuando en agosto de 1915 el entonces Gobernador de Sonora, General Plutarco Elías Calles, prohibió la manufactura y comercialización de bebidas alcohólicas con el decreto número. 1. A pesar de esta prohibición siguieron operando algunas empresas apegándose a la tradición de más arraigo en la serranía Sonorense, sin importar esta Ley Seca. En 1963 el gobierno del estado reconoció al Bacanora como una bebida regional en el **“Reglamento Sanitario de Bebidas Alcohólicas”** y en 1992 el gobierno del estado pone fin de la proscripción de la industria tradicional del bacanora cuando promulga la **Ley No. 119** con inclusión de criterios para regular la producción, distribución, almacenamiento, transportación, venta y consumo.

Según Dominguez-Arista (2020), el Bacanora es una bebida destilada de agave que cuenta con Denominación de Origen desde el año 2000, la cual fue gestionada por investigadores y académicos, en colaboración con autoridades estatales, otorgando exclusividad de la producción de la bebida a 35 municipios de la Sierra Madre de Sonora.

En un estudio realizado por Salazar y Mungaray (2009), se estima la existencia de más de tres mil productores de Bacanora con una producción aproximada de 240 litros de este licor, donde los individuos han logrado adaptar tecnologías y medios organizacionales que les permiten realizar estas operaciones como fuente de ingresos complementarias pero que se enfrentan a una falta de esquemas organizacionales de trabajo, integración, especialización productiva, mecanismos formales de difusión y conocimiento, el abastecimiento de las materias primas y los insumos necesarios, maquinaria y equipo y sistemas logísticos entre otros factores. A su vez, se busca potenciar el desarrollo regional con el aprovechamiento del agave para producir bacanora requiere de elementos institucionales y normativos, como es el caso del “Consejo Sonorense Regulador del Bacanora, que ayuden a proteger a los productores de la región de la Sierra de Sonora”, para multiplicar el impacto entre los productores por medio de esquemas organizativos y capacitaciones para garantizar la calidad sin sacrificar rendimientos ni rentabilidad.

En relación a la exportación, solo el 10% de las empresas que se dedican a las actividades de producción de Bacanora venden al extranjero, siendo Arizona el mercado principal, ya que los problemas que conlleva el abastecer un mercado internacional como lo indican Medina y Salazar (2014), dificultan principalmente la obtención de la materia prima.

Objetivo general

Para evaluar la preferencia de la bebida bacanora por los consumidores de Sonora y su percepción del potencial que consideran tiene este producto para ser exportado a otros países.

En este grupo focal se presentará una guía de preguntas para aplicar una entrevista estructurada y en conjunto: también esta dinámica constará con alrededor de 8 participantes mayores de 18 años.

Metodología.

Se realizó una dinámica de Grupo de Enfoque en la ciudad de Hermosillo, Sonora, México, en la última semana del mes de Febrero del 2023. Se contó con la participación de ocho personas (mayores de edad), las cuales aportaron sus conocimientos (nulos o previos) acerca del Bacanora. El desarrollo del grupo de enfoque comenzó a partir de un listado de preguntas elaboradas con anticipación y se permitió que los participantes desarrollaran sus opiniones y puntos de vista de una manera libre.

Para cumplir con el objetivo general de evaluar la preferencia de la bebida bacanora por los consumidores de Sonora y su percepción del potencial que consideran tiene este producto para ser exportado a otros países, se definieron varios objetivos específicos.

Objetivos específicos:

- Identificar las características que buscan los consumidores al elegir una bebida alcohólica de su preferencia.
- Revisar el porcentaje de personas que consumen el bacanora como bebida alcohólica.
- Estudiar las características que buscan las personas al seleccionar el bacanora como bebida favorita.
- Deducir el contexto socioeconómico y cultural en el cual consumidores eligen la bebida del Bacanora.
- Evaluar la predilección que tiene el bacanora dentro del Mercado de la Región de Sonora.
- Determinar el potencial que tiene la bebida bacanora para su exportación al extranjero empezando por Estados Unidos.



Figura 1. Invitación al Focus Group del Bacanora (Elaborada por De la Cruz González, 2023).

Descripción de los individuos: Personas mayores de edad (Mayores a 18 años)

Perfiles y aspectos a considerar:

La identidad de los participantes en el focus group estuvo protegida, por lo que se les nombró como: Participante A, Participante B, Participante C, etc.

Se trató de facilitar la generación de ideas y opiniones a través de diversas preguntas hechas a los participantes (Invitados).

El enfoque grupal se dividió en varios segmentos para facilitar su desarrollo:

- I. Introducción y contexto.
- II. Conocimiento.
- III. Gustos y preferencias del individuo y sus conocidos.
- IV. Ambiente de consumo.
- V. Entorno económico.

VI. Segmentos de mercado.

VII. Perspectiva y sentimiento sonoreense.

VIII. Comentarios adicionales.

XI. Análisis y Resultados.

Análisis y Resultados.

La mayoría de los participantes tiene conocimiento sobre la bebida bacanora y su proveniencia. También, aunque no todas las personas hayan probado el bacanora aún, si han consumido algún otro tipo de bebida alcohólica.

Algunos de los participantes inclusive conocen la planta exacta del bacanora, así como la preparación del mismo. Un integrante lo ha preparado y otros tienen amigos, parientes y conocidos involucrados en la producción del bacanora.

Pocos participantes no han probado el bacanora (2/8) y la mayoría si lo degustan y les agrada tanto que lo utilizan como cura y remedio para males físicos y como relajante.

La mayoría de los participantes consiguen el bacanora en los pueblos del estado de Sonora y de forma artesanal, principalmente puro.

Las personas que acostumbran el bacanora tienen gustos sencillos y se dicen valientes al aguantar una bebida fuerte. Ellos están dispuestos a pagar hasta \$800 pesos por un litro de esta bebida. Ellos generalmente lo toman en un ambiente de festividad (bailes, eventos familiares, en el pueblo, etc.).

Además estas personas se sienten orgullosas de poder formar parte de la cultura, del orgullo, festejos, eventos y tradición de la región de Sonora.

El bacanora, a decir de los participantes, es buscado y solicitado por extranjeros (principalmente de Estados Unidos) en los pueblos y en las ciudades de la sierra de Sonora, por lo que hay un mercado potencial por cubrir.

Conclusiones

Las personas del grupo de enfoque, al tener un conocimiento cercano al bacanora, conocen los puntos débiles de los productores, fabricantes y comerciantes de esta popular bebida. Las sugerencias que abordan van desde las ganas, la motivación, visión, inversión en infraestructura, comunicación con la

gente joven y relaciones con su misma competencia para desarrollar conocimientos y estrategias para lograr mejor nivel de este producto regional.

Propuesta

Se recomendaría los productores del Bacanora, el aprovechar la denominación de origen, la cual limita de manera geográfica la siembra del agave y la producción del Bacanora; la Norma Oficial Mexicana es muy conveniente, ya que podría garantizar la calidad al consumidor de bacanora al establecer características y especificaciones necesarias a cumplir por parte de los productores autorizados, las cuales según Vidal (2010) abarcan la producción, el envase y la comercialización de esta bebida elaborada en el área de denominación de origen. Respecto al potencial de exportación, la cadena de suministros es esencial para el éxito de cualquier empresa que opere en un mercado globalizado y altamente competitivo. Según Gereffi y Sturgeon (2014), la cadena de suministros es uno de los principales factores que impulsan la innovación, la eficiencia en la producción y la distribución de bienes y servicios. Una gestión efectiva de la cadena de suministros permite a las empresas aumentar su capacidad de respuesta ante las fluctuaciones del mercado, reducir los costos de producción y mejorar la calidad de sus productos y servicios. La importancia de la cadena de suministros se extiende más allá de las fronteras de una empresa, ya que bien gestionada puede tener un impacto significativo en toda una industria y en la economía en general; la cadena de suministro es un componente crítico en la estrategia empresarial y su gestión efectiva puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso de una empresa hoy en día.

Apéndices.

Detalles del estudio del Focus Group: Bacanora

I. Introducción y contexto.

¿Ustedes consumen bebidas alcohólicas?

De las bebidas alcohólicas que consumen...¿Qué es lo que consumen?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL	
¿Ustedes consumen bebidas alcohólicas?		A	B	C	D	E	F	G	H			
Frecuencia:	Todas las noches (1 caballito) de costumbre				1						1	
	Una vez por semana	1									1	
	Reuniones, eventos especiales o importantes		1	1		1	1	1			5	
	No mucho, cuando hay fiesta, año nuevo, no lo acostumbro.								1		1	
											8	

¿Conocen el Bacanora?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL	
¿Conocen el Bacanora?		A	B	C	D	E	F	G	H			
	Afirmativo (Sí)	1		1	1	1		1	1		6	
	Negativo (No)		1				1				2	
	Sin Respuesta o comentario										0	
											8	

II. Conocimiento.

*¿De dónde es el bacanora?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL	
¿De dónde es el bacanora?		A	B	C	D	E	F	G	H			
	De Sonora	1	1	1	1	1	1	1	1		8	
											8	

*Se obtiene del...

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL	
Se obtiene del...		A	B	C	D	E	F	G	H			
	Maguey	1			1	1			1		4	
	Sin Respuesta o comentario		1	1			1	1			4	
											8	

*Personas que lo han sembrado y cosechado en los pueblos de Sonora...

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL	
Personas que lo han sembrado y cosechado en los pueblos de Sonora		A	B	C	D	E	F	G	H			
	Afirmativo (Sí)	1									1	
	Negativo (No)										0	
	Sin Respuesta o comentario		1	1	1	1	1	1	1		7	
											8	

*Además de bebida alcohólica... ¿Para qué otro objetivo cree usted que se puede usar el bacanora?

Además de licor...

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
Además de bebida alcohólica... ¿Para que otro objetivo cree que se puede usar Bacanora? Además de usarlo como licor...										
Salud o remedio (Presión arterial, regula los triglicéridos, dolor de garganta, etc.)	1	1						1	3	
Para dormir agusto				1					1	
Para convivir						1			1	
No lo ha Probado		1			1				2	
Sin Respuesta o comentario							1		1	
										8

III. Gustos y preferencias del individuo y sus conocidos.

*Para las personas que si lo han probado (Bacanora)...

¿Cuál ha sido su experiencia al probarlo?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
Para las personas que si lo han probado (Bacanora)...										
¿Cual ha sido su experiencia o sentimientos propios al momento de probar el bacanora?										
Relajante , tranquilizador, se te sube.	1		1						2	
Te quema la garganta, es muy fuerte.								1	1	
Se saborea... Se toma de traguito a traguito.				1					1	
Personalmente, no me encanta							1		1	
Sin Respuesta o comentario		1			1	1			3	
										8

*En lo personal.... ¿Qué observan o qué características pudieran describir de las personas que

Consumen bacanora?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
En lo personal... ¿Qué observan o qué características pudieran describir de las personas que consumen bacanora?										
Saludables (quita la enfermedad)			1					1	2	
De pueblo, de ranchos, etc.	1			1					2	
Son mis amigos		1							1	
Gusto muy arriegado (alcohol) y adultos mayores				1		1			2	
Sin Respuesta o comentario						1			1	
										8

*El bacanora como medicina o remedio para curarse... ¿Qué tipo de enfermedades?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H		
El bacanora como medicina o remedio para curarse... ¿Qué tipo de enfermedades?										
Dolor de garganta y gripe			1				1			2
Para controlar la presión								1		1
Para la presión, regula los triglicéridos	1									1
Para dormir agusto				1						1
Sin respuesta o comentario		1			1	1				3
										8

*Los efectos del bacanora... ¿Son diferentes a los de otra bebida alcohólica?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H		
Los efectos del bacanora... ¿Son diferentes a los de otra bebida alcohólica?										
Si, es fuerte		1								1
Negativo (No)										0
Sin respuesta o comentario		1	1	1	1	1	1	1		7
										8

IV. Ambiente de consumo.

*¿Dé dónde la adquiere usted? ¿Por dónde la adquiere?

Más bien... ¿De qué parte se lo ofrecen (bacanora)?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H		
¿Dónde la adquiere usted? ¿Por dónde la adquiere?										
Más bien... ¿De qué parte se lo ofrecen (bacanora)?										
Bacadéhuachi, Granados	1									1
Huásabas			1							1
Suaqui Grande				1						1
Pueblo cerca de Rayón (en la Sierra)							1			1
Ures						1		1		2
Se lo compra a un productor (no sabe exactamente el lugar)					1					1
Sin Respuesta o comentario		1								1
										8

*El bacanora... ¿Lo usan como aperitivo o digestivo?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H		
¿El bacanora lo usan como aperitivo o digestivo?										
Aperitivo										
Digestivo	1			1						2
Sin respuesta o comentario		1	1		1	1	1	1		6
										8

*Alguien que no la ha probado (bebida bacanora)... Como el sujeto B...

*¿Le echan algo al bacanora?

¿Con qué lo acompañan?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
¿Le echan algo al bacanora?		A	B	C	D	E	F	G	H		
	Solo (Tradicional)							1		1	
	Squirt			1					1	2	
	Uvalama									0	
	Canela				1					1	
	Tamarindo y cáscara de naranja	1								1	
	Café									0	
	Sin respuesta o comentario		1			1	1			3	
										8	

V. Entorno Económico.

¿Ustedes obsequiarían bacanora?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
¿Ustedes obsequiarían Bacanora?		A	B	C	D	E	F	G	H		
	Afirmativo (Sí)	1							1	2	
	Negativo (No)					1	1			2	
	Sin Respuesta o comentario		1	1	1			1		4	
										8	

*¿Por qué motivo, cuál razón o bajo cuáles circunstancias ustedes conseguirían una

una botella Bacanora por sí mismos?

O sea...¿En qué momento ustedes se decidirían comprar?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H			
¿Por qué motivo, cuál razón o bajo cuáles circunstancias ustedes conseguirían una botella Bacanora por sí mismos?										
O sea...¿En qué momento ustedes se decidirían comprar?										
Para Fiesta	1								1	
Cuando se acabe, para el frío			1		1				2	
Para probarlo y consumirlo							1		1	
Para regalo						1			1	
Sin Respuesta o comentario		1	1		1				3	
										8

*¿Cuánto estarían ustedes dispuestos a pagar por una botella de bacanora?

Costo (Pesos MX)

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H			
¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por una botella de Bacanora?										
Costo (Pesos MX) 300							1		1	
350									0	
500	1								1	
550			1						1	
700									0	
800		1			1		1		3	
Sin Respuesta o comentario			1			1			2	
										8

VI. Segmento de mercado.

*Para los que tienen bacanora en su casa... ¿Es de un solo tipo o de varios?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H			
Para los que tienen bacanora en su casa... ¿Es de un solo tipo o de varios?										
De un solo tipo (Artesanal)			1				1		2	
De varios tipos									0	
Sin Respuesta o comentario	1	1	1		1	1	1		6	
										8

*¿Podrían decirme si han tenido oportunidad de comparar? Por ejemplo de probar bacanora de dos lugares distintos.

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H			
¿Podrían decirme si han tenido oportunidad de comparar? Por ejemplo de probar (bacanora) de dos lugares (distintos).										
Afirmativo (Sí)									0	
Negativo (No)	1		1		1		1	1	5	
Sin Respuesta o comentario		1	1		1				3	
										8

*¿Ustedes que harían para invitar a las personas a que sí prueben el bacanora?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H		
¿Ustedes qué harían para invitar a las personas a que sí lo prueben (bacanora)?										
Ofrecerle un caballito	1									1
Que lo prueben para la tos				1				1		2
Para dormir, para el sueño, relajante							1			1
Como remedio (cuando se enferme)					1	1				2
Sin Respuesta o comentario		1	1							2
										8

*¿Por qué debería probarlo alguien que no lo ha hecho aún?

¿O no probarlo?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H		
Alguien que no lo ha probado, como el sujeto B...										
¿Por qué debería de probarlo?										
Por diversión, te ambientas.	1									1
Por que esta bueno			1							1
Por ser de Sonora, para así conocerlo								1		1
Que lo pruebe (con medida)				1		1				2
¿O no probarlo?										
No lo ha probado, no sabría si recomendarlo										0
No lo prefiere, no le agrada, no le encantó		1			1		1			3
										8

*Aprovechando el contexto de pueblo y de fiesta y en caso de que vinieran personas

del extranjero o no sé si...

Ustedes han tenido la oportunidad de ofrecer el bacanora alguien del extranjero

y lo degusten... ¿Cuál es su reacción?

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H		
Aprovechando el contexto de pueblo y de fiesta y en caso de que vinieran personas del extranjero o no sé si...										
Ustedes han tenido la oportunidad de ofrecer el bacanora alguien del extranjero y lo degusten...										
¿Cuál es su reacción?										
Buscan comprarlo en pueblo o ciudad							1	1		2
Lo piden mucho para llevar	1			1						2
Sin Respuesta o comentario		1	1		1	1				4
										8

*¿De qué parte del extranjero vienen?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
¿De qué parte del extranjero vienen?		A	B	C	D	E	F	G	H		
	Canadá									0	
	Estados Unidos	1					1	1	1	4	
	Otros									0	
	Sin Respuesta o comentario		1	1	1	1				4	
											8

*¿Ven que haya difusión suficiente del bacanora como bebida representativa de Sonora?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
¿Ven que haya difusión suficiente del bacanora como bebida representativa de Sonora?		A	B	C	D	E	F	G	H		
	Afirmativo (Sí)									0	
	Negativo (No)	1			1		1	1	1	5	
	Sin Respuesta o comentario		1	1		1				3	8

*¿Ustedes consideran que aquí en Sonora tenemos la infraestructura necesaria

para comercializar el Bacanora a un nivel más grande y no solo local?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
¿Ustedes consideran que aquí en Sonora tenemos la infraestructura necesaria para comercializar el Bacanora a un nivel mas grande y no solo local?		A	B	C	D	E	F	G	H		
	Afirmativo (Sí)	1			1			1	3		
	Negativo (No)								0		
	Sin Respuesta o comentario		1	1		1	1	1	5		
											8

*¿Qué consideran ustedes hace falta? ¿Cómo podríamos aportar en ese aspecto?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
¿Qué consideran ustedes hace falta? ¿Cómo podríamos aportar en ese aspecto?		A	B	C	D	E	F	G	H		
	Ganas (de hacer las cosas), que se lancen, que se avienten	1				1				2	
	Mercadotecnia e infraestructura			1	1					2	
	Máquinaria de producción más grande, más alto nivel infraestructura								1	1	
	Sin Respuesta o comentario		1				1	1		3	
											8

*¿Y qué recomendarían ustedes para que los comerciantes de aquí de Sonora o el que

Lo produce (bacanora) pudiera vender más o pudiera llevarlo a otros lugares?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
		A	B	C	D	E	F	G	H		
¿Y qué recomendarían ustedes para que los comerciantes de aquí de Sonora o el que lo produce éste (bacanora) pudiera vender más o pudiera llevarlo a otros lugares?											
¿Qué les recomendarían ustedes a ellos?											
	Motivación, difusión	1									1
	Estudio socio-económico, mercado, de normas, competencia			1							1
	Visión de las personas. Gente Joven y mente joven que se interesen y aprendan.	1		1				1			3
	Comunicación entre productores y fabricantes (unión), distribución planeada						1		1		2
	Sin respuesta o comentario					1					1
											8

*A las personas que **no lo han consumido (o probado)**: Si hubiera así como hay un tour de la

Ruta del vino... Si...Hubiera un tour... Alguna ruta del Bacanora...

¿Ustedes asistirían?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
		A	B	C	D	E	F	G	H		
A las personas que no lo han consumido (o probado) : Si hubiera así como hay un tour de la ruta del vino... Hubiera un tour, alguna ruta del Bacanora...											
¿Ustedes asistirían?											
	Afirmativo (Sí)		1			1	1				3
	Negativo (No)										0
	Sin respuesta o comentario	1		1	1			1	1		5
											8

¿Y por qué?

Presentación de Datos (Información)		PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
		A	B	C	D	E	F	G	H		
¿Y por qué?											
	Para conocer, ver como se produce		1				1				2
	Con fines turísticos					1					1
	Sin respuesta o comentario	1		1	1			1	1		5
											8

VII. Perspectiva y sentimiento sonorenses.

*Cuando piensan en la palabra bacanora... ¿Cuál es su sentimiento y su percepción?

¿Qué es lo primero que se les viene a la mente? Mencione **tres** palabras.

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H			
Cuando piensan en la palabra bacanora... ¿Cuál es su sentimiento y su percepción?										
¿Qué es lo primero que se les viene a la mente? Mencione tres palabras.										
Agave					1				1	
Baile			1						1	
Borrachera, pedas	1						1		2	
Convivio de Navidades		1			1				2	
Cultura					1				1	
Desierto						1			1	
Enfermedades						1			1	
Familiar			1						1	
Fiesta							1		1	
Gusto			1						1	
Invierno				1					1	
Música									0	
Nostalgia	1								1	
Pueblo	1			1			1		3	
Región, Sierra						1			1	
Tradicón			1						1	
Sin Respuesta o comentario		2			3				5	
									24	

*¿Qué tan identificados se sienten con el enunciado siguiente (que es parte de la investigación)?

“Los sonorenses celebramos tener una bebida que nos representa,

porque decir Bacanora es decir Sonora”

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H			
¿Qué tan identificados se sienten con el enunciado siguiente que es parte de la investigación?										
Los sonorenses celebramos tener una bebida que nos representa, porque decir Bacanora es decir Sonora.										
¿Qué piensan? ¿100%?										
Sí (al 100%)	1	1	1	1	1	1	1	1	8	
Negativo (No)									0	

VIII. Comentarios adicionales.

Algún comentario o sugerencia que los participantes quieran aportar para reafirmar lo valioso de su colaboración...

Presentación de Datos (Información)	PARTICIPANTES:								RESULTADOS:	TOTAL
A	B	C	D	E	F	G	H			
Algún comentario o sugerencia que los participantes quieran aportar para reafirmar lo valioso de su colaboración...										
Que lo guarden el bacanora en botellas oscuras (que embone bien), no cristalinas, ni de plástico				1					1	
Que sacudan la botella para ver si tiene espuma o burbujitas (para comprobar calidad)							1		1	
Evitar la fuga del bacanora con botellas de tapón (de corcho), no de rosca	1	1				1			3	
El tipo de bebidas alcohólicas depende de los gustos									0	
Me recuerda mucho a una película de Cantinflas (El elixir que lo cura todo)							1		1	
Sin respuesta o comentario			1		1				2	
									8	

Referencias:

Bañuelos, N. y Salido, P. (2012). El mezcal en Sonora, México, más que una bebida espirituosa. Etnobotánica de Agave angustifolia Haw. Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea

y Desarrollo Regional, (2), 173-197. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41724972008>

Domínguez-Arista, D. (2020). Bacanora, el mezcal de Sonora: de la clandestinidad a la Denominación de Origen. Volumen 30, núm. 56, julio-diciembre de 2020. Fecha de publicación: 24 de junio de 2020.

Universidad Autónoma Chapingo <https://orcid.org/0000-0001-5718-8807>

DOI: <https://doi.org/10.24836/es.v30i56.958>

Gereffi, G., & Sturgeon, T. (2014). Global value chains in a post-Washington Consensus world. *Review of International Political Economy*.

Gutiérrez-Coronado, M. L.; Acedo-Félix, E.; Valenzuela-Quintanar, (2007). A. I Industria del Bacanora y su proceso de elaboración (2007) <https://www.redalyc.org/pdf/724/72450511.pdf>

Medina y Vidal Salazar Solano, E. V. C. (2014). La industria del Bacanora, como propuesta de desarrollo endógeno en la región de denominación de origen. *Revista Global de Negocios*, 10–14. 5

Núñez Noriega L. & Salazar Solano V. (2009). La producción y comercialización de bacanora como estrategia de desarrollo regional en la sierra sonorense (2009) https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-45572009000300009

Bacanora-Historia (2022). Secretaría de Economía. 15 de Diciembre 2022. <https://economiasonora.gob.mx/bacanora-historia/>

Salazar, V. y Mungaray Lagarda, A. (2009). La industria informal del mezcal bacanora. *Estudios Sociales*, 17(33), 163-198. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v17n33/v17n33a6.pdf>

Vidal, S. y N. (2010). La producción y comercialización de bacanora como estrategia de desarrollo regional en la sierra sonorense. *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, pp 12–13.

Finanzas

El valor que proporcionan a las empresas los intangibles financieros

Alma Iliana García Cañedo

Altayra Geraldine Ozuna Beltrán

Carlos Gabriel Borbón

Resumen

La legislación mexicana no contiene una concepción clara de los bienes intangibles. Toda empresa cuenta con activos perceptibles, conceptualizados y medibles, mientras que los intangibles son fácilmente ignorados, ya que son bienes de la empresa pero que no son percibidos físicamente; en México no son considerados como activos para la contabilidad, sin posibilidad de agregar un valor extra real a la empresa.

Se inicia esta investigación, con el objetivo de determinar cuáles son los elementos, considerados intangibles, que aportan valor a las empresas; siendo un trabajo en curso, se presentan los avances obtenidos a la fecha de esta ponencia, como son: el problema a abordar, objetivos y lo que se lleva hasta el momento como hallazgos. Esta investigación es de tipo transversal no experimental, cualitativa; estudia los fenómenos en un momento del tiempo, es decir una fecha determinada del calendario. Partiendo de conceptos generales de activos intangibles, valor agregado, capital intelectual y capital financiero. Se abordan modelos y propuestas de diferentes autores para compararlos. Será de mucha utilidad conocer estos activos y enlistar los elementos más importantes que genuinamente generan un valor real a la empresa dándoles la oportunidad de conseguir mejores financiamientos o inversiones.

Palabras clave: intangibles financieros, valor empresarial, capital intelectual, capital financiero.

Planteamiento del problema

Antecedentes

De acuerdo a Márquez Galeazzi (2010), la valuación de los intangibles data desde hace muchos años, desde el momento que las empresas empezaron a tener utilidades y deseaban vender un negocio próspero y simplemente se le ponían un valor adicional a su empresa sin saber que ese era el valor del intangible de la empresa.

El primer antecedente de valoración de los activos intangibles en la contabilidad financiera es el llamado fondo de comercio. El fondo de comercio es la diferencia entre el valor contable de la empresa y el precio pagado por ella en una adquisición de empresas. El Plan General de Contabilidad define el fondo de comercio escuetamente: "es el conjunto de bienes inmateriales, tales como la clientela, nombre o razón social y otros de naturaleza análoga que impliquen valor para la empresa. Esta cuenta sólo se abrirá en el caso de que el fondo de comercio haya sido adquirido a título oneroso". Este concepto es una aproximación a la valoración de los intangibles de una empresa, pero en sí mismo no aporta nada, es un concepto estático, ya que únicamente se suele materializar en momentos de fusiones y adquisiciones. (García Parra, Simó Guzmán, Mundet Hiern, & Guzmán Conesa, 2004)

Desde 2005 han entrado en vigor las NIC (las normas internacionales de contabilidad) de obligado cumplimiento para todas las empresas cotizadas de la Unión Europea, y las FAS (Financial Accounting Standard), las normas de contabilidad financiera de Estados Unidos, Canadá y otros estados, que exigen a las empresas una estimación del valor económico financiero de sus activos intangibles; estimación que se hace difícil al día de hoy, primero, porque no hay consenso sobre lo que se entiende por activo intangible y, en segundo lugar, porque tampoco existe dicho consenso sobre cómo estimar el valor económico de este tipo de activos. (Villafañe, 2005)

La adopción de informes integrados y métricos de sustentabilidad ha quedado generalmente en los Estados Unidos. En contraste con las empresas estadounidenses, las empresas japonesas han sido pioneros en la adopción de métricos intangibles. En Japón, ambiental, sociales y gobernanza (ESG); Responsabilidad Social Corporativa (RSC); y reporte de información financiera están en pleno auge ahora con cerca de 300 empresas cotizando ya la adopción de informes integrados. Tradicionalmente, los administradores corporativos japoneses están inclinados a los intangibles de sus empresas, como recursos humanos y la contribución social, en lugar de indicadores financieros como las ganancias por

acción (EPS) y retorno sobre patrimonio (ROE). Esta tendencia de reportar intangibles podría ser debido al valor tradicional japonés del capitalismo colectivo profundamente arraigado en una cultura de unión e historia en lugar de un énfasis en la primacía del accionista individual como en los Estados Unidos. (Ryohei & all, 2018)

En un estudio reciente, “Relación entre lo humano/capital intelectual y el valor corporativo”, tomó muestras de empresas japonesas en general y mostró que cuanto más se informaban los intangibles de una empresa a partir del personal (capital humano) y gastos de investigación y desarrollo (capital intelectual) mayor era el valor de mercado agregado de la empresa. (Ryohei & all, 2018)

Justificación

Países como Estados Unidos y Japón han demostrado que su valor de mercado agregado aumenta en un 10% gracias a intangibles en relación con el personal y el capital intelectual de las empresas, demostrando la importancia que le dan y el valor que agrega a sus organizaciones.

En este aspecto en México no existe una distinción real o categorización que pueda clasificar a los activos intangibles, aunque las Normas de Información Financiera tratan de hacerlo posible; las empresas mexicanas, están tomando en cuenta algunos activos intangibles tales como marcas y patentes, activos que tienen un respaldo físico económico, y ciertamente han aumentado el valor de sus organizaciones. Pero la normatividad contable vigente no toma en cuenta el uso de otros tipos de activos intangibles de igual importancia.

Para poder operar en mercados de alta incertidumbre y competencia como los actuales, las empresas necesitan de nuevas habilidades, requieren desarrollar y gestionar activos intangibles para alcanzar el éxito y el valor de mercado agregado que otros países ya contabilizan.

Objetivos

General

- Determinar cuáles elementos se deben de considerar como intangibles para dar valor a la empresa

Específico

- Determinar la importancia de cada elemento que se considera intangible para dar valor a la empresa.

Marco Teórico

El economista Schumpeter en su Teoría de la Evolución Económica manifiesta la idea de intangibilidad como innovación y valora a los activos no tangibles como elementos fundamentales para el desarrollo y base de la empresa. (Rodríguez Cortes, 2014)

De acuerdo a las Normas de información financiera A-5 (2014) un activo es un recurso controlado por una entidad, identificado, cuantificado en términos monetarios, del que se esperan fundadamente beneficios económicos futuros, derivado de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad. Sin embargo, la NIF no menciona en algún punto la existencia de activos intangibles o que sean partes de los activos de los estados financieros de una empresa.

Siguiendo con lo anterior, la NIF considera que los activos pueden ser de diferente tipo, tales como:

- Efectivo y equivalente
- Derechos a recibir efectivos o equivalentes
- Derechos a recibir bienes o servicios
- Bienes disponibles para la venta o para su transformación y posterior venta
- Bienes destinados al uso o para su construcción y posterior uso; y
- Aquellos que representan una participación en el capital contable o patrimonio contable de otras entidades

Para reconocer un activo debe atenderse a su sustancia económica por lo que, no es esencial que esté asociado a derechos de propiedad legal o que tenga la característica de tangibilidad.

Mientras que para Reilly y Schweihs (1998), los activos intangibles deben tener un soporte tangible; tales como marcas, patentes y bases de datos, a pesar de su carácter intangible, deben estar debidamente registrados y/o mostrar evidencia física de su existencia.

Desde esta manera y coincidiendo con Villafañe (2005) se puede considerar un activo intangible a una marca, en la medida en que está registrada y restringido su uso; una patente de fabricación que garantiza el uso exclusivo; una licencia de explotación porque regula el uso del bien comercializado, etc. Pero el capital intelectual o las relaciones de una empresa con sus clientes no serían activos intangibles sino recursos intangibles, igual que la reputación de esa empresa, ya que la empresa no puede garantizar el control de esos recursos. Aportan valor intangible y aun cuando no se toca, sí se perciben, podrían ser los recursos más valiosos.

A continuación, se define que el valor agregado es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor. Este término puede ser el factor determinante entre el éxito o el fracaso que una empresa tenga, debido a que se encarga, también, de diferenciarla de la competencia. (Mesa editorial Merca2.0, 2015)

Tanto para Lev (2001) y como para Villafañe (2005), los activos intangibles interactúan con los activos tangibles en la creación de valor corporativo y el crecimiento económico. Siguiendo con lo anterior, existen diversos autores y modelos que sugieren algunos activos intangibles para ser reconocidos y valorarlos en las organizaciones:

Por todo lo planteado, podemos decir que el reconocimiento y medición de sus activos intangibles es un desafío para el sector empresarial. Y es que los activos tangibles en contraparte, son menos difíciles para ser identificados y valorados, ya que por lo regular son activos físicos con valores monetarios medibles; en tanto que los activos intangibles no necesariamente cuentan con esa característica.

Con el continuo avance de la tecnología, el valor de las empresas depende cada vez más de los progresos que realizan sus empleados en desarrollos tecnológicos, de sus relaciones corporativas, del uso de sus datos y de su marca. En este sentido, los intangibles son activos que existen y que tienen valor, pero al no ser activos físicos y no contar con la capacidad de convertirse fácilmente en dinero en efectivo, calcular su valor real se convierte en un desafío. Algunos ejemplos de activos intangibles son: patentes, derechos de autor, marcas comerciales, regalías, licencias, programas informáticos (software), plusvalías mercantiles (goodwill), listas de clientes, acuerdos de no competencia, relaciones comerciales, concesiones, etc.

Es importante mencionar que la mayoría de los intangibles no se reconocen en los estados financieros debido a que las NIIF's no permiten su reconocimiento hasta que se haya producido una transacción de mercado entre partes no relacionadas (compras, fusiones, etc.) que respalde su valor. Al respecto, la NIC 38 "Activos Intangibles" indica que, un intangible es un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, el cual se controla y se reconoce si, y sólo si: (a) es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo fluyan a la entidad; y, (b) el costo del activo puede ser valorado de forma fiable.

Adicionalmente, es factible desarrollar un intangible internamente o adquirirlo de un tercero. Según la NIC 38, únicamente se reconocen en los estados financieros los intangibles generados internamente que se encuentren en fase de desarrollo, y no los que se encuentren aún en fase de investigación.

Asimismo, la adquisición de un intangible puede efectuarse de manera independiente o individual, o como parte de una combinación de negocios, en cuyo caso podrían surgir intangibles que podrían reconocerse por parte del adquirente, aun cuando éstos no hayan sido reconocidos previamente en los estados financieros del adquirido.

Medición de intangibles: propósito y reputación

Como hemos visto, el valor de la empresa está íntimamente ligado a la percepción de la misma, así como a la percepción de su CEO –esta última impacta un 30% en la reputación de la compañía-. La reputación se construye a través de lo que hace o dice una compañía, su experiencia y lo que otros dicen de ellas. Pero, ¿qué factores influyen en la construcción de esta reputación?

Existen variables racionales como pueden ser el producto o servicio, la innovación, la transparencia o el impacto positivo en la sociedad. Pero también hay variables emocionales, como el prestigio o la credibilidad, que se traducen en comportamientos proactivos hacia las empresas. Una forma de mejorar estas variables es introduciendo un propósito corporativo. Al hacerlo, mejoramos la reputación de la compañía hasta en un 30% ([Modelo de Líderes con Propósito](#), Thinking Heads, 2020). Asimismo, es posible calibrar cómo el propósito impacta en la [reputación del CEO](#), y esto a su vez en la reputación de la compañía, así como identificar las palancas clave de la reputación del líder con propósito.

Los consumidores ya no prestan atención únicamente a los productos (variables racionales), sino que son más conscientes que nunca de la parte más emocional que se relaciona con [la reputación](#), la imagen de marca, la confianza y los valores de las empresas. Este tipo de percepciones están ligadas no solo a cómo se hacen las cosas, sino al por qué, influyendo en el valor global de las organizaciones. Por ello, una correcta gestión y medición de estos intangibles contribuye a un mejor rendimiento de las empresas.

La medición de los intangibles permite acercar a las empresas a sus consumidores, ayudándolas a crear planes de acción más efectivos que estén respaldados por datos de gran calidad. Contar con las [métricas apropiadas](#) para la adecuada monitorización de los resultados de estos planes, lanzamientos u otros eventos significativos, será clave para lograr los objetivos en materia de reputación e influencia, tan valiosos para el conjunto de la organización. Es ahora o nunca.

A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos a la fecha en esta investigación. Es un listado de elaboración propia donde se exponen comparativamente 4 diferentes fuentes que señalan, desde cada punto de vista y en cada rubro, lo que consideran cada autor o modelo, que son los intangibles.

Tabla 1. Comparativo de elementos que se consideran son activos financieros intangibles

Arrarte Mera (2015)	Álvaro J. Romero	Modelo navigator de Skandia	Modelo intellectual assets monitor
Factor Humano: el “Know how”, el personal formado que figura en la planilla de la empresa, fidelidad hacia la organización, la motivación como motor de sinergia.	Derechos de autor	Capital Humano: conocimientos, habilidades, actitudes.	Competencias de las Personas: educación, experiencia, “know how”, conocimientos, habilidades y actitudes.
Factor Cliente: fidelidad del cliente hacia los productos que destruye la empresa, canales de distribución empleados por la organización, base de datos de los clientes, asociaciones de clientes.	Patentes	Capital Estructural: conocimientos explicados por la organización.	Estructura Interna: patentes, procesos, modelos, sistemas de información, cultura organizativa.
Factor Organizacional: sistemas de información, filosofía de la gestión, cultura empresarial, procesos de gestión.	Marcas y nombres comerciales	Clientes: relacionados con los clientes (fidelización, capacidad de conformar equipos mixtos,..)	Estructura Externa: relaciones con clientes y proveedores, las marcas comerciales y la imagen de la empresa.
Marcas de fábrica	Crédito Mercantil	Procesos: forma en que la empresa añade valor a través de las diferentes actividades que desarrolla.	
Membretes de diarios y nombres de publicaciones	Gastos pre operativos	Capacidad de Innovación: Posibilidad de mantener el éxito de la empresa, en el plazo, a través del desarrollo de nuevos productos o servicios.	
Programas de computador (software).	Franquicias		
Licencias y franquicias	Gastos de Constitución		
Derechos de autor, patentes y otros derechos de propiedad industrial, derechos de servicio y operación			
Recetas, fórmulas, modelos, diseños, prototipos			
Activos intangibles en desarrollo.			

Fuente: Elaboración propia

Referencias

- Arrarte Mera, R. A. (2015). Contabilidad financiera y valuación de activos intangibles. *QUIPUKAMAYOC. Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 43 pp. 09-20.
- Banxico. (1 de enero de 2019). *NIFBdM C-8*. Obtenido de ACTIVOS INTANGIBLES :
<http://www.banxico.org.mx/marco-normativo/d/%7B22F69ED2-5F30-8035-5A10-398F77AED0AD%7D.pdf>
- CINIF. (octubre de 2005). *Norma de Información financiera A-5*. Obtenido de Elementos básicos de los estados financieros: http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1165/1165_u3_a13.pdf
- Equihua, L. (s.f.). *¿Qué es el valor agregado?* Obtenido de <https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-valor-agregado>
- García Parra, M., Simó Guzmán, P., Mundet Hiern, J., & Guzmán Conesa, J. (junio de 2004). *Intangibles: Activos y Pasivos*. Obtenido de Intangibles: Activos y PasivosIntangible Capital: <http://www.intangiblecapital.org/index.php/ic/article/view/15/21>
- Hollander Sanhueza, R. (s.f.). *Los activos intangibles: Presentación de algunos modelos desarrollados*. Obtenido de Horizontes empresariales:
<http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/42/documentos/contabilidad.pdf>
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. (2022). *Norma de Información Financiera (NIF)* (Vol. IX). Ciudad de México, Ciudad de México, México: Grupo Impresores, S.A. de C.V. .
- Márquez Galeazzi, A. (2010). *Intangibles, activos que generan valor (TESIS)*. Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/4439/TESIS_Ana%20Carina%20Márquez%20Galeazzi.pdf?sequence=1
- Mesa editorial Merca2.0. (15 de abril de 2015). *¿Qué es valor agregado y cómo lo usan las empresas?* Obtenido de <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Peiró, R. (s.f.). *Valor de marca*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/valor-de-marca.html>
- Pérez Ortega, G., & Tanfarife Martínez, P. (2013). *Los activos intangibles y el capital intelectual: Una aproximación a los retos de su contabilización*.
- Rodríguez Cortes, A. R. (2014). *Bienes intangibles, licencias y regalías* (Primera ed.). México: Lawgic.

Ryohei, Y., & all, a. (1 de Enero de 2018). *Integrating nonfinancials to create value*.

Salvador, G. (abril de 2016). *Estación Experimental Agroforestal Esquel. Economía y mercados*.

Obtenido de Agregado de Valor: Compartiendo conceptos.:

https://inta.gob.ar/sites/default/files/agregado_de_valor._compartiendo_conceptos.pdf

Silva Domínguez, M., & Pérez Akaki, P. (16 de julio de 2014). *Valuación de activos intangibles*.

Obtenido de Contaduría pública: <http://contaduriapublica.org.mx/2014/07/16/valuacion-de-activos-intangibles/>

Universidad Interamericana para el Desarrollo. (s.f.). *Activos Intangibles*. Obtenido de Contabilidad

Financiera: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/ejec/AE/CF/S11/CF11_Visual.pdf

Valls, M. (5 de marzo de 2015). *Miquel Valls Economistes and Associats*. Obtenido de ¿Qué son los

activos intangibles y su registro contable?: <http://www.miquelvalls.com/registro-contable-activos-intangibles/>

Villafañe, J. (2005). *Comunicação e Sociedade*. Obtenido de La gestión de los intangibles

empresariales.: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1185/1128>

Impacto que las afores han tenido en el sistema pensionario mexicano

Joel Ernesto Moreno Soto

Alma Iliana García Cañedo

Resumen

El presente trabajo pretende presentar los avances de una investigación que busca determinar la forma en que las AFORES, a lo largo del tiempo desde su aparición a la fecha, han venido impactando a las pensiones de los trabajadores mexicanos.

Se basa en la hipótesis de que el efecto mencionado es negativo. Para su comprobación o rechazo, se hará una investigación documental, transversal, de documentos de los organismos financieros y gubernamentales involucrados, bases de datos, artículos científicos sobre el tema, revistas y libros especializados

De igual manera se realizará un análisis financiero para comprobar tasas de rendimiento real, neto, bruto, y así contrastarlo con la información que se plasma en los Estados de Cuenta que las AFORE “envían periódicamente” a los derechohabientes.

Palabras clave: Afores, Sistema Pensionario, Análisis Financiero

Introducción

Al medir el impacto que las AFORE han tenido en sistema pensionario mexicano (*IMSS*) desde 1997 a la fecha, se pretende demostrar que tal impacto ha sido negativo. Lo que ha motivado esta investigación es la evidencia de la inconformidad tanto de los candidatos a pensionarse como de los ya pensionados. Lo anterior se considera de mucha relevancia, porque tanto si se cumple o no la hipótesis, al obtener los resultados estos quedarán plasmados para que sirvan de referencia y se podrá comparar con los beneficios en términos del monto de pensión mensual que otorgaba la Vieja Ley (*Ley73*) con respecto de la *Ley97 (o Ley de AFORES)*. Dentro de los conceptos y datos que serán recolectados y analizados son: 1) Rendimientos, 2) Minusvalías, 3) Comisiones por manejo de cuenta, 4) Regímenes de inversión en que las AFORE han invertido, 5) Cantidad de cuentas que administran, así como 6) La cantidad total de dinero que tienen de los derechohabientes y no derechohabientes.

Algunos de los métodos de análisis que se usarán son los establecidos en la teoría financiera para determinar, por ejemplo, si los RENDIMIENTOS que han reportado las AFORE son reales, ya que dichas empresas solo informan de los RENDIMIENTOS NETOS a los derechohabientes en sus Estados de Cuenta.

Dentro de los resultados que se esperan obtener está demostrar que ha habido rendimientos negativos y no solo eso, sino que también disminuciones en el capital invertido de los trabajadores, así como las afectaciones negativas del valor del dinero desde 1997 a la actualidad.

Planteamiento del problema:

Los ciudadanos en general no saben ni idea tienen de lo importante que es el estar vigente (*cotizando*) ante el IMSS para generar derechos que son fundamentales durante su etapa productiva. Sin embargo, todos sin excepción al llegar a la edad adulta voltean a ver cuántas semanas tienen cotizadas y qué otros derechos pueden ejercer ante el IMSS, porque llegó el momento en que ocuparán de un ingreso garantizado y su servicio médico por el resto de sus vidas. En este punto es cuando se acercan al instituto para saber qué requisitos deben cumplir, con cuáles ya cuentan y cuáles les hacen falta para ejercer su derecho a una pensión.

En esa misma etapa de igual manera se informan de aspectos básicos que tenían descuidados, y así seguir mecanismos indicados para reunir los requisitos necesarios para tramitar su pensión. Otro aspecto dentro de esta etapa es que el derechohabiente revisa la cantidad de ahorros que tiene acumulados en su AFORE para evaluar si le cubre el derecho al menos de subsistencia en lo que será la última etapa de sus vidas.

Previo a la etapa de edad adulta, a los derechohabientes le es indiferente si su AFORE les administró de manera responsable, eficiente y cuidadosa el ahorro para el retiro con que cuentan, les tiene sin cuidado sobre los rendimientos, o las comisiones que su Afore les cobra por manejo de su dinero. Incluso buena parte de la población derechohabiente no saben qué AFORE administra o han administrado sus dineros, mucho menos saben que son empresas privadas, y que mientras ellos llegaban a esta edad adulta poco o nada les informaron sobre los rubros en que se invirtieron sus dineros, a qué tasas de rendimiento y qué plazos.

Por otro lado, los derechohabientes (*trabajadores afiliados al IMSS*) no investigan sobre el tema, y como se ha dicho, tampoco les interesa, ya que el día a día los consume en algo más prioritario: la subsistencia. De ahí que dejan “en manos del gobierno” (*dicen ellos*) la responsabilidad sobre el servicio médico que pudieran necesitar, y posteriormente su pensión.

No obstante, y por principio de cuentas, hay que resaltar la importancia que tiene el hecho de que los ciudadanos coticen siempre en la seguridad social, cada día de su vida, porque en algún momento de su etapa laboral requieren de los servicios médicos tanto ellos como sus beneficiarios, así como pagos por incapacidades del propio trabajador, incluso pensión por invalidez o riesgo de trabajo, sean estas temporales o permanentes. En pocas palabras cobertura médica total: atención médica, hospitalización, operaciones, material quirúrgico, prótesis y tratamientos. Y para ejercer esos derechos ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (*IMSS*) el único requisito es estar cotizando o bien, dentro de lo que se llama Conservación de derechos.

También es de suma importancia hacer extensivo que el esquema de cotización se vio modificado con la nueva Ley del IMSS (*Ley97*), y para justificar tal esquema la clase política de 1995 hacía el planteamiento siguiente: “el sistema de pensiones definido (*o de reparto*) es insostenible, de ahí la urgencia de reformarlo”, y para efectos de lo mismo, se aprobó esta nueva ley. Pero a casi tres décadas de haber entrado en vigor este nuevo ordenamiento, los retirados han experimentado que el monto de su pensión mensual está muy por debajo de lo que era la vieja ley (*Ley73*). Mas, sin embargo, bien valdría la pena rectificar quién realmente se ha beneficiado con la administración de los dineros para el retiro en todos estos años, ya que, si se echa un vistazo así por encimita, la experiencia empírica nos enseña que las condiciones socioeconómicas de la clase trabajadora no han mejorado en su trayecto laboral. Y así lo expresan los mismos autores estudiosos del tema: “no han sido los trabajadores asegurados quienes se han beneficiado”, haciendo referencia al reciente período desde que entró en vigor la nueva ley (*Ley97*) del IMSS.

Está claro que el nuevo esquema de pensiones está basado en lo que llaman “sistema de capitalización individual”, y lo que se hace exactamente es contabilizar los recursos que un trabajador

ha acumulado desde su primera semana cotizada y la suma de estos dineros durante su vida laboral son los que se usan para el pago de su pensión al momento de cumplir la edad para retirarse, 60 años como mínimo.

Quedan muchas interrogantes ¿Qué hacen las AFORE con esos dineros mientras se llega el momento en que el trabajador solicita su pensión? ¿En qué lo invierten? ¿Cuánto ganan? ¿Cuánto le corresponde de rendimientos reales a los derechohabientes? ¿Es viable para los diferentes agentes económicos involucrados en este proceso? Y como ya se ha mencionado, lo que queda en evidencia es que el derechohabiente es el último en enterarse de lo que sucede con su dinero.

Otra de las narrativas para justificar la Ley97 fue “lo importante que sería privatizar los fondos de pensiones para que ello contribuyera al fortalecimiento del ahorro y la inversión interna del país, lo cual traería crecimiento para la economía nacional y desarrollo”. Pero nada de ello ocurrió durante los recientes veintiséis años.

Afortunadamente esta nueva ley (*Ley97*) ha sido reformada de manera estructural, cuyas reformas entraron en vigor el día 1 de enero de 2021, lo cual era preciso, ya que la problemática ocasionada por los montos de pensión mensual que los nuevos retirados empezaron a recibir es indignante, pues hasta hoy día no rebasan ni siquiera un salario mínimo mensual.

Por esas y otras razones de índole macroeconómico, humano y con miras a mejorar la seguridad social presente y futura, el Gobierno Federal (2018–2024) decidió reformar la actual ley (*Ley97*), de tal manera que se han facilitado notoriamente los requisitos, los cuales aumentan las expectativas de mejoría económica durante el proceso hacia la edad adulta. Por mencionar algunos ejemplos, las proporciones de ahorro sobre el salario base de cotización del asegurado se modificará con incrementos graduales, ya que mientras era del 6.5% hasta el año 2022, a partir del año 2023 dicha proporción se incrementará gradualmente hasta llegar al 13.875% en el año 2030. Sin embargo, hay otros beneficios de tipo económico que no se lograron equiparar respecto a la vieja ley (*Ley73*).

Esto es que, aún y con las reformas a la actual ley, persiste la desinformación sobre el tema, por ejemplo, hoy en día los trabajadores inscritos en el IMSS desconocen términos como “capitalización individual”, “renta vitalicia”, “retiro programado”, “minusvalías en sus estados de cuenta”, etc., Así mismo desconocen los montos de comisión que las AFORE les cobran durante los años que administran sus recursos. Lo peor es que todo ese desconocimiento en general les tiene sin cuidado, ya que como ciudadanos del día a día, solo se ocupan del sustento tanto de sí mismos como de sus familias, pero al final de su vida laboral llega el momento de solicitar pensión y es ahí cuando se percatan de lo pobre que será en términos económicos la última etapa de su vida. Aunque claro, una vez pensionados cuentan con un servicio médico de por vida al igual que su cónyuge y beneficiarios, a la par que reciben su pensión en los términos que la hayan contratado.

Justificación

Tener acceso a una pensión es un derecho humano para todo ciudadano mexicano, tal derecho inicia desde que se cumplen con los requisitos que la Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social establece. Este enfoque se centrará en exponer la estrecha correlación que hay entre las AFORE y el Sistema Pensionario Mexicano (IMSS) para hacer extensivo este conocimiento a la comunidad de derechohabientes con aspectos relevantes sobre la pensión mínima y pensión máxima a la que pueden acceder, así como las implicaciones que tiene cada uno de esos escenarios. En este sentido conviene invitar a los derechohabientes para que HOY se pregunten ¿Con cuánto dinero puedo vivir en mi etapa de retiro sin tener carencias básicas?, y ¿Qué requisitos debo cumplir para alcanzar esa pensión?, etc.

Objetivo general

Demostrar que la privatización de los fondos para el retiro a través de las AFORES ha afectado negativamente las pensiones en México, 1997 – 2025.

Objetivos particulares

- Definir qué es una “pensión digna”.
- Diagnosticar los regímenes de inversión que han implementado las afores con los fondos de pensiones en México.

- Describir los rendimientos que han tenido los fondos de pensiones.
- Relacionar los rendimientos descritos con la categoría “pensión digna”.
- Describir el efecto negativo del manejo de las Afores en el sistema pensionario.

Antecedentes

Lo que se presenta a continuación son los temas a considerar para desarrollar la sección de antecedentes de esta investigación.

Sobre la historia de la SS y lo que dio origen al primer Sistema Pensionario y de SS allá en el s.XIX en Alemania, propuesto por el canciller de hierro Otto Von Vizmarck.

Le evolución (o involución) de los Sistemas Pensionarios en países como EEUU, Chile, Colombia.

El primer intento de “ley” que surgió en México en 1943.

El primer régimen consolidado bajo una Ley Orgánica en México, Ley73, la cual está basada en el Sistema de Reparto.

En 1997 se impone la nueva Ley97 y se deroga la Ley73.

Como fue que la Nueva Ley (Ley97) dio origen a la creación de Las Afore.

Pregunta de investigación:

¿Cómo ha impactado la privatización de los fondos para el retiro desde 1997 en el sistema pensionario mexicano?

Hipótesis:

La privatización de los fondos para el retiro ha afectado negativamente las pensiones en México, 1997 – 2025.

Metodología:

Una vez delimitado y definido el tema, como una investigación documental de inicio, transversal, y establecidos la hipótesis y pregunta de investigación, los pasos a seguir serán:

1. Fundamentar la investigación en lecturas y conceptos en bibliografía ya existentes;
2. Plantear los objetivos particulares a medida que se avance en la escritura y resultados de la investigación;

3. Encontrar la información cualitativa y cuantitativa para aplicar teoría financiera y comprobar tasas de rendimiento real, neto, bruto, y así contrastarlo con la información que se plasma en los Estados de Cuenta que las AFORE “envían periódicamente” a los derechohabientes;
4. Correlacionar el monto de las pensiones respecto a La Administración y Rendimientos que han tenido las AFORE desde 1997;
5. Escribir los resultados, con el análisis y conclusiones.

También en lo que se ha podido avanzar es en la realización de un Glosario de términos con respecto al tema; al ser algo tan técnico, se considera apropiado.

Glosario	
Término	Definición
Seguridad social	Es la protección que una sociedad proporciona a los individuos para asegurar el acceso al Servicio Médico y garantizar la seguridad del ingreso en la Cesantía o Vejez, desempleo, invalidez, accidentes del trabajo.
Pensión	Es el ingreso garantizado que un ciudadano debe recibir y que construye durante toda la vida laboral, bien sea como trabajador independiente o como dependiente, es decir, empleado. El pago mensual de pensión incluye la cobertura de salud por el resto de vida de un pensionado y su cónyuge.
Cesantía	Es cuando un trabajador "cesa", es decir, deja de laborar y tiene derecho a un pago de pensión, sea temporal o permanente. Este término aplica para la edad desde los 60 a los 64 años y medio.
Vejez	Es cuando un trabajador deja de laborar de los 64 años y medio +1 día, por lo tanto, ya tiene derecho a un pago de pensión permanente.
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social, es la institución más aparatosa en México para brindar Servicio Médico y pagos en dinero y en especie como prestaciones a los trabajadores de la IP afiliados.
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, es la institución que brinda Servicio Médico y pagos en dinero y especie como prestaciones a los burócratas del Gobierno Federal.

AFORE	Administradoras de Fondo para el Retiro, son las empresas privadas que administran-invierten-arriesgan el fondo de pensiones de todos los derechohabientes del IMSS e ISSSTE.
SIEFORE	Sociedades de Inversión Especializadas en Fondos para el Retiro, son quienes invierten los recursos de los trabajadores para generar "rendimientos", (ajá).
PMG	Pensión Mínima Garantizada, es el monto mensual mínimo al que tienen derecho los trabajadores que cumplen los requisitos mínimos de ley para pensionarse.
TRN	Tasa de Rendimiento Neto, es el dato que informan las AFORE en los Estados de Cuenta que envían a los Trabajadores/Derechohabientes
DERECHOHABIENTE	Es el término que se aplica cuando una persona (trabajador) está vigente para recibir atención médica y todas las prestaciones de Ley ante el IMSS/ISSSTE.
TRR	Tasa de Rendimiento REAL, es la proporción (%) que se determinará para los rendimientos del dinero de los trabajadores afiliados al IMSS/ISSSTE.
RENDIMIENTOS	Es la cantidad de dinero que las AFORE obtienen por administrar/invertir/arriesgar el dinero de los trabajadores afiliados al IMSS/ISSSTE.
SCI	Sistema de Capitalización Individual, es la modalidad de cotización para pensión que sustituyó al Sistema de Reparto (o definido).
Generación AFORE	Pertencen a esta generación todos los trabajadores que iniciaron a cotizar desde el 1 Jul 1997 en adelante.
Generación transición	Pertencen a esta generación todos los trabajadores que iniciaron a cotizar desde el 1 Abr 1973 hasta el 30 Jun 1997.

Referencias

- García Arteaga, J. C., & Moreno Treviño, J. O. (2020). *Determinantes de la estructura de largo plazo del Mercado de las Afores en México: un análisis de supervivencia*. México: Porrúa.
- Melendez George, L. M. (2008). *La unificación de la seguridad social en México*. México: Porrúa.
- Ruiz Moreno, A. G. (1999). *Nuevo derecho a la seguridad social*. México: Porrúa.
- Ruiz Moreno, A. G. (2017). *Las AFORES*. México: Porrúa.

Los fideicomisos como herramienta jurídica financiera para la administración de los activos del gobierno del Estado de Sonora.

Cynthia Zaraith Orozco Atondo²⁷

Alma Iliana García Cañedo²⁸

Altayra Geraldine Ozuna Beltrán²⁹

RESUMEN

En resumen, en la presente investigación se presenta un análisis detallado y didáctico de la figura del fideicomiso público como herramienta jurídica financiera en la administración eficiente de los activos del Gobierno del Estado de Sonora, con la finalidad de comprender el fundamento de la regulación y la operación establecida para ser utilizado como instrumento institucional financiero de políticas públicas en un marco de transparencia. De manera particular se analizaron fideicomisos que administran diversos activos con los que cuenta el Gobierno del Estado de Sonora.

Un Fideicomiso es una figura con personalidad jurídica propia, que permite manejar y proteger los activos ya sean efectivo, fondos de inversión, acciones de valor, bonos y/o bienes raíces en propiedad de gobierno o particulares.

Inicialmente realizamos un análisis histórico del origen de la figura del fideicomiso, profundizando en las diversas teorías que tratan de explicar su naturaleza jurídica, así como un repaso a sus elementos, características y tipos, que las leyes mexicanas establecen. Es importante señalar que los fideicomisos públicos son herramientas financieras que el Estado constituye para impulsar determinados fines de interés público.

Se presenta un primer avance de la investigación la cual se realizó de forma documental.

Palabras claves: Fideicomiso, herramienta jurídica financiera, protección de activos.

²⁷ Dra. Cynthia Zaraith Orozco Atondo. Universidad de Sonora. Email: cynthia.ozco@unison.mx

²⁸ Dra. Alma Iliana García Cañedo. Universidad de Sonora. Email: liana.garcia@unison.mx

²⁹ Dra. Altayra Geraldine Ozuna Beltrán. Universidad de Sonora. Email: altayra.ozuna@unison.mx

Introducción

En la presente investigación se explica lo relacionado con la administración de fideicomisos como herramienta para la transparencia de bienes públicos en el estado de Sonora. Los fideicomisos pueden desarrollarse en todas las regiones, federales, estatales, municipales. Su finalidad, es cumplir, con un Fideicomitente, transfiriendo bienes para conformar un patrimonio autónomo, que será administrado por el Fiduciario. Según, (Banco Panamá, 2013)

Por otra parte, un factor muy alarmante, que enfrenta los fideicomisos, públicos, es el desconocimiento, del funcionamiento, beneficios y la figura mercantil, por parte de los servidores públicos, debido a que no les queda claro la función que tiene cada uno de los involucrados en la conformación de la administración de fideicomisos.

Es importante entonces, que en la formación de un fideicomiso participen de manera directa y formal el Fideicomitente, Fideicomisario y Fiduciario para transparentar el funcionamiento de los bienes.

Por consiguiente, en este primer avance se presenta la información que se recolecto, analizada para conceptualizar y definir detalladamente la información.

Desarrollo

Es importante resaltar que para hacer una descripción de fideicomiso, se tiene que hacer mención, desde la época en que se hablaba de la palabra fideicomiso.

A partir del siglo V a C, el derecho Romano existió en las diferentes épocas de la antigua sociedad romana, conceptualizando, como: el conjunto de normas y leyes que regían en esos tiempos. (Enciclopedia Humanidades, 2016)

Entonces, en el derecho Romano, se consideraba ya el fideicomiso dentro de las sucesiones, palabra que deriva del latín “succesio” que significa acción de suceder; y suceder a su vez proviene de “succedere” que quiere decir seguir una persona a otra. En el orden jurídico, sucesión implica la transmisión de bienes, derechos y obligaciones de un sujeto a otro. (Luna Guerra, 2003/2017, p.8)

Concepto de Fideicomiso.

Fideicomiso, es un contrato cuyos elementos principales son los sujetos (Fideicomitente, Fideicomisario y Fiduciario) y la forma (siempre debe constar por escrito) dicho de otra manera, es un

contrato de fideicomiso entre el fiduciario y fideicomitente y ese contrato es elevado a escritura pública. (González Pérez, 2004, p. 28)

Bajo este panorama, se puede decir que es una entidad con personalidad jurídica propia que permite administrar el patrimonio del sector público. Así como también, proporcionar a la administración pública normas y leyes que transparenten los registros ante un Fideicomitente, Fideicomisario y Fiduciario.

Entonces, Fiduciario, es una institución financiera (banco) autorizado por la Secretaria de Hacienda, que se encargará de administrar el fideicomiso, es decir los bienes y/o efectivo que aporte el fideicomitente.

Fideicomitente, es aquella persona física y moral que aporta bienes o dinero para formar un fideicomiso.

Fideicomisario, es aquella persona física o moral que va recibir los beneficios o rendimientos del fideicomiso, es decir, utilidades. Lo siguientes es cómo está conformado un fideicomiso:



Figura 1. Elaboración propia, cómo se integra un fideicomiso de forma general.

Fideicomisos públicos en Sonora.

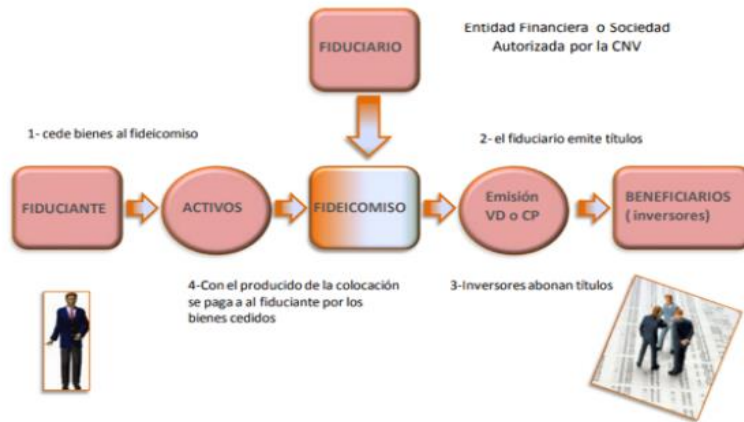
De acuerdo a su naturaleza, un fideicomiso aportará a los interesados bienes y/o recursos financieros. Los fideicomisos públicos anteceden desde 1932 como una operación de derecho privado, desde entonces, la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito vigente desde entonces, y a partir del

artículo 381 regula esta figura, considerándola como contrato jurídico mercantil y financiero. Para el sector público existe decreto en el diario oficial y establece los lineamientos que deberán observar las dependencias y entidades de la administración pública para el control, la rendición de cuentas e informes y la comprobación del manejo transparente de los recursos públicos otorgados a fideicomisos, o contratos análogos. (Carrillo Cisneros et al., 2020, p.94)

Por consiguiente, es responsabilidad del fideicomitente transferir la información correspondiente, al fiduciario determinado o elegido según sea el caso, la propiedad o titularidad de los bienes, derechos o recursos, que establecen los lineamientos antes mencionados, para cumplir con el control y el manejo correcto de la transparencia de los bienes públicos.

Ejemplo: Fideicomiso público, debe de reunir ciertas características, tales como: el fiduciario debe, necesariamente ser una entidad Financiera o una sociedad especialmente autorizada por la Comisión Nacional de Valores para actuar en tal carácter. (Terranova I, 2011, p8)

Estructura Orgánica.



Los bienes de l

un fideicomiso, se le

denomina comite tecnico. Este, a su vez esta integrado de la siguiente forma:



Figura 3. Elaboración propia, cómo se integra un Comité Técnico

Problemática que enfrentan los fideicomisos públicos.

Se puede considerar que, en los fideicomisos, su principal problema es la liquidez, debido a que el fideicomisario (gobierno federal, estatal y municipal) retira todos los recursos financieros que puedan existir en los fideicomisos.

Características de los fideicomisos.

Las Principales características que se consideran de un fideicomiso, son: son:

- Ofrece confianza y tranquilidad.
- El fideicomitente elige al fiduciario y evalúa la trayectoria de trabajo y que sepa cumplir sus metas con excelencia y entusiasmo. Por otra parte, el fiduciario, investiga los bienes que estarán bajo su responsabilidad. (Mundaca Torres, 2017)
- Debe de existir un fiduciante y un fiduciario.
- Una vez realizado el consenso se crea el compromiso.
- El fiduciario tiene derecho al reembolso.
- El contrato debe cumplirse conforme la ley.
- El plazo y los fines de porque se constituye el fideicomiso.

- Un fideicomiso se forma para fortalecer las finanzas públicas.

Ventajas y desventajas de los fideicomisos.

Ventajas.

- Ofrece transparencia y rendición de cuentas.
- No se pueden embargar los bienes.
- Existe un departamento de contabilidad
- Se realizan auditorías para transparentar los recursos.
- Los fines por lo que fue creado el fideicomiso pueden ser ilimitados siempre y cuando estos sean lícitos.
- El fiduciario debe rendir cuenta.
El fideicomiso debe reunirse por lo menos 4 veces por año con el comité técnico, para informar el movimiento de los recursos y se fortalecen los acuerdos.
- Tiene una Administración estratégica bien planeada.
- Hay seguridad en sus fondos, debido a que son transparentes.
- Puede invertir para generar rendimientos.

Desventajas.

- No se puede evadir impuestos.
- Debe contar con un diseño adecuado.
- Debe contar con asesoría legal y fiscal para que funcione correctamente.
- Viabilidad económica (costo/beneficio). (Fundación de investigación para el desarrollo profesional, 2018)

Riesgos de los fideicomisos en México.

Un fideicomiso público es un contrato que las entidades gubernamentales constituyen para administrar recursos y responder a fines específicos que requieren contar con recursos independientemente del ciclo presupuestal. De acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). La mayor parte de los fideicomisos opera con un comité técnico, en el cual participan representantes de las dependencias u oficinas involucradas en el propósito del fideicomiso. Los comités técnicos tienen como función discutir y valorar la entrega de los apoyos a cargo del fideicomiso respectivo. Las decisiones que toman los comités técnicos disminuyen las decisiones unipersonales.

Por lo tanto:

1. Proceso de extinción, que esta podría ser financieramente (retiro de apoyos), jurídicamente, controles inadecuados (mala administración). (Centro de investigación de política pública., 2022)
2. Operativo, por fallas en los procesos, en la tecnología y en las personas.
3. Mala ubicación, de tal manera que en un lado está la operación y la administración en otro, prestando esto a malos manejos de los recursos financieros.
4. Redacción, que el contrato esté mal redactado y no se den cuenta ninguna de las partes.
5. Fideicomiso sin fiduciario, no se hace la figura porque para que exista el fideicomiso deben existir: Fideicomitente, entrega el dinero o bienes, fideicomisario, recibe los beneficios del fideicomiso, y el fiduciario administra los bienes o dinero aportados por el fideicomitente.
6. Emergente, cambios en el medio ambiente, tales como: ambiente demográfico, tecnológico y condiciones económicas y sociales.
7. Reputacional, mala imagen del fideicomiso por el mal manejo de los recursos.
8. Legal, por incumplimiento a las obligaciones contractuales y normativas derivadas de la administración del fideicomiso frente al fideicomitente. (Análisis de riesgos en la estructuración de fideicomisos - mundo fiduciario, s.f.

El fideicomiso público debe de ser controlado.

El control debe ser por el fin que persigue, por fondos públicos que manejan, por la naturaleza jurídica y por su propio patrimonio. auditados por:

- Instituto Superior de Auditoría y Fiscalización, ISAF), este fiscaliza el gasto por parte del congreso del estado.
- Contraloría de gobierno, verifica los controles del fideicomiso.

El uso de la figura del fideicomiso público debe ser acorde con los resultados que se persiguen y la consecuente satisfacción del fin público. Su control permitirá evitar la ineficiencia administrativa, la corrupción y la discrecionalidad. (Locker, 2019)

La administración.

La administración en los fideicomisos, está fundamentada en lograr realizar actividades reales, vinculadas a cumplir obligaciones planeadas estratégicamente, sirviendo con ello, como herramienta para transparentar el manejo de los bienes públicos.

Por otra parte, los fideicomisos públicos son considerados paraestatales y fueron creados por los gobiernos; federales, estatales y municipales, para un fin específico, que conlleven a crear sinergia para lograr a mediano y largo plazo sus objetivos, tales como: fomentar el desarrollo económico y social, 3 con el manejo de recursos, asignados por el gobierno y estos son administradas a través de fiduciarios.

Por otra parte, se tiene otros que no son considerados no paraestatales, estos no tienen una estructura formal.

Tabla: 2 Fideicomisos manejados por instituciones de crédito Bancario (Fideicomisos en México, 2020)

	Año	2019	2020	2021
	Fiduciario	Número de fideicomisos que manejan los fiduciarios.	Número de fideicomisos que manejan los fiduciarios.	Número de fideicomisos que manejan los fiduciarios.
	1	10	9	7
	1	31	31	29
	1	19	18	18
	1	18	17	15
	1	4	4	4
Total	5	82	79	73

Objetivo de los fideicomisos públicos.

Enajenar, arrendar o en su caso la administración para transparentar los recursos públicos de los fideicomisos.

Objetivos específicos de los fideicomisos.

- Vigilar que los recursos que se pasaran al gobierno sean en tiempo y forma.
- Controlar los cobros y deudas que se tengan.
- Informar el buen manejo de los recursos al comité técnico.

Método.

En el gobierno del estado de sonora, los fideicomisos durante años tuvieron mucho auge debido al beneficio que aportaron a las diferentes administraciones. Actualmente, se cuenta aún con 8 fideicomisos según la página de la transparencia y rendición de cuentas del gobierno del estado de Sonora.



The image shows a screenshot of the 'GOBIERNO DE SONORA TRANSPARENCIA SONORA' website. The navigation bar includes 'Inicio', 'Transparencia', and 'Información Pública'. The breadcrumb trail reads 'Inicio / Información Pública / Organismos / Fondos y/o Fideicomisos'. The main content area is titled 'Tipos de Organismos' and 'Fondos y/o Fideicomisos'. On the left, there is a graphic for 'UNIDAD DE TRANSPARENCIA E INFORMACIÓN' with the text 'Te decimos paso a paso como solicitar información a los sujetos obligados' and an illustration of a person on a sofa. Below the graphic is a button that says 'Informate aquí →'. The list of trusts includes:

- Fideicomiso Fondo Revolvente
- Fideicomiso Maestro Para el Financiamiento del Sector Agropecuario en Sonora
- Fideicomiso Puente Colorado
- Fondo de Operación de Obra Sonora Si
- Fondo Estatal de Solidaridad
- Fondo Estatal Para la Modernización del Transporte
- Operadora de Proyectos Estratégicos del Estado de Sonora
- Progreso Fideicomiso Promotor Urbano de Sonora

Fuente 2: Portal de transparencia y rendición de cuentas del Estado de Sonora.

Es importante aclarar, que los fideicomisos son creados para hacer un fin que el gobierno no puede hacer.

Ejemplo: no puede realizar todos aquellos negocios en los cuales tenga que trasladarse impuestos, debido a que el gobierno no puede facturar y lo hace a través de un fideicomiso.

Un negocio para el gobierno es:

El arrendamiento de edificios públicos, pero este no podrá trasladar impuesto porque no puede facturar a las personas tanto física como moral a las que les rente y el dinero que se recibe de esas rentas se convierte en dinero público. En donde su ganancia se determina de acuerdo a: Ventas - Costos y gastos = Utilidad.

Conclusión del Primer Avance y Enfoque de la investigación.

En esta primera etapa de la investigación, fue realizada de manera cualitativa, ya que está, accede a las experiencias, interacciones y documentos en un contexto natural y en una manera que deje espacio para las particularidades de esas experiencias, interacciones y documentos y de los materiales en lo que se estudian. Además, parte de la idea de que los métodos y las teorías deben ser apropiadas para lo que se estudia. si los métodos existentes no encajan en un problema o campo concreto se adaptan o se desarrollan nuevos métodos y enfoques. (Kvale, 2011)

Por lo tanto, el enfoque considerado en este estudio será de modo cualitativo, porque se pretende aparte de recolectar, analizar, explicar, conceptualizar y definir detalladamente la información de 2 de 8 fideicomisos en lo relacionado con la administración y operación de los bienes públicos, evaluando la información obtenida de la experiencia de cada una los administradores financieros que se entrevistaran tanto de la institución bancaria como los que fueron funcionarios de gobierno.

Referencias.

1. Transparencia en fideicomisos públicos. (2016). Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399690>
2. Gobierno, E. d. S. (2023, 8 de septiembre). Transparencia. Portal de transparencia. <https://portaltransparencia.sonora.gob.mx/ley-de-transparencia>
3. Banco Panama, S. (2013, 4 de septiembre). 03 - objeto y características del fideicomiso

4. central fiduciaria. Central Fiduciaria. <https://www.centraalfiduciaria.com/objeto-https://repositorio.unitec.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/8930/11143195-11153111-julio2013-m01-t.pdf?sequence=1&isAllowed=ycharacteristicas-fideicomiso>
5. Enciclopedia Humanidades. (2016). Derecho romano. Equipo Editorial Etecé. <https://humanidades.com/derecho-romano/>
6. Luna Guerra, A. (2017). Régimen legal y fiscal del fideicomiso (10a ed.). Isef. https://www.academia.edu/40900169/REGIMEN_LEGAL_Y_FISCAL_DE_L_FIDEICOMISO (Obra original publicada en 2003)
7. González Pérez, A. (2004). El fideicomiso en México y sus ventajas como instrumento aplicable en un proyecto de inversión [Maestría, Tecnológico de Monterrey]. <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/568881>
8. Carrillo Cisneros, E., Ruiz León, A. A., & Ibarra Morales, L. E. (2020). El fideicomiso público estatal del impuesto de fomento al turismo: Identificación en la estructura de la red del flujo financiero y su exigua transparencia. Scielo, 7, Artículo 19. <https://www.scielo.org.mx/pdf/tcg/v7n19/2448-6388-tcg-7-19-88.pdf>
9. Terranova, I. (2011). Fideicomiso como herramienta financiera (p. 8). Recuperado de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/5189/terranoafideicomisocomoherramienta-financiera.pdf

Una Reflexión sobre alfabetización Financiera en Estudiantes Universitarios; Caso Programa de Contaduría Pública UPTC

Gloria Mercedes Manrique Joya³⁰

Francy Liliana Jerez Gil³¹

Resumen

Las finanzas son parte fundamental de la sostenibilidad empresarial e individual, es así, que durante el ciclo de formación universitaria se debe evidenciar una evolución en el grado de conocimientos económicos y financieros, que contribuyan a la toma de decisiones asertivas profesionales o personales. El objetivo de la investigación, es reflexionar sobre la alfabetización financiera (AF), en los estudiantes Universitarios, caso programa de Contaduría Pública de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - UPTC, en la Sede Tunja (Boyacá-Colombia); utilizando una metodología descriptiva, con la aplicación aleatoria de encuestas a estudiantes de los diez semestres académicos que hacen parte del plan de estudios del programa, en temas relacionados con tasa de interés, inflación, riesgo, endeudamiento y finanzas; se llegó a resultados que indica deficiencias de conocimiento en los aspectos financieros evaluados; especialmente en control del riesgo, manejo de tasas de interés compuestas o mixtas, lo que constituye una referencia en el análisis curricular para fortalecer la formación en el área financiera.

Palabras Claves: Alfabetización financiera, Finanzas, Estudiantes Universitarios

Marco Teórico

Para Lusardi y Mitchell (2016), la crisis financiera mundial, dejó al descubierto la generalizada falta de conocimiento financiero; de acuerdo con la OCDE (2005), para cubrir estas necesidades, se desarrollan

³⁰ Economista, Especialista en Finanzas, Mg. En Dirección y Asesoramiento Financiero, Mg. en Economía, Doctorando en Economía, Pobreza y Desarrollo Social, docente investigador UPTC, categorizado Min Ciencias, correo electrónico; gloriamercedes.manrique@uptc.edu.co.

³¹

*

programas específicos a fin de “identificar a los individuos que más necesitan educación financiera y las formas adecuadas de mejorar la educación.

Los estudios sobre AF, se han incrementado en las últimas décadas, disponiendo de mediciones y modelos para explicar comportamientos y establecer relaciones causales con determinadas variables; aportando evidencia de diversos países, para establecer programas a fin de elevar las competencias financieras en la población (Montaña y Ferrada; 2021).

García-Bohórquez, et al., (2013); Financiera (2017), OECD (2005), consideran la AF, como un medio eficaz, para que las personas accedan a un sistema financiero complejo, mediante conocimientos apropiados para tomar decisiones favorables en cuanto a conceptos, productos, riesgo y oportunidades, condiciones de vida presentes y futuras.

Para la OECD (2005), la educación económica y financiera (EEF), refiere al proceso por el cual las personas mejoran su comprensión de los conceptos, los riesgos, los productos y servicios financieros, desarrollan habilidades, confianza para ser más conscientes de las decisiones, en pro de su bienestar y de la eficacia para administrar los recursos financieros personales y familiares (Morales; 2010).

Raccanello y Herrera (2014), encuentran que la falta de inclusión financiera se atribuye a distintos factores relacionados con la demanda y con la oferta de servicios financieros, el uso de los servicios y productos financieros es un motor de crecimiento económico para las economías, contribuye con el alivio de la pobreza, el progreso social y el desarrollo sostenible. (García, et al.,2013).

Para Gempp, et al (2007), los estudios de Alfabetización Económica (AE), deben entregar a los individuos herramientas para entender su mundo económico, interpretar los eventos que pueden afectarlos directa o indirectamente y optimizar sus decisiones personales y sociales sobre la multitud de problemas económicos que se encuentran en la vida cotidiana; por la misma vía, García-Bohórquez, Acosta-Pardo y Rueda-Gil (2013), Montaña y Ferrada (2021), Coria y Tapia (2003), señala que en la mayoría de los estudios relacionados con AF, se enfocan a evaluar conocimientos, actitudes, planeación del manejo del dinero endeudamiento.

En, Montaña y Ferrada (2021), se muestran diversas investigaciones que miden la AF (Tabla 1):

Tabla 1: Investigaciones sobre alfabetización financiera

Autor	Estudio realizado
García et al. (2015)	Trabajo pionero que revela importantes carencias de conocimientos financieros, principalmente en las personas de ingresos bajos y en mujeres.
García et al. (2015)	Medición que reveló que las mayores brechas de AF, se asocian con el nivel educativo y de ingreso.
García et al. (2015)	Para Estados Unidos, ser hombre, tener más años de vida, mayor nivel educativo y mejor nivel de ingresos se traducen en un nivel más alto de alfabetización financiera” (p. 19).
Cole, Sampson y Zia (2009, citado por García et al., 2015)	En India e Indonesia, el Banco Mundial, evidencian que “los hogares con mayores niveles de alfabetización financiera son aquellos con un gasto per cápita alto y puntajes elevados en la prueba de habilidades cognitivas” (p. 20).
Lusardi y Mitchell (2011)	En EEUU y otros países, la educación financiera es particularmente baja en personas mayores, menos educadas, mujeres y jóvenes; que en los hispanos y los afroamericanos.
Atkinson y Messy (2012)	Comparan la alfabetización financiera en 14 países, confirmando importantes niveles de analfabetismo financiero, según lo indican Lusardi y Mitchell (2016).
Mottola (2013)	En Estados Unidos, quienes tenían menor grado de alfabetización financiera eran más propensos a involucrarse en un uso costoso de sus tarjetas de crédito.

Elaboración propia a partir de Montaña, Virginia, & Ferrada, Luz María. (2021). Alfabetización financiera: Un Desafío Pendiente en la Educación Técnica Superior.

En particular para Colombia, Tenjo y Mejía (2019), la AF es baja, la población aún carece de los conocimientos y habilidades financieras mínimos requeridos para la toma de decisiones responsables (Tabla 2).

Tabla 2: Enfoques y principales resultados de la encuesta de medición de capacidades financieras de Colombia 2019.

Enfoque	Resultado
Administración diaria del dinero y planificación financiera	Los planes para cubrir gastos importantes son limitados: apenas el 20% de los colombianos considera que podría financiar un gasto imprevisto importante y menos de la mitad de la población de menos de 60 años ha tomado recaudos para poder pagar la totalidad de sus gastos durante la vejez
Decisiones sobre productos financieros y conocimientos financieros	El uso de la mayoría de los productos financieros formales sigue siendo limitada: casi las tres cuartas partes de la población no utiliza productos de ahorro y, dado que existen pocas formas de absorber las crisis

	financieras, casi dos tercios de la población colombiana declara no haber tenido suficiente dinero para cubrir gastos básicos.
Variaciones de las capacidades financieras	Casi la mitad de la población responde a dos perfiles: “administradores de dinero vulnerables” y “administradores de dinero de bajos ingresos prudentes”.
Comparaciones internacionales	Los colombianos muestran comportamientos sólidos en lo que respecta a planificación presupuestaria y una marcada orientación al logro de objetivos, pero una capacidad relativamente limitada a la hora de controlar los gastos y de ahorrar fondos para cubrir gastos imprevistos. A las preguntas relacionadas con operaciones matemáticas, el valor del dinero en el tiempo y el concepto de interés que se paga sobre un préstamo coincidió con el de otros países encuestados. Sin embargo, respondieron correctamente menos preguntas sobre el cálculo de tasas de interés.
Nexos entre las capacidades financieras y la inclusión financiera	El mayor nivel de conocimientos financieros se asocia al uso de cuentas bancarias y que un mayor nivel de capacidades financieras se relaciona con una mayor probabilidad de utilizar productos de ahorro y crédito formal.

Elaboración propia a partir de Tenjo, María Fernanda, & Mejía, Diana (2021). Encuesta de medición de capacidades financieras de Colombia 2019. Caracas: Superintendencia Financiera de Colombia y CAF.

En la población joven tanto en Colombia como en EEUU y otros países, la educación y el comportamiento financiero es precario y se asocia a grupos vulnerables y nivel educativo (Lusardi, Wallace; 2013), al igual la medición presenta sesgo producto del comportamiento de los individuos (West;2012).

De esta manera, la AF, se ha fortalecido como campo de investigación académica (Ramos et al.,2017), el interés por adoptar una estrategia nacional, se consolida como un medio para impactar efectivamente la vida cotidiana de los colombianos, además de otorgarles las herramientas necesarias para una mejor toma de decisiones económicas y financieras (García et al.; 2013).

Metodología

El estudio se realiza bajo un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo, que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis particular (Hernández, et al., 2010; p.80), para el caso, los estudiantes de Contaduría Pública de la UPTC, en relación a los conocimientos con que llegan y adquieren

en su formación universitaria, a través de la recolección de información de manera independiente o grupal, acerca de conceptos relacionadas con interés compuesto, inflación y riesgo, endeudamiento, finanzas. Para explorar sobre la AF en los estudiantes objeto de estudio, se diseñó una encuesta que incluyen preguntas estándar diseñadas por Lusardi y Mitchell (2011), utilizada en estudios acerca del tema en varios países y a ajustado a mediciones de la OCDE, instrumento testado en varios países. La aplicación fue voluntaria y aleatoria, a 150 estudiantes de los diez semestres que integran la malla curricular del programa de Contaduría Pública de la UPTC, de estas se excluyeron cinco (5) encuestas, teniendo como criterio la información incompleta en el formulario. La información recolectada tiene como fin de evaluar la evolución de los conocimientos relacionados con aspectos financieros y poder realizar reflexiones acerca de los mismos, que permitan identificar elementos de mejora para fortalecer la enseñanza en la institución, fortaleciendo competencias de egreso frente a los requerimientos del mercado y la sociedad.

Discusión de Resultados

Dentro de la muestra objeto de estudio se encontró que el 68% de los entrevistados son mujeres y el 32% hombres, los rangos de edad de mayor concentración son entre 21 a 25 años (46%) y 15 a 20 años (42%), en menor proporción estudiantes con edades superiores a 25 años (Ver tabla 3). Se destaca en la población estudiantil, que la mayoría presenta inserción a la vida laboral, la jornada en la que realizan sus estudios es nocturna.

Tabla 3: *Caracterización General de la Población Encuestada*

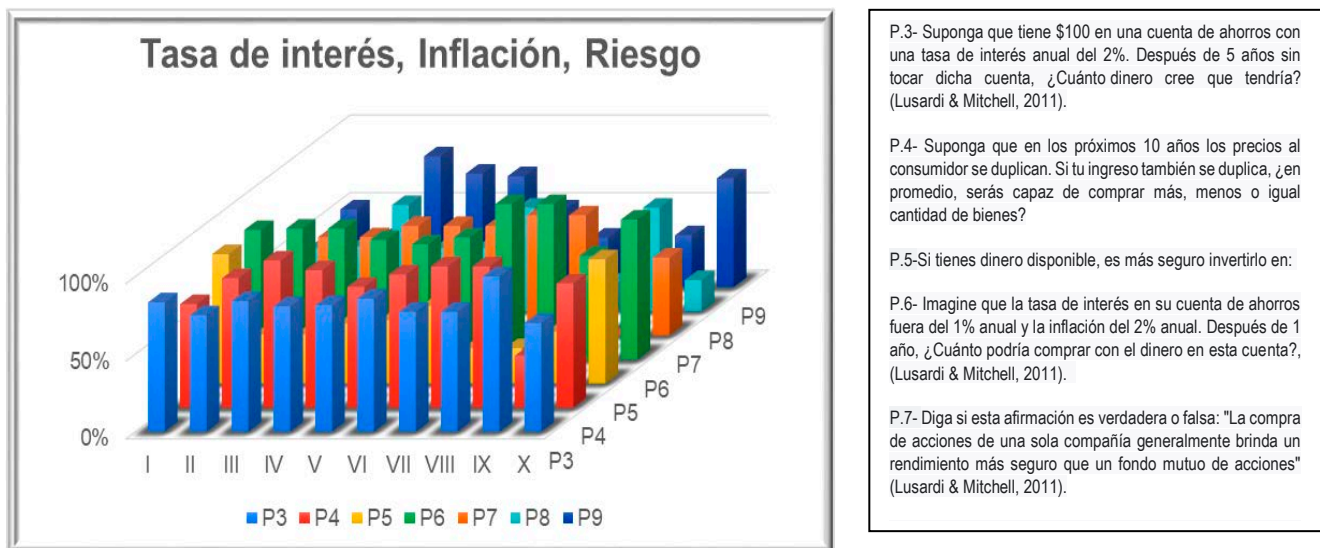
GENERO		
Mujer	99	68%
Hombre	46	32%
Encuestas Válidas	145	
RANGOS DE EDAD		
Entre 15 a 20 años		43%
Entre 21 25 años		46%
Entre 26 a 30 años		10%
Más de 30 años		1%
Pormedio de Repuestas Correctas		63%

Nota: datos tomados de la encuesta

Tasa de Interés, Inflación, Riesgo

El resultado para esta sección de preguntas permite evidenciar un nivel promedio de asertividad del 82%, lo que indica especial conocimiento en los cuestionamientos referidos a tasa de interés e inflación; sin embargo, contrario a lo expresado en Saldarriaga (2018), en los estudiantes de Contaduría Pública encuestados se denota un porcentaje de respuestas correctas menor en un 38% en relación con los demás temas consultados, implicando con ello deficiencias en el saber financiero dado que este no está actuando como desarrollador de capacidades financieras para mitigar el riesgo. Comportamiento deficiente, que se describe a lo largo de los semestres, como se refleja en las preguntas P.5; P.7, P.8, con leves mejorías en los semestres intermedios (ver Figura 1).

Figura 1: Sección de preguntas relacionadas con tasa de interés, inflación, riesgo



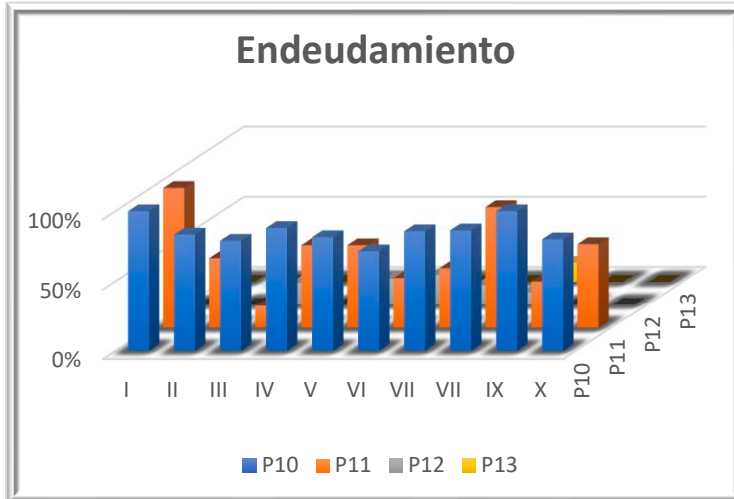
Nota: La figura muestra los resultados a las preguntas evidenciadas en la parte derecha de la misma, y que fueron formuladas para evaluar el conocimiento de los estudiantes en temas relacionados con: tasa de interés, inflación y riesgo. Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Endeudamiento

En la Figura 2, se muestran los hallazgos referidos al endeudamiento, donde se deduce un conocimiento general de tasas de interés entre el 54% y 85%, pero es preocupante el desconocimiento de tasas de interés compuestas y decisiones de obtención de recursos; resultados contrastados con los estudios presentados por Gómez (2019), para población universitaria de pregrado y posgrado

afines a las Ciencias Económicas y Administrativas, donde también se revelan situaciones alarmantes con el manejo de este tipo de tasas de interés.

Figura 2: Sección de preguntas relacionadas con endeudamiento



P.10- Frente a un ingreso mensual de \$ 3.500.000,00, en el que los gastos equivalen al 40% y el pago de otras obligaciones suman un 25% más, ¿cuál es el saldo del periodo?

P.11 Si desea tomar un endeudamiento de largo plazo, la tasa de interés que debería elegir para disminuir el riesgo es:

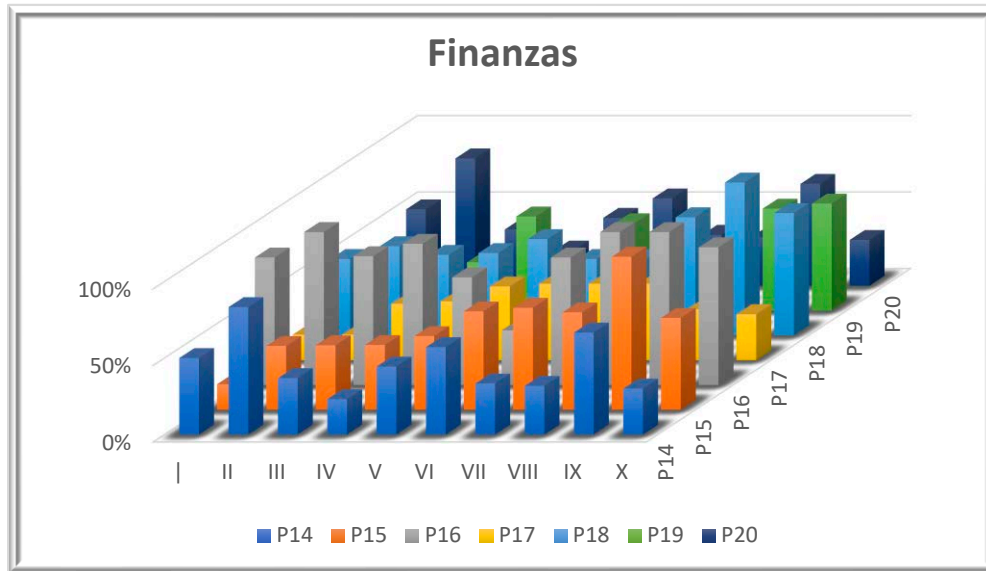
P.12- Frente a un endeudamiento que otorga una tasa equivalente al IPC + 4% efectiva anual, teniendo en cuenta que el IPC del periodo es del 12,5%, el costo de la operación es:

Nota: La figura muestra los resultados a las preguntas evidenciadas en la parte derecha de la misma, y que fueron formuladas para evaluar el conocimiento de los estudiantes en relación a decisiones de endeudamiento. Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Finanzas

En referencia al apartado de finanzas, se observa una menor dispersión en los mismos, los estudiantes presentan una mejor aprehensión en cuanto a interpretación de decisiones, aún se hace necesario reforzar conceptos de amortizaciones, análisis financiero y gerencia financiera (ver figura 3), lo interesante de las preguntas del apartado es que, se denota robustez en los resultados, a partir de los semestres intermedios de la carrera donde se concentra la formación en el área.

Figura 3: Sección de preguntas relacionadas con finanzas



P.14- Usted compra un artículo cuyo precio incluido el IVA, equivale a \$250.000 pesos. Si el IVA pagado es del 19% del valor del producto. ¿cuál es el valor del producto antes de IVA?

P.15- Una empresa con dificultades de efectivo y bajas posibilidades de financiación de corto plazo, evalúa la posibilidad de realizar inversiones. Después de analizar las oportunidades de inversión, usted como gerente financiero de la firma, se acerca a la junta directiva y les propone financiar misma con:

P.16- Si sus gastos mensuales equivalen al 50% de sus ingresos y suman \$ 830.000, oo, el valor del ingreso es de:

P.17- Una empresa realiza un préstamo de \$100.000.000 para para la compra de un local. El préstamo se concede a 5 años con una tasa de interés del 20 % efectivo anual y se debe pagar en amortizaciones fijas de capital de forma anual. Los intereses se pagan junto a los abonos a capital cada año. Como gerente financiero de la empresa, usted establece que el efecto del pago de esta deuda en el primer año, en el estado de resultados, genera un aumento de:

P.18- La compañía ABC adquiere maquinaria a crédito por valor de \$60.000.000. En el estado de situación financiera, la anterior decisión reflejará un aumento del

P.19-En un año de operación, la empresa El Cocuyo tuvo un índice de rotación de activos fijos (ingresos ventas / activos fijos) de 6 veces al año, con un nivel de activos fijos por valor de \$100.000.000. En el próximo periodo, la gerencia incrementará los activos fijos en 50 %. Por consiguiente, para mantener el mismo índice de rotación de activos el valor de los ingresos por ventas debe ser (considerar año comercial de 360 días):

P.20- La estructura de capital de una empresa está conformada por 50% de recursos propios y 50% de deudas, siendo el costo de las deudas mayor al de los recursos propios. Si, La empresa paga el60 % de sus deudas, por consiguiente, el CPPC (costo promedio ponderado de capital) y el valor de la organización se modifican así:

Nota: La figura muestra los resultados a las preguntas evidenciadas en la parte derecha de la misma, y que fueron formuladas para evaluar el conocimiento de los estudiantes en finanzas. Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en el caso de estudio, se constituyen en un elemento de reflexión curricular que permita integrar conocimientos en el desarrollo de las asignaturas del área, teniendo como propósito la generación de externalidades positivas sobre los grupos de interés en los que impactan

los profesionales de Contaduría Pública de la UPTC; al igual, que lograr una efectiva contribución en la alfabetización financiera de los jóvenes universitarios de la UPTC, en contribución a cambios en el entorno económico regional y global.

Bibliografía

- Coria, M. D., & Tapia, M. P. (2003). Género y alfabetización económica: ¿oportunidades de desarrollo o nuevos caminos para la discriminación? *Psicología desde el Caribe*, (12), 76-97.
- Financiera, e. (2017). Estudio de alfabetización y comportamiento financiero en Chile.
- García-Bohórquez, N., Acosta-Pardo, F. A., & Rueda-Gil, J. L. (2013). Determinantes de la alfabetización financiera de la población bogotana bancarizada. *Borradores de Economía*; No. 792.
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). N° 12. La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas.
- Gempp, R., Denegri, M., Caripán, N., Catalán, V., Hermosilla, S., & Caprile, C. (2007). Desarrollo del Test de Alfabetización Económica para adultos TAE-A-25. *Revista Interamericana de psicología/Interamerican Journal of psychology*, 41(3), 275-284.
- Gómez, D. (2019). *alfabetización financiera en la población universitaria de alfabetización financiera en la población universitaria de estudio*. maestría en finanzas corporativas mfc13: colegio de estudios superiores de administración – cesa. obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/3989/MFC_1076622758_2019_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hérmendez, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Vol. 5ta Edición). México D.F: Editorial Mc Graw Hill.
- Lusardi, A., & Mitchell, o. (2011). Financial Literacy Around the World: An Overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 497-508.
- Lusardi, A., & Wallace, D. (2013). Financial literacy and quantitative reasoning in the high school and college classroom. *Numeracy*, 6(2), 1.
- Montaña, Virginia, & Ferrada, Luz María. (2021). Alfabetización financiera: Un Desafío

- Pendiente en la Educación Técnica Superior. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 20(44), 126-148. <https://dx.doi.org/10.21703/0718-5162.v20.n43.2021.008>
- Morales Dinamarca, T. A. (2010). *Mejores Prácticas de Educación Financiera Aplicadas a Productos de Crédito en el Mercado Chileno*
- OCDE. (2005). *Recomendaciones sobre los principios y buenas prácticas para la educación y concientización financieras*. Paris.
- Raccanello, K., & Herrera, E. (2014). Educación e inclusión financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 44(2), 119-141.
- Ramos Hernández, J. J., García Santillán, A., & Moreno García, E. (2017). Educación financiera: una aproximación teórica desde la percepción, conocimiento, habilidad, y uso y aplicación de los instrumentos financieros.
- Saldarriaga, C. (2018). Conocimientos financieros y capacidades financieras en colaboradores de una organización del Noreste Colombiano, *Valor Contable*. 2, 58-73. doi:10.17162/rivc.v5i1.1250
- Tenjo, María Fernanda, & Mejía, Diana. (2021). Encuesta de medición de capacidades financieras de Colombia 2019. Caracas: Superintendencia Financiera de Colombia y CAF. Retrieved from <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1717>
<https://www.bancomundial.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/Capacidades%20Financieras%20en%20Colombia.pdf>
- West, J. (2012). Financial literacy education and behaviour unhinged: Combating bias and poor product design. *International Journal of Consumer Studies*, 36(5), 523-530.

Actitudes Financieras de Estudiantes de Ciencias Económico Administrativas de México

*Altayra Geraldine Ozuna Beltrán
Alma Iliana García Cañedo
Cynthia Zarith Orozco Atondo*

Resumen

En el presente estudio se trató de entender la percepción que tienen los estudiantes universitarios sobre las actitudes financieras que poseen. En base a la metodología utilizada se indica que fue un estudio cuantitativo, no experimental, transaccional y descriptivo. Se utilizó para la interpretación de los datos el programa SPSS Statistics versión 23 (Statistical Package for the Social Sciences). El instrumento se aplicó a 301 estudiantes, donde la mayoría son mujeres. La aplicación fue de manera virtual, a través de un formulario de google, mismo que se llevó a cabo con la autorización y consentimiento informado del docente participante del estudio, así mismo de las autoridades del plantel educativo.

Como resultado, se encontró que los estudiantes si cuentan con actitudes financieras de alfabetización financiera, economía estimada, estando fortalecidos en optimismo financiero. Así mismo, se contribuye con datos para realizar futuras investigaciones.

Palabras clave: Optimismo financiero, Educación financiera, Universidad.

Introducción

Antecedentes

En México, la cultura financiera no está tan desarrollada como en otros lugares; la disciplina es reconocida mundialmente por la contribución y el alcance que ha logrado al permitir a los países lograr un mayor crecimiento y economías más fuertes. Según la Oficina Federal de Ciencia, Tecnología e Información, el alcance de la educación económica para adultos en México difiere de países como Suecia, Noruega, Dinamarca, Gran Bretaña o Canadá, donde la educación se enmarca dentro de un campo específico. Entre el 67% y el 71% tienen conocimientos financieros; En México, solo el 32% de los adultos tiene conocimientos básicos de esta materia (INCyTU, 2018).

Cabe mencionar que es importante que la cultura financiera forme parte de la sociedad, traerá enormes beneficios ya que servirá como motor para una mejor calidad de vida de las personas y sus familias, así como mejores decisiones financieras y refleja mejor el resultado. 8 Por lo tanto, la educación se considera la clave para la inclusión económica, lo que significa que el camino para lograr este objetivo está en los jóvenes. La Universidad Autónoma de México y el Banco Nacional de México realizaron conjuntamente un estudio para comprender el nivel de educación financiera entre los jóvenes en México, el estudio encuestó a más de 3,200 jóvenes y los resultados mostraron que más de la mitad de ellos cree que la educación financiera es lo más importante para los jóvenes en México el nivel de habilidades financieras de las personas, sus finanzas no son administradas de ninguna manera, casi el 100% desconoce o desconoce los diversos productos financieros disponibles y solo utiliza el efectivo como método de pago, por lo que puede tener poco o ningún contacto con las instituciones financieras; en particular, más de la mitad (56%) de los encuestados dijeron que no les sobraba dinero, lo que les hacía imposible ahorrar.

La Comisión Nacional para la Protección y Protección de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) cree que es de suma importancia promover una cultura financiera para que las personas sepan tomar decisiones responsables e informadas en el largo plazo que contribuyan al bienestar de la sociedad Usuarios (BANSEFI, 2017). Por lo tanto, el propósito de este estudio es comprender la actitud económica de los estudiantes universitarios en economía administrativa.

Planteamiento del problema

Como se ha mencionado, en México la mayoría de los adultos no tienen cultura financiera suficiente como para obtener beneficios personales, y la mayoría de los jóvenes no parecen tener el interés suficiente de formarse en dicha materia. Lo que saca a relucir que quienes tengan interés por el tema es porque tienen cierta formación que les permite entender la importancia de la cultura financiera en la vida de alguien y en la economía de un país. Lo anterior, ha dado pie a que surjan posturas que estudien factores relacionados con la educación financiera, por ejemplo, las actitudes financieras relacionadas con el dinero, ahorro, deuda y comportamientos del consumidor (Von Stumm y col, 2013).

Las situaciones relacionadas con las actitudes, a pesar de que existe evidencia empírica que las relacionada con la cultura financiera, aún no ha quedado del todo claro cómo afecta a los estudiantes de educación superior.

A partir de lo anterior, se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la percepción de los estudiantes de educación superior sobre sus actitudes financieras?

Objetivo

Conocer la percepción de los estudiantes de educación superior sobre sus actitudes financieras a través de un estudio descriptivo para sugerir estrategias que ayuden a mejorar su estado actual.

Justificación

Dentro de las limitaciones de esta investigación se pueden encontrar aspectos como los sociales y económicos. Dado que, aunque el objeto de estudio son las personas dentro de una sola área esas personas deberán pertenecer a diferentes clases sociales y, dicho sea de paso, diferentes ingresos económicamente hablando.

Revisión Literaria

Actitudes Financieras

La actitud ha sido estudiada desde hace mucho por la psicología. Bajo este enfoque. Rokeach (1986) la define como un conjunto de creencias acerca de un objeto o situación en particular que nos predispone a responder de una manera preferencia.

En lo que respecta al tema de actitud financiera, Kasser (2002, p.137) afirma lo siguiente:

" Simplemente, cuando los individuos se acercan al comportamiento económico, algunos restringen sus compras mientras que otros compran todo lo que desean (es decir, la frugalidad), algunos comparten su dinero y sus posesiones, mientras que otros se guardan esto para sí mismos (es decir, generosidad), y otros quieren obtener una gran cantidad de dinero y posesiones materiales, mientras que otros se centran en diferentes esfuerzos (es decir, materialismo) "

Han surgido diferentes definiciones sobre las actitudes financiera. Primeramente, Denegri (2011) las define a como la posición subjetiva que los individuos adoptan respecto a la toma de decisiones económicas con el fin de satisfacer sus necesidades materiales. Mientras tanto para Yamani (1997) es

un constructo que hace referencia a aquel conjunto de creencias, habilidades y destrezas que permiten a los individuos comprender el entorno económico cercano y global para tomar decisiones eficientes de acuerdo a sus recursos financieros; coincidiendo con Buckles y Melican (2002) que sostienen que un individuo que tiene posee aptitud financiera es aquel que cuenta con herramientas mínimas para entender el mundo económico, analizar los eventos que pueden afectar directa e indirectamente y tomar decisiones sobre los problemas económicos cotidianos que se le presenten. Por otro lado, Herrera, Estrada y Denigri (2011) sostienen que esta variable consiste en un conjunto de juicios que evalúan los problemas económicos y pueden ser positivos, negativos o neutrales. Finalmente, Zabelina (2019) plantea que se refiere a la forma de actuar económicamente ante distintas situaciones, al uso eficiente del dinero y al uso correcto de los recursos con los que cuentan las personas.

Los autores mencionados anteriormente coinciden en que las actitudes financieras es de suma importancia ya que en base a los juicios de los individuos se toman decisiones que afectan la economía de las personas; es por ello que es imperante se estudien los factores que se involucran en la postura económicas.

Dimensiones de las actitudes financieras

Existen diversos autores, que han estudiado el tema, Alagoz (2014) dividió a la variable en dos categorías: actitud hacia las ciencias económicas y actitudes económicas sofisticadas. La primera categoría agrupa aspectos relacionados con el disfrutar la información económica y el análisis económico.

La segunda hace referencia a las actitudes de los individuos hacia temas como el cobro de intereses bancarios, así como la intervención del gobierno en los precios de la gasolina, las causas de la inflación, ganancias de los negocios y huelgas. Al contrario de Kasser (2002) que mide las actitudes financieras en base a nueve categorías: frugalidad que mide la prudencia hacia el uso de recursos económicos, generosidad, el materialismo, felicidad, ansiedad, autoestima, conducta de riesgo, conservación de los recursos ambientales y las ganancias imaginarias.

Guiso et al. (2002) miden a la variable con diferentes categorías. La primera de ellas se refiere a la postura tomada hacia los incentivos, desigualdad de ingresos, propiedad privada y la competencia. A lo anterior se le denomina la actitud hacia los mercados; otro aspecto valorado es la actitud hacia el ahorro, donde se les cuestiona a los individuos acerca de la importancia del ahorro en la niñez y por

último la actitud hacia la equidad de los mercados donde se mide las posturas frente a la pobreza, riqueza y el trabajo. A diferencia de Renneboog y Spaenjers (2012), que agrupan en siete categorías (ahorro, aversión al riesgo, locus interno, falta de responsabilidad, desconfianza, legado económico y el horizonte de tiempo.

Existen otras escalas para medirla, por ejemplo, Zabelina (2019), afirma que una de las dimensiones que la determinan es el *optimismo financiero*; el cual hace alusión a los pensamientos financieros a futuro que se tienen, tales como la idea poseer bienes materiales, el incremento de ingresos y la tendencia hacia el ahorro que, según Sakalaki (2005), debiera ser el valor más alto en la jerarquía de valores personales.

Otro de los factores es *la economía estimada* que mide las actitudes hacia la inversión, el consumo, el conocimiento sobre la inflación, la frecuencia de las donaciones, la competencia financiera y el conocimiento del entorno económico financiero. *La confianza hacia los actores o instituciones económicas financieras* también es otro factor que influye en la actitud; este refleja la actitud hacia las inversiones bancarias y si estas generan mayores beneficios que la inflación, y por último la actitud hacia el emprendimiento. Por último, el factor de *alfabetización financiera* el cual mide cuestionamientos acerca de la seguridad del futuro financiero, consumo, así como el análisis de inversiones bancarias.

Metodología

En el presente estudio, para su realización se utilizó un diseño metodológico de tipo cuantitativo que según Rojas (2013), los aspectos cuantitativos de una investigación se conciben como expresiones concretas de la situación a estudiar; por ello para poder cumplir el objetivo de la investigación, al igual Bernal (2016), menciona que su objetivo es la medición y la generalización de la variable. Aunado a lo anterior, su corte es transversal porque se recolecta la información una vez en el tiempo (Hernández et al., 2014). Así mismo, su diseño es no experimental, pues no se empleó ningún tipo de manipulación sobre las variables ni en la selección de los sujetos. Y de tipo descriptivo debido a que no se trata de relacionar las causas en el tiempo con algún otro fenómeno et al Veiga (2008).

Participantes

En este estudio se considera como población de estudio a tres instituciones, dos de superior y una de educación media superior en un estudio no probabilístico por conveniencia. Estuvo conformada por

los participantes que fueron 301 estudiantes, de los cuales 151 del sexo masculino y 150 del sexo femenino.

Instrumento

En el instrumento utilizado, primeramente, los estudiantes respondieron cuestiones sociodemográficas relativas a la edad, género, licenciatura, semestre, lengua originaria, ingreso familiar promedio al mes y si recibe la beca Benito Juárez.

Para la medición de las actitudes, se administró el cuestionario “diagnóstico de actitudes Financieras” elaborado por Zabelina (2019) para una investigación con estudiantes rusos. Cabe señalar que manejó una versión del cuestionario en español. El instrumento cuenta con un total de 16 ítems, que se midieron a través de una escala de tipo Likert 7 donde las opciones fueron: 1= totalmente en desacuerdo, 2= en desacuerdo, 3= ligeramente en desacuerdo, 4= ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 5= ligeramente de acuerdo, 6= de acuerdo y 7= totalmente de acuerdo.

Respecto a la confiabilidad del cuestionario, Zabelina (2019) encontró niveles altos de confiabilidad en Rusia: economía y optimismo financiero ($\alpha = 0.763$), actitudes de la economía estimada ($\alpha = 0.697$), confianza de los actores económicos ($\alpha = 0.691$) y actitudes de satisfacción y alfabetización en finanzas ($\alpha = 0.746$). Para esta investigación se encontraron niveles aceptables para economía y optimismo financiero ($\alpha = 0.688$), actitudes en la economía estimada ($\alpha = 0.648$), actitudes de satisfacción y alfabetización en finanzas ($\alpha = 0.646$).

Procedimiento

Diseño. El presente estudio se llevó a cabo bajo el enfoque cuantitativo, y los resultados supuestos se obtuvieron con la siguiente estructura descrita:

1. Se hizo un análisis de las escuelas de educación superior y media superior para conocer la cantidad de participantes.
2. Se realizó una petición de colaboración a las autoridades académicas correspondientes de cada una de las instituciones participantes, donde se dio a conocer el instrumento a aplicar, así como el consentimiento informado.
3. Se realizó una entrevista con el director y directora de la escuela para establecer fechas posibles para que los estudiantes respondieran el formulario.

4. A través del consentimiento informado, se les dio a conocer a los participantes del estudio sobre la relevancia de su participación, así como los pasos a seguir, siendo de carácter anónimo.
5. Obtenidos una vez todos los datos, se procedió a la revisión y organización, para elaborar la base de datos en el software SPSS Statistics versión 27 (Statistical Package for the Social Sciences).
6. Se realizó el análisis, interpretación de los resultados y elaboración del informe final.

Análisis de resultados

A continuación, se muestran los resultados descriptivos más relevantes de la presente investigación: El primer rubro, el 65% de los encuestados, tiene una edad que va desde los 15 años hasta los 20. El segundo grupo de edad, entran los estudiantes de 21 a 25 años, con un 31%. Por último, se encuentran los estudiantes con un rango de edad de 26 a 30, con un 2%.

Tabla 1: Edad de los sujetos

De 15 a 20 años	65
De 21 a 25 años	31
De 26 a 30 años	2
Total	100.00

En el ítem que hace referencia al género o sexo de cada participante, el 49% de todos los encuestados son del género femenino y el 51% del género masculino.

Tabla 2. Genero de los sujetos

Masculino	49
Femenino	51
Total	100,0

En lo que respecta a la licenciatura del estudiante, el 8% de los encuestados, son de la licenciatura en negocios internacionales (LANI), el 16% de ingeniería industrial, el 18% de ingeniería en sistemas de

calidad, el 13% corresponde a la licenciatura en contaduría pública, posteriormente le sigue la licenciatura en turismo con un 5%, ingeniería forestal con el 2%, psicología social con el 1%, sistemas computacionales 2%, derecho 3%.

Tabla 3: Licenciatura de los sujetos

LANI	8
Ingeniería Industrial	16
Sistemas de calidad	18
Contaduría Publica	13
Ingeniero Forestal	3
Otras carreras	45
Total	100,0

En lo que respecta a las actitudes financieras, se encontró una mayor media en optimismo financiero ($M = 4.77$, $DE = 1.13$), mientras que las actitudes hacia la alfabetización financiera ($M = 4.71$, $DE = 1.27$) y por último las actitudes hacia la economía estimada ($M = 4.63$, $DE = 1.02$). En términos generales, los estudiantes muestran una mayor inclinación hacia el optimismo financiero, las cuales según el modelo de Zabelina (2019) se refieren a las actitudes que forman convicción en los individuos que habrá prosperidad económica.

Tabla 4. Actitudes Financieras

	M	DE
Optimismo financiero	4.77	1.13
Actitudes hacia la economía estimada	4.63	1.02
Satisfacción y alfabetización en finanzas	4.71	1.27

Conclusiones y recomendaciones

Dando respuesta a la pregunta ¿Cuál es la percepción de los estudiantes de educación superior sobre sus actitudes financieras?, se comprobó que los estudiantes si poseen actitudes financieras de optimismo financiero, economía estimada y alfabetización financiera.

Que los estudiantes posean actitudes financieras positivas, está estrechamente relacionado con mayores niveles de bienestar financiero.

Respecto a las recomendaciones, para futuras investigaciones, se sugiere aplicar el cuestionario a una muestra probabilística, así como utilizar pruebas estadísticas que permitan establecer inferencias sobre las variables de estudio.

Referencias

Oficina de Información Científica y Tecnológica para el Congreso de la Unión. Educación Financiera en México. NOTA-INCyTU, Número 018, 1-6.

BANAMEX-UNAM. (marzo 2008). Primera encuesta sobre Cultura Financiera en México. Educación Financiera Banamex.

BANSEFI. (2016). Bansefi y la Educación Financiera. Gobierno de México, Banco del Bienestar Sitio web: <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/documentos/bansefi-y-la-educacionfinanciera>

Von Stumm, S. Fenton O’Creevy, M. y Furnham, A. (2013), “Financial capability, money attitudes and socioeconomic status: risks for experiencing adverse financial events” Recuperado en: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.09.019> .

Rokeach, M. (1986), “The nature of attitudes”. Recuperado en: <http://members.aect.org/edtech/ed1/34/34-02.html>

Kasser,T. y Ahuvia, A. (2002).Materialistic values and well-being in business students. Recuperado en: <http://dx.doi.org/10.1002/ejsp.85>

Denegri, C. Sepúlveda, J. y Godoy, B. (2011). Actitudes hacia la Compra y el Consumo de estudiantes de Pedagogía y profesores en ejercicio en Chile. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21320758002>

Yamani, E. (1997). The meaning of "economics educations" in Japanese elementary and secondary education: An historical perspective. Malmö Suiden: Edge hill university college/IACSEE.

Buckles, S. y Melican, C. (2002). Assessment framework: 2006 National Assessment of Educational Progress in Economics. Recuperado en: <https://eric.ed.gov/?id=ED473196>

Denegri, C. Sepúlveda, J. y Godoy, B. (2011). Actitudes hacia la Compra y el Consumo de estudiantes de Pedagogía y profesores en ejercicio en Chile. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21320758002>

Yamani, E. (1997). The meaning of "economics educations" in Japanese elementary and secondary education: An historical perspective. Malmö Suiden: Edge hill university college/IACSEE.

Buckles, S. y Melican, C. (2002). Assessment framework: 2006 National Assessment of Educational Progress in Economics. Recuperado en: <https://eric.ed.gov/?id=ED473196>

Kasser, T. y Ahuvia, A. (2002). Materialistic values and well-being in business students. Recuperado en: <http://dx.doi.org/10.1002/ejsp.85>

Denegri, C. Sepúlveda, J. y Godoy, B. (2011). Actitudes hacia la Compra y el Consumo de estudiantes de Pedagogía y profesores en ejercicio en Chile. Recuperado en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21320758002>

Zabelina, E. Tsiring, D. y Yu, C. (2017), "Personal helplessness and self-reliance as the predictors of small business development in Russia: pilot research results". Recuperado en: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-018-0502>

Alagöz, B. (2015). Adaptation of economy attitude scale to Turkish culture: Validity and reliability study. Recuperado en: <https://doi.org/10.5897/ERR2014.1930>

Guiso, L. Sapienza, P. y Zingales, L. People's Opium? Religion and Economic Attitudes. Recuperado en: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.331280>

Renneboog, L. y Spaenjers, C. Religion, economic attitudes, and household finance. Recuperado en: <https://doi.org/10.1093/oep/gpr025>

Sakalaki, M. Richardson, C. y Bastounis, M. (2006). Association of Economic Internality With Saving Behavior and Motives, Financial Confidence, and Attitudes Toward State Intervention1. Recuperado en: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2005.tb02129.x>

Rojas, R. (2013). Guía para realizar investigaciones sociales. Plaza y Valdez: México.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. (6ª ed.). México: McGraw-Hill.

Impacto de las prácticas financieras sostenibles aplicado a las MIPYMES restauranteras de Hermosillo, Sonora.

*Daniel Iván Álvarez Aviléz
Alma Iliana García Cañedo*

Resumen

En los últimos años, el sector financiero sostenible ha experimentado un auge debido a la creciente demanda de productos y servicios que consideran factores ESG. El interés empresarial en finanzas sostenibles se refleja en el aumento de empresas que implementan estas estrategias, y en 2022, más países adoptaron marcos nacionales de finanzas sostenibles. En América Latina, los países líderes en este ámbito han logrado reducir su impacto ambiental y social. Las pymes mexicanas, especialmente en el sector restaurantero, están comprometidas con la sostenibilidad empresarial. La cooperación internacional es esencial para la innovación sostenible y abordar problemas ambientales causados por el crecimiento poblacional y consumo excesivo. Analizar el impacto de las prácticas financieras sostenibles en las Mipymes restauranteras de Hermosillo, Sonora es crucial para mejorar su eficiencia y reducir su impacto ambiental.

Palabras Clave: Prácticas, Finanzas, Sostenibilidad, MIPYMES.

Introducción y problemática

El sector financiero sostenible ha experimentado un auge en los últimos años, impulsado por la demanda de productos y servicios que tengan en cuenta los factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG). Este crecimiento se ha visto favorecido por la proliferación de iniciativas internacionales en esta área, como la Taxonomía Europea de Finanzas Sostenibles, y por la regulación cada vez más estricta de las finanzas sostenibles en la Unión Europea.

Las empresas están cada vez más interesadas en las finanzas sostenibles, como lo demuestra el aumento del número de empresas que implementan estrategias de finanzas sostenibles. Según un estudio de la Red Española del Pacto Mundial (2022) y Corporación Financiera Internacional (2022), el 14% de las empresas en España ya tienen una estrategia de finanzas sostenibles. Este interés se extiende a todo el mundo, ya que las empresas y los inversores buscan formas de contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Según Sustainable Banking and Finance Network (2022), el número de países con marcos nacionales de finanzas sostenibles aumentó en 2022. 11 países adoptaron sus primeros marcos, mientras que 22 países reforzaron los marcos existentes. Entre los países que se encuentran en una etapa inicial de desarrollo de sus marcos se encuentran Kazajstán y Túnez. En América Latina, Argentina, Costa Rica y México están en una fase de desarrollo y avance, mientras que China, Colombia e Indonesia ya tienen un marco consolidado.

Basados en el Índice de Finanzas Sostenibles (2019) los países de América Latina que se encuentran a la vanguardia en finanzas sostenibles son aquellos que han logrado reducir su impacto ambiental y social, mientras que aquellos que se encuentran rezagados aún tienen un largo camino por recorrer.

En 2020, México fue el país con los ingresos sostenibles más altos de América Latina y el Caribe, según el Índice de Finanzas Sostenibles (2020). Esto se debe a que México destina una gran parte de su financiamiento para el desarrollo a proyectos de cambio climático.

Las pymes mexicanas están comprometidas con la sostenibilidad empresarial, lo que demuestra su compromiso con el medio ambiente y la sociedad. En base a estudio realizado por Capterra (2021), el 78% de las empresas encuestadas destina entre el 2% y el 10% de su inversión a estas iniciativas, mientras que un 15% afirma destinar más del 10%.

La creciente población y el consumo excesivo están causando problemas ambientales globales. Para abordar estos desafíos, debemos reducir los modelos de producción y consumo no sostenibles. La ONU ha enfatizado la importancia de la protección ambiental desde 1972, y la Conferencia de París en 2015 reconoció la necesidad de un crecimiento sostenible para las generaciones futuras.

La cooperación internacional en la innovación sostenible es fundamental para el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental.

En el sector restaurantero, se enfrentan desafíos similares en términos de sostenibilidad y eficiencia financiera. A pesar del interés creciente de las Mipymes en prácticas sostenibles, existe una falta de estrategias claras para integrar aspectos financieros y medioambientales. El sistema económico tradicional de la industria causa un efecto adverso en el entorno natural y es ineficiente financieramente. Las empresas enfrentan barreras como la falta de conocimiento y recursos para implementar prácticas sostenibles.

Por lo tanto, es necesario analizar el impacto de las prácticas financieras sostenibles de las Mipymes del sector restaurantero en Hermosillo, Sonora.

Antecedentes

A nivel global, en los últimos tiempos, las finanzas sostenibles han experimentado una revolución ya que, por una parte, el aumento de productos financieros, iniciativas internacionales específicas sobre esta temática o el proceso regulatorio en la Unión Europea a través del Plan de Acción sobre Finanzas Sostenibles son algunos hechos que señalan la tendencia al alza en este ámbito.

Por otra parte, según organismos como Pacto Mundial Red Española (2022) y Corporación Financiera Internacional (2022) mencionan que las empresas están mostrando una creciente conciencia sobre las posibilidades de promover las finanzas sostenibles como parte de sus estrategias, un ejemplo de esto sería el estudio Finanzas Sostenibles y Agenda 2030: Invertir en la transformación del mundo (2022) donde se arroja que el 14% de las empresas en España ya tienen implementada una estrategia de finanzas sostenibles; sin embargo el interés se extiende a todo el mundo como una forma de activar al sector financiero para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Según la información proporcionada en Sustainable Banking and Finance Network (2022), 22 países adoptaron políticas adicionales para fortalecer sus marcos de finanzas sostenibles existentes, además 11 países realizaron sus primeros marcos nacionales de finanzas sostenibles. Por mencionar algunos países, Kazajstán y Túnez se encuentran en una etapa de compromiso en la realización de marcos nacionales de finanzas sostenibles, en cambio países latinoamericanos como Argentina, Costa Rica y México se encuentran en etapas de y avance sin embargo países como China, Colombia e Indonesia ya tienen un marco financiero sostenible consolidado.

En cuanto a Latino América, según el Índice de Finanzas Sostenibles (2019) países como Honduras, Costa Rica y Jamaica lideran el ranking de finanzas sostenibles; en cambio otros países como México, Argentina, Chile y Trinidad & Tobago se encuentran en los últimos lugares. En cambio, para el año 2020 México lidera el ranking de ingresos sostenibles en América Latina y el Caribe, lo anterior en base en el porcentaje del financiamiento para el desarrollo dedicado a cambio climático según el Índice de Finanzas Sostenibles (2020).

A nivel nacional, con el objetivo de promover la sostenibilidad en México, el Gobierno ha implementado un conjunto de medidas o acciones que toman en cuenta las condiciones socio ambientales del país y se orientan hacia la satisfacción de las principales prioridades a nivel nacional. Estas prioridades incluyen:

- El Plan Nacional de Desarrollo (2019-2024).
- La Estrategia Nacional para la Implementación de la Agenda 2030 (2019).
- El Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo (PRONAFIDE, 2020-2024).
- El Programa Especial de Cambio Climático (PECC, 2021-2024).
- El Programa Nacional de Igualdad entre Mujeres y Hombres (PROIGUALDAD, 2020-2024).

Estas directrices estratégicas de la política pública reflejan la urgencia de encontrar un equilibrio entre los tres elementos fundamentales de la sostenibilidad. Aceptan la imperante importancia de abordar la crisis climática, salvaguardar y preservar los ecosistemas, y garantizar el bienestar de la población al eliminar las disparidades sociales y de género existentes. Además, resaltan la relevancia de implementar políticas financieras que fomenten la movilización de recursos y la inclusión financiera, con la finalidad de lograr los objetivos de desarrollo sostenible.

En marzo de 2020, se instauró el Comité de Finanzas Sostenibles (CFS) por parte del Consejo de Estabilidad del Sistema Financiero (CESF) con el objetivo de respaldar al Consejo en el ejercicio de sus responsabilidades. El propósito principal del CFS es elaborar análisis, evaluaciones, propuestas y recomendaciones en el ámbito de las finanzas sostenibles, con el fin de promover la estabilidad del sistema financiero y movilizar capital hacia actividades que generen impactos medioambientales y sociales positivos. En el transcurso su primera reunión en noviembre de 2020, el CFS creó cuatro grupos de trabajo encargados de llevar a cabo análisis, evaluaciones, propuestas y recomendaciones con el fin de desarrollar una agenda sobre finanzas sostenibles en México. Estos comités se centran en cuatro temas principales: identificación de oportunidades para la movilización de capital, establecimiento de una categorización sostenible, medición y evaluación de los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) y divulgación de información relacionada con ASG.

Mientras el gobierno se administra para impactar positivamente en el eje medio ambiental, Capterra (2021) ha efectuado un estudio en México que examina la sostenibilidad en las pequeñas y medianas empresas. Este informe se basa en los datos recopilados a través de

gerentes, directores o propietarios de pymes en México que han implementado medidas de sostenibilidad.

Es destacable el nivel de inversión que las pymes mexicanas destinan a la sostenibilidad empresarial, considerando que se trata de recursos y capital propios. Un 78% de las empresas encuestadas dedica entre el 2% y el 10% de su inversión a estas iniciativas, mientras que un 15% afirma destinar más del 10%.

En lo particular, en Sonora y Hermosillo la falta de investigación y enfoques específicos para abordar esta problemática en el contexto de Hermosillo, Sonora, los antecedentes de la relación de prácticas financieras sostenibles en el sector restauranero en Hermosillo, Sonora, se basan en la necesidad de abordar los desafíos ambientales, promover la sostenibilidad y adoptar un enfoque más circular en el manejo financiero de las pymes de este sector.

Objetivo

Analizar el impacto de las prácticas financieras sostenibles de las MIPYMES del sector restauranero en Hermosillo, Sonora.

Metodología

De acuerdo con lo establecido en el planteamiento del problema, la identificación de la amplitud de la investigación y la elaboración de suposiciones, se establece el procedimiento para dar respuesta a las interrogantes de investigación, así como cumplir con el objetivo propuesto. Para ello se desarrolla la propuesta metodológica de investigación que permite conocer la correlación del impacto de las prácticas financieras sostenibles con la eficiencia financiera.

De acuerdo con Sampieri et al. (2014), se distinguen dos tipos de investigaciones cuantitativas: la experimental y la no experimental. En el presente estudio, se efectúa una investigación de carácter experimental, puesto que se utiliza cuando el investigador busca establecer el posible efecto de una causa que es manipulada. Se pretende la utilización de una variable independiente y 1 dependiente, las cuales a lo largo de este se han ido especificando, se considera variable independiente el impacto de las prácticas financieras sostenibles y como dependiente la eficiencia financiera.

La investigación se efectuará a cabo utilizando una metodología mixta, combinando métodos cuantitativos y cualitativos donde se realizarán y recopilarán datos primarios y secundarios utilizando instrumentos como entrevistas semiestructuradas y cuestionarios dirigidos a

propietarios o gerentes de las pymes en cuestión con el propósito de medir las variables de eficiencia financiera.

Referencias

Capterra (2021). Obtenido de <https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/resources/spm-headline-statements/>

Corporación Financiera Internacional (2022). Obtenido de: <https://www.pactomundial.org/noticia/te-contamos-todo-lo-que-tenes-que-saber-sobre-finanzas-sostenibles-en-nuestro-nuevo-paper/>

Índice de Finanzas Sostenibles (2020). Obtenido de: https://www.sustainablefinance4future.org/files/ugd/32948d_b226aaa66acb4459b61ef19f6520b243.pdf?index=true

Pacto Mundial Red Española (2022). Obtenido de: <https://www.pactomundial.org/noticia/te-contamos-todo-lo-que-tenes-que-saber-sobre-finanzas-sostenibles-en-nuestro-nuevo-paper/>

Sustainable Banking and Finance Network (2022). Obtenido de: https://sbfnetwork.org/wp-content/uploads/pdfs/2021_Global_Progress_Report_Downloads/ES_SBFN_3rd_Global_Progress_Report_Spanish_Oct2021.pdf

Aportación al manual de normas y políticas de crédito de la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario Rural Forestal y Pesquero (FND) para reducir el rechazo de las solicitudes de crédito a productores de ganado bovino

*Hilda Garcilazo Rojas
María Elena Saavedra Cota*

Resumen

En toda actividad productiva, el financiamiento juega un papel determinante para lograr un desarrollo económico y social sostenible. En el sector agropecuario, y particularmente en la actividad ganadera es vital importancia tener acceso a esquemas de financiamiento, que les permita contar con capital de trabajo para la cría y explotación de ganado. Por no cumplir algunos requisitos que exige la normativa de la banca de desarrollo y privada, son rechazadas algunas solicitudes de crédito.

Cuyo propósito es desarrollar Esquemas de Financiamiento que permitan la inclusión Financiera de Productores ganaderos en el financiamiento formal.

El tipo de estudio es descriptivo, se llevó cabo un análisis transversal con datos primarios que son el resultado de visitas a ganaderos sonorenses solicitantes de crédito y clientes de la FND (por ser una institución representativa a nivel nacional en financiamiento agropecuario).

El resultado estadístico de la muestra nos arroja como principal causal de rechazo la falta de garantías hipotecarias, prendarias o liquidas que respalden la solicitud de crédito. Proponemos Esquemas de Financiamiento haciendo sinergias con el Fideicomiso Maestro para el Financiamiento del Sector Agropecuario en Sonora (AGROSON), Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) y el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI).

Palabras clave: Financiamiento, Rechazo, Ganaderos, Garantías

Problemática

En toda actividad productiva, el financiamiento juega un papel determinante para lograr un desarrollo económico y social sostenible. En el sector agropecuario, y particularmente en la actividad ganadera es vital importancia tener acceso a esquemas de financiamiento, que les permita contar con capital de trabajo y activos necesarios para la cría y explotación de ganado con el objetivo de aumentar y mejorar el hatu ganadero, la cadena de valor y el poder adquisitivo de los ganaderos. Desafortunadamente,

debido al incumplimiento de algunos requisitos que exige la normativa de la banca de desarrollo y privada, son rechazadas algunas solicitudes de crédito

En el caso de Sonora la barrera más importante que obstaculiza a pequeños productores, el acceso a los servicios financieros es la insuficiencia y la variabilidad del ingreso, el incumplimiento de los requisitos que exige el Manual de Normas y Políticas de Crédito (MNPC) en la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario Rural Forestal y Pesquero (FND) y el difícil acceso que tienen a los puntos de atención del sistema financiero. Estas características implican que sus costos de producción, un nivel de riesgo y su costo financiero sean más elevados en comparación con las empresas de mayor tamaño, reflejándose en el elevado valor de las garantías que se exigen para acceder a un crédito.

Esto agrava la situación de los productores ganaderos cuando se presentan las sequías, obligando a los productores a vender a precio muy bajo para contar con recursos suficientes para alimentar el hato ganadero disminuido. La comida y el agua escasean, este escenario trae como consecuencia la quiebra técnica de muchos pequeños productores, para los que algunos es su principal fuente de ingresos. La eliminación de la fuente de ingresos en pequeños y medianos productores, afecta al reducir sus activos en la cría y explotación de ganado bovino y al no tener acceso a financiamiento se elimina la posibilidad de continuar desarrollando esta actividad productiva.

Objetivo

Desarrollar Esquemas de Financiamiento que permitan la inclusión Financiera de Productores ganaderos en el financiamiento formal mediante la aportación de garantías.

Metodología

El tipo de estudio es descriptivo, se llevará cabo un análisis transversal con datos primarios que son el resultado de visitas a ganaderos solicitantes de crédito y clientes de la FND (por ser una institución representativa a nivel nacional en financiamiento al sector agropecuario).

El trabajo de campo consistió en la aplicación del instrumento de recolección de datos a los socios de las distintas Asociaciones Ganaderas Locales (AGLs) en el estado de Sonora durante el periodo del 18 de octubre de 2021 al 20 de mayo de 2022 (1750 solicitudes) con el fin de analizar la obtención o no de financiamiento formal para las unidades de producción.

El trabajo de gabinete consiste en el análisis y clasificación de solicitudes que cumplen con la normativa de la FND para tramitar una solicitud de crédito, derivado de lo anterior obtuvimos el siguiente resultado:

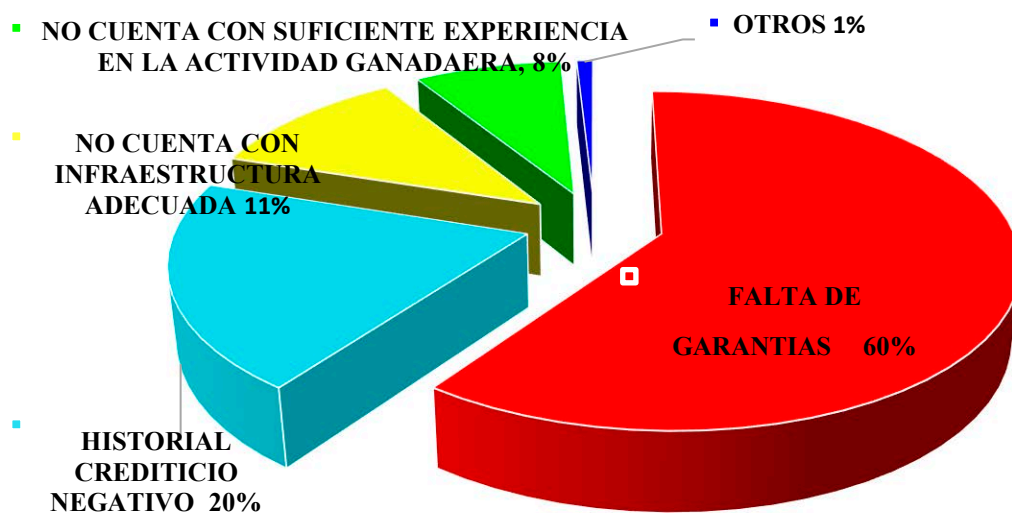
- 1050 solicitudes continúan el trámite para obtener financiamiento en esta institución.
- 700 son rechazadas por incumplimiento de la normativa de la FND.

El objeto de estudio son las 700 solicitudes rechazadas. Se analiza las causales de rechazo y pretende plantear una propuesta para solventar la situación. Se elabora la base de datos que nos servirá para su análisis de con el programa SPSS donde se definen las variables que impactan en los resultados.

Resultados obtenidos

El MNPC exige garantías que respalden una solicitud de crédito con la finalidad de reducir el riesgo de cartera vencida; esta puede ser natural, hipotecaria, prendaria o líquida. Una garantía natural son los activos que se adquieren con el crédito solicitado y esta es obligatoria para todos los que obtienen financiamiento, las otras garantías mencionadas son adicionales y el cliente elige la que le resulte más conveniente; deben tener al menos una relación garantía – crédito de 1.0 : 1.0 a valor comercial.

Causales de rechazo



Fuente: Elaboración propia con base en las solicitudes de crédito recibidas de la Unión Ganadera Regional de Sonora (UGRS). Año 2021 – 2022

Por otro lado, la garantía hipotecaria es un bien inmueble, la garantía prendaria un bien mueble y la garantía líquida es efectivo ya sea en moneda nacional o divisas. En el cuadro anterior se observa que la falta de garantías es el mayor impedimento para obtener financiamiento en la FND, representando el 60% del total de las solicitudes rechazadas.

El historial crediticio negativo es el resultado de compromisos crediticios no cumplidos, demandas mercantiles o quitas resultado de una negociación desfavorable para los acreedores y se ve reflejada en las claves de prevención registradas en el buró de crédito. El solicitante puede solventar esta situación pagando los adeudos registrados y continuar con los tramites de la solicitud de crédito, algunos no pueden sanear su buro de crédito. En este caso 140 solicitudes, representadas por el 20% del total rechazadas, fue por este motivo.

La evaluación de la infraestructura de la unidad de producción del solicitante de crédito es importante para el buen manejo del ganado, lo que asegura el retorno de capital. El productor debe contar con instalaciones básicas para la actividad ganadera, entre los que se encuentran los corrales, trampas, shutter, comederos, bebederos, sombras, unidades de transporte si es necesario, bodegas donde guarde el alimento para el ganado, espacio para preparación de raciones, pozos, represo o cualquier fuente de agua segura, etc. 78 productores ganaderos no contaban con la infraestructura adecuada para garantizar el buen manejo del ganado, representando el 11.15% del total de las solicitudes rechazadas.

El solicitante de crédito deberá acreditar documentalmente que cuenta con experiencia en la actividad ganadera de al menos 2 años: Alta en el Padrón Ganadero Nacional, acompañado de la actualización de su UPP, Alta en el SAT con dos años de antigüedad en la actividad a financiar, Titulo de marca de herrar y señal de sangre. 56 solicitantes no cumplieron con esta condición, por lo que se rechazó la solicitud de crédito, representando el 8% de ellas.

Para autorizar un crédito requiere que el productor aporte en promedio el 20 % del total de la inversión, 3 casos representaron el 0.43% del total de las solicitudes rechazadas por incumplimiento de este requisito, por lo que no se dio seguimiento a estas solicitudes.

Es importante que cuente con un hato ganadero de al menos 10 vientres propios en etapa reproductiva, acreditada mediante la constancia de actualización del Padrón Ganadero Nacional (PGN), cuya información está contenida en la UPP (Unidad de Producción Pecuaria) expedida por SINIIGA (Sistema Nacional de identificación Individual de Ganado). 2 productores vieron disminuido su hato ganadero por la sequía provocando la muerte de su ganado. Estas solicitudes rechazadas representan el 0.29%. Finalmente, un error de expedición en la CURP y RFC de un productor ganadero, provoco que al consultar el buró de crédito lo identificara como otra persona. El rechazo de esta solicitud represento apenas el 0.15% del total de solicitudes rechazadas.

Propuestas

Ante la necesidad de fomentar la Inclusión Financiera en el Sector ganadero del estado de Sonora, se propone un Esquema de Financiamiento con apoyo de Garantías donde se lleven a cabo sinergias con el Fideicomiso Maestro para el Financiamiento del Sector Agropecuario en Sonora (AGROSON), Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) y el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI). (Cuadro 1).

Cuadro 1. Apoyos de garantía para esquemas de financiamiento

ESQUEMA DE FINANCIAMIENTO	% DE GARANTIA LIQUIDA (AGROSON / FIRA / INPI)	% GARANTIA DEL PRODUCTOR	GARANTÍAS PROPUESTAS	OTRAS GARANTIAS
ESQUEMA 1 . PERSONA FISICA CON ACTIVIDAD EMPRESARIAL	25	75	HIPOTECARIA O PRENDARIA	FRUTOS Y PRODUCTOS DERIVADOS DE LA APLICACIÓN DE LA INVERSION
ESQUEMA 2 . PEQUEÑOS PRODUCTORES	50	50		
ESQUEMA 3 . PEQUEÑOS PRODUCTORES LOCALIZADOS EN ZONAS MARGINADAS	75	25		
ESQUEMA 4 . PEQUEÑOS PRODUCTORES PERTENECIENTES A COMUNIDADES INDIGENAS	100	0	INPI	

Base para proponer Créditos Pre Autorizados al sector ganadero de Sonora.

Procesos de Integración Económica

La integración económica en las etapas históricas de la minería sonorese

Rafael Miranda Córdova

Benjamín Burgos Flores

Resumen

La minería ha sido muy importante para la historia económica de Sonora, en donde se presentó un largo proceso de integración silenciosa que evolucionó a una integración profunda enmarcada en el TLCAN. Para Sonora, la actividad minera tuvo un papel trascendental en la colonización y desarrollo de la entidad. La hipótesis de esta ponencia es que la minería en Sonora ha generado integración económica durante las distintas etapas históricas. Utilizando el método documental se dividió la trayectoria del sector en cuatro eras. Analizando los procesos de integración mediante la identificación de actores internacionales, IED, visión exterior o interior del sector, patrón productivo y legislaciones.

Durante el primer boom de la minería del México independiente, existe un proceso de integración silenciosa con la llegada de capitales de Estados Unidos (EUA) y Reino Unido adoptando una visión exportadora de oro y cobre. Con el siglo veinte continuó la tendencia de la etapa anterior. Llegando en 1961 la era de la minería mexicanizada, donde se expulsó al IED. Con la llegada de los noventa se aprueban legislaciones que liberalizan la minería, resaltando el TLCAN como mecanismo de integración profunda, reabriendo el sector al exterior y con una integración con EUA y Canadá.

Introducción

La presente ponencia en extenso describe la trayectoria histórica de la industria minera en México y en Sonora desde la etapa colonial hasta la entrada en vigor del TLCAN. Destacando variables de estudio como el proceso de integración económica y la visión exterior o interior que el sector fue adaptando, así como las fuerzas exógenas y endógenas que tuvieron injerencia sobre la orientación de la industria.

El desarrollo de la ponencia busca responder las siguientes preguntas: ¿Qué visión adoptó el sector minero en Sonora durante las distintas etapas históricas? ¿Qué variables influyeron en la orientación del sector minero durante las distintas etapas? ¿Cómo fue el proceso y modalidad de la integración económica del sector minero en Sonora? ¿Con que actores internacionales se realizó integración económica en la industria minera durante las distintas etapas?

Para dar respuesta a las preguntas se conceptualiza la integración económica y la minería como actividad económica. Obteniendo un marco teórico para la acertada interpretación de material bibliográfico especializado que se consultó en tenor de poder determinar la orientación del sector minero en Sonora.

Analizando los siguientes periodos: etapa colonial, primer boom de la minería del México independiente (1870-1910), primera mitad del siglo veinte (1911-1960), minería mexicanizada (1961-1992), neoliberalismo (1993-actualidad).

Conceptualización de la integración económica

Bela Balassa (1961) conceptualizó la integración económica como un proceso y un estado de las cosas. Según Balassa, dentro del proceso se comprende las medidas creadas para abolir la discriminación entre entes económicos pertenecientes a diferentes estados nacionales (Briceño J. , 2018, pág. 12), como serían los acuerdos regionales de comercio, siendo uno de estos el Tratado México, Estados Unidos de y Canadá (T-MEC) y su antecesor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). La integración económica como estado de las cosas es descrito como la falta de las formas de discriminación entre economías nacionales (Balassa, 1961).

Posteriormente surgen conceptos como el de la integración silenciosa, la cual implica un impulso espontaneo que genera regionalización entre naciones, es decir acercamiento mediante la sociedad civil, empresarios, migración, sin un acuerdo de por medio (Lawrence, 2000). Para Zinser (1990) se dio una integración silenciosa entre Estados Unidos y México a lo largo del siglo veinte e incluso antes, lo que ocasionó el inicio de la negociación de un acuerdo comercial formal al inicio de los noventa. Con los tratados de libre comercio y protección a la inversión extranjera directa (IED), se explica el concepto de integración profunda, que es la implementación de mecanismos positivistas supranacionales para la integración que crean regionalismo, siendo el principal ejemplo los acuerdos comerciales.

Por lo que es posible conceptualizar el TLCAN y la integración México y EUA en los términos de una integración silenciosa que posteriormente evolucionó a un respectivo mecanismo de integración profunda.

De la integración económica se obtiene un marco de interpretación de la evolución del sector minero y las orientaciones externas o internas que la actividad económica puede tener, considerando el contexto de integración y globalización en la que esta se ha desarrollado en México y en Sonora. La integración económica norteamericana, enmarcada positivamente en el T-MEC y su antecesor el TLCAN, son entendidas en el tenor de las teorías de la integración, el nuevo regionalismo (acuerdos comerciales posteriores al Consenso de Washington) y la integración profunda.

En el cuerpo del trabajo se presentará evidencia, en donde al aplicar las teorías de la integración económica, es posible conceptualizar para el sector minero una integración de México y EUA y en menor medida con Canadá, en los términos de una integración silenciosa o regionalización de varios siglos, que posteriormente

evolució a un respectivo mecanismo de integraci3n profunda alineado al nuevo regionalismo (TLCAN y T-MEC).

Primer boom de la minería del México independiente (1870-1910)

Con el fin de las guerras y la estabilizaci3n del pa3s, se abri3 la puerta para una nueva etapa de desarrollo del sector minero. Est3 época fue caracterizada por la llegada de capitales extranjeros al sector, principalmente de EUA, Gran Bretaña y Francia, lo que tambi3n introdujo al sector muchas innovaciones t3cnicas y maquinaria moderna, aumentando drásticamente la producci3n y la posibilidad de extraer diversos minerales (Coll-Hurtado & Sánchez, 2001, pág. 37). Generando un proceso de integraci3n económica (regionalizaci3n o integraci3n silenciosa) y de enfoque hacia el exterior, dirigido principalmente hacia EUA.

Durante esta época la minería en específico para Sonora es comprendida como una punta de lanza para lograr el despegue económico, donde el mismo gobierno estatal fue promotor y facilitador de los inversionistas extranjeros (Romero, 2001). La minería no solo ayudo en el desarrollo de los nuevos centros mineros que pudieron darse gracias a las nuevas tecnologías y llegada de capitales foráneos, pero en zonas como Guaymas y Hermosillo, donde los servicios logísticos y de comercio que se brindaban ayudaban en el proceso de exportaci3n de los minerales. Para 1880 desde el puerto de Guaymas se embarcaban la mayor parte de lo obtenido de la extracci3n minera sonorenses con destino al puerto de San Francisco en California EUA (Romero G. , 2001, pág. 29).

Para Sonora el patr3n productivo hab3a estado centrado en el oro y en menor medida en plata, pero durante la segunda mitad del siglo XIX se inicia la explotaci3n de grandes yacimientos de cobre y zinc. La demanda de estos metales comunes se encontraba en aumento con la segunda revoluci3n industrial, lo que incentivo a que distintas empresas mineras, provenientes principalmente de EUA, donde ya se ten3a amplia experiencia con minas de cobre, comenzaran a trabajar las reservas de cupríferas en la zona serrana del estado (Romero, 2001).

En el contexto regional de Sonora en la segunda mitad del siglo XIX, el sector minero fue un catalizador de una nueva ola de desarrollo y colonizaci3n del estado, en especial de la regi3n serrana (Romero, 1998). Aunque se enfrent3 a importantes desaf3os, se explica que en 1870 hac3a falta poblaci3n y obreros para las minas del estado y que en el territorio eran escasos los bienes de consumo y materiales necesarios para los procesos, al igual de un atraso en la infraestructura de comunicaci3n (Romero, 1998, pág. 120).

Ante los retos que enfrentaban las minas sonorenses, muchas que eran de capital de EUA, inician con el proceso de importaci3n humana para traer mano de obra localizada en su pa3s, así como, de contratar empresas modernas de EUA especializadas en la organizaci3n, vigilancia y control de los procesos productivo de las minas.

Los planes estatales de impulsar Sonora mediante la minería de inversión extranjera se alineaban a la visión federal de apertura a los capitales foráneos y donde también visualizaban la dificultad que las industrias enfrentaban ante la falta de trabajadores. Por lo que se realizaron políticas federales y estatales para la entrada de mano de obra extranjera, donde se dio la llegada de población china al estado de Sonora (Chacon, 2020). Empresas mineras extranjeras operando en Sonora recibieron autorización por la autoridad estatal para introducir mano de obra de origen chino, (Chacon, 2020). Para 1880 se tiene en operación en Sonora una gran cantidad de minas de oro y cobre de capital estadounidense con la mayoría de sus obreros siendo chinos.

Debido al desarrollo minero en los últimos años del siglo XIX y en coordinación con el gobierno del porfirismo se construyó una amplia red ferroviaria y se incorporó la energía eléctrica en una parte considerable de los poblados del territorio nacional, proyectos donde también participó la población china (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001). En los tiempos de la colonia, la minería estaba integrada con España con los metales siendo transportados a la península Ibérica y de ahí intercambiados con otras coronas europeas. Para el final del siglo XIX también se cuenta con una minería de integración exterior, pero apoyado por la nueva infraestructura ferroviaria se da la exportación terrestre hacia EUA (Coll-Hurtado & Sánchez, 2001). Indicando que la minería de Sonora participaba como insumo en las cadenas de suministros de EUA de estos siglos.

En este periodo es que se consolidan los históricos enclaves mineros de capital estadounidense en Sonora, como la Moctezuma Copper Company a Nacozari y la Cananea Consolidated Copper Company del Sr. Greene en Cananea (Chacon, 2020). Minas que influirían en la historia económica y social del estado y donde se localizan yacimientos importantes de cobre y zinc que hoy día siguen produciendo metales (Gracida, 2009).

Para 1890 la minería en Sonora comenzó a mostrar signos de estabilidad y amplio crecimiento, las migraciones de chinos y personas de otros estados permitieron atender la falta de mano de obra (Romero, 1998). Los inversores mineros en Sonora establecieron relaciones comerciales con la Alta California, lo que permitió obtener maquinaria y materiales para los trabajos de gran economía y lo necesario para la implementación del sistema moderno de lixiviación, lo que aumentó la productividad y ganancias, desarrollando competitividad en la región. La expansión del ferrocarril ayudó al desarrollo del modelo de pueblo minero lo que generó un temprano poblamiento y comunicación de zonas como Altar, Sahuaripa, Cananea, Hermosillo, Guaymas, Álamos, Moctezuma y Magdalena (Romero, 1998).

Primera mitad del siglo veinte (1911-1960)

Con la llegada del siglo XX y la implementación de la red ferroviaria en la mayoría de los estados de México la minería continúa creciendo en todo el país. Las exportaciones ya no solo se realizaban por puertos como Guaymas, pero en mayor medida a través del ferrocarril. Para 1908 había 1030 empresas mineras en todo

México, 840 eran de capital estadounidense, 40 de origen inglés y 2 de franceses, evidencia de una integración económica silenciosa (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001, pág. 106).

El control foráneo de la minería en todo México se mantuvo e incluso aumentó con las guerras de la revolución mexicana, pues los capitalistas mineros extranjeros negociaron con las facciones bélicas y la inestabilidad abarato las propiedades (Celaya, 2019). Los costos de operación en una nación periférica en guerra civil fueron compensados por un incremento de demanda y precio de los metales ocasionado por la primera guerra mundial (Celaya, 2019, pág. 40). Con todo México posicionándose como un proveedor de metales de todo tipo para la industria bélica de EUA (Celaya & Vázquez, 2020).

Tras el final de la revolución y con la tendencia nacionalista de la constitución de 1917 y posteriormente de la administración del presidente Lázaro Cárdenas, se inició los intentos de mexicanización del sector extractivo. El gobierno federal realizó intentos de romper el control extranjero de la gran minería, pero el modelo expropiador implementado en el petróleo tuvo que ser descartado en el caso de la minería, siendo lo máximo que se logró la creación de la Comisión de Fomento Minero y el Sindicato Industrial de Trabajadores Mineros, Metalúrgicos y Similares de la República Mexicana (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001, pág. 107). Sin embargo, en la práctica los capitalistas extranjeros del sector minero fueron levemente afectados y la industria permaneció integrada al exterior.

Con el avance de los años treinta y la crisis económica en EUA la minería en todo México y especial en Sonora fue estancándose (Celaya & Vázquez, 2020). El precio del cobre cayó, el cual se había vuelto el principal metal exportado de Sonora (Romero Uriarte, 2004, pág. 10).

La situación mejoró con la llegada de la segunda guerra mundial, donde el presidente Manuel Ávila Camacho firmó un convenio con EUA otorgándole la exclusividad de compra de los minerales necesarios para la industria bélica (Celaya, 2019, pág. 42). Se reactivaron los yacimientos sonorenses, atendiendo una “demanda ilimitada” por parte de la industria estadounidense (Contreras & Ramírez, 1998). El gobierno de EUA promovió con sus empresarios con inversiones mineras en Sonora la modernización tecnológica y ampliación de las capacidades productivas de los proyectos de oro y metales comunes, eficientizando los procesos de la mayor parte de las minas metálicas sonorenses (Romero Uriarte, 2004). Denotando la gran influencia que fuerzas exteriores tuvieron sobre la minería sonorenses, yendo incluso más allá de las cuestiones comerciales.

Minería mexicanizada (1961-1992)

Con el fin de la segunda guerra mundial el sector minero en Sonora entro en un periodo de cierta pasividad, pues los precios de los metales podían mantener los enclaves mineros en operación, pero ya no eran tan atractivos como durante la guerra.

Con el gobierno del presidente Adolfo López Mateos y las políticas del desarrollo estabilizador, se aprueban distintas políticas para nacionalizar y desde adentro impulsar los sectores estratégicos.

Para la minería esto implicó distintos intentos por tener un sector con visión interior. El paso más efectivo del proceso de mexicanización del sector minero fue en 1961 con la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en Materia de Explotación y Aprovechamiento de Recursos Minerales, conocida como Ley de Mexicanización de la Minería (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001, pág. 109). Esta ley se ajustaba al modelo cepalino de industrialización, buscando orientar la producción minera hacia el mercado e industria nacional que se encontraba en protección bajo una política ISI. En esta ley se destaca:

a) En zonas consideradas reservas nacionales, el capital nacional para la explotación no podía ser menor a 66%; en los demás casos las acciones de capital extranjero no podría superar el 49% de las acciones del consorcio minero, por lo tanto el 51% del capital social tenía que provenir de origen nacional o propio del Estado; b) la reducción en el tiempo de vigencia de las concesiones a 25 años, con la posibilidad de prórroga, y c) la restricción a nuevas concesiones, las cuales sólo podían ser otorgadas a ciudadanos mexicanos o personas morales que demostraran plenamente que la situación accionaria de la empresa satisfacía el requisito de predominio del capital nacional. (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001, pág. 109).

Con la declaración de una gran cantidad de distritos mineros como zonas de reservas nacionales el estado se vuelve en uno de los más grande empresarios mineros, teniendo el 100% de la propiedad de varias unidades mineras y acciones en otras minas de capital privado nacional. En este periodo algunas empresas mexicanas empezaron a tener más participación en el sector, comenzando a invertir y crear nuevos monopolios con base nacional, algunos de los cuales siguen operando en el presente (Celaya, 2019, pág. 43). Muchos capitalistas extranjeros salieron del país redirigieron sus inversiones a naciones de la periferia con legislaciones mineras más liberales (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001).

Durante este periodo la cantidad de inversión aumentó considerablemente en la industria minera, principalmente por la inversión proveniente del estado, aunque el patrón productivo a nivel nacional se centró en los minerales del carbón, hierro, cobre y otros metales comunes e industriales, a diferencia del oro y plata que prevalecía cuando el sector estaba bajo control de la IED (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001). Este periodo que es conocido como la etapa de la “minería mexicanizada”, también para Sonora implicando una concentración del patrón productivo hacia el cobre, molibdeno y los metales industriales, alcanzando una visión interior, atendiendo la demanda de la industria nacional (Celaya, 2019).

Si bien la inversión extranjera nunca salió totalmente de la minería en México, en ninguna otra etapa se tuvo tan alta participación e inversionistas mexicanos. En 1960 el capital mexicano era tan solo el 10% en la industria

minera, para 1980 las empresas mexicanas eran el 48.2% de las inversiones, 15.1% lo representaba el gobierno y 36.7% inversionistas extranjeros (Sariego, 2011).

Entre 1970 y 1990 Sonora vio un aumento de la inversión y producción del sector, para 1986 teniendo un acumulado de inversión de 35 mil millones de pesos (Contreras, 1987). Si bien esta cantidad sería poco en comparación con los flujos posteriormente se verían en la etapa neoliberal, el origen de la inversión era principalmente de empresas mineras de origen México y del estado (Bracamonte et al, 1997)

El empleo directo a nivel nacional también se vio favorecido por el proceso de mexicanización, incrementando de 60 000 en 1960 a 150 000 en 1977 (Celaya, 2019). En Sonora durante este periodo también se presentaron importantes aumentos del empleo, principalmente impulsados por la expropiación del enclave minero en Cananea creando la compañía Minera de Cananea y de la Mexicana del Cobre en Nacozari. Los empleos directos en la entidad pasaron 4,662 en 1970 a 13,486 en 1990 (Bracamonte, Lara, & Borbón, 1997).

El producto interno bruto estatal (PIBE) es alterado por las tendencias del sector minero mexicanizado en las décadas de los setenta y ochenta. Pues la participación directa de la industria minera fue más representativa. En 1970 la minería era el 4.6% del PIBE sonorenses y para 1990 casi se duplica al 8.6%, siendo uno de los sectores que gana representación, mientras la pesca, ganadería y agricultura vieron sus puntos porcentuales reducidos (INEGI, 1990 citado en Bracamonte, Lara, & Borbón, 1997).

Para mediados de los años ochenta, el neoliberalismo comienza a introducirse en el sector minero ya que, debido a una crisis financiera, el gobierno federal empezó a disminuir su gasto en inversión directa en los distintos sectores productivos (Celaya, 2019). Se inicia a visualizar nuevamente al capital extranjero, como fuente de recursos y tecnología, implementando políticas para la minería alineadas al Consenso de Washington, lo que daría pie a una nueva etapa para el sector minero (Guevara, 2016). Terminando el único periodo donde se presentó una industria minera con visión interior.

Neoliberalismo (1993-actualidad)

Muñoz (2014) señala que a finales de los años ochenta la minería en México sufrió cambios, los cuales fueron la eliminación de los aranceles a la exportación de los minerales, regresando a la visión exterior de la producción de la industria, reducción de los impuestos a la importación de maquinaria y equipo, eliminación de impuestos directos a la producción minera.

El estado inicia su salida del sector, para 1988 privatizando las empresas mineras que estaban bajo control del gobierno federal y vendiendo las acciones que tenía en empresas mineras de capital privado (Celaya, 2019, pág. 46). Para Sonora, es importante destacar que entre 1988 y 1990 Grupo México (empresa de capital

mexicano) adquirió la licitación de las dos unidades productoras de cobre más importantes del país, Mexicana del Cobre en Nacozari y Mexicana de Cananea (Celaya & Vázquez, 2020; Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001).

Los años noventa se caracterizan por una serie de legislaciones de corte liberal para la industria que generaron el final definitivo al periodo de mexicanización de la minería. Dentro de las que se destaca el TLCAN en 1994 y La Ley de Inversión Extranjera en 1996 (Guevara, 2016).

Tabla 1. Legislaciones que liberalizaron el sector minero en México

Legislación	Principales efectos para el sector minero
Reglamento de la Ley Reglamentaria del Artículo 27 Constitucional en Materia Minera en 1990	Posibilitó a empresas extranjeras invertir en áreas mineras previamente reservadas al capital nacional.
Modificación al artículo 27 de la Constitución Mexicana en 1992	Permitió la venta de ejidos y tierras comunales a propietarios privados.
Ley Minera de 1992	Eliminó el impuesto a la explotación minera y abrió el sector a la inversión extranjera bajo el nombre de "Sociedades Mexicanas". Se permitió la operación de empresas mineras de 100% de capital foráneo.
TLCAN 1995,	Capítulo XI protección y fomento a la inversión extranjera entre los socios; eliminación de aranceles a la exportación e importación; mecanismos de solución de controversias.
Ley de Inversión Extranjera 1996	Alineación legislativa al TLCAN. Permitted total apertura de capital extranjero en el sector minero.

Fuente: Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001; Muñoz, 2014; Guevara, 2016; Franco, 2016; Celaya, 2019; Celaya & Vázquez, 2020.

Como se observa en la tabla #1, a nivel nacional e internacional en el gobierno de Carlos Salinas de Gortari desarrolló una estructura neoliberal para el sector minero que acompañó el regreso de los capitales extranjeros y la visión hacia el exterior, donde el TLCAN jugó un papel importante en la reestructuración del sector y la llegada de Canadá como uno de los principales participantes (Celaya & Vázquez, 2020; Franco, 2016). Si bien en esta nueva etapa las empresas mineras mexicanas permanecerán con un importante nicho sobre todo en el cobre, las empresas extranjeras se posicionarán en yacimientos previamente no explotados y especializados en el oro y plata, los estados cuya minería más fue reestructurada en este periodo fueron Sonora, Chihuahua, Durango y Zacatecas (Celaya, 2019).

En el periodo neoliberal regresa para Sonora el patrón productivo del oro (Guevara, 2016), regresando al ejemplo histórico de mina aurea de inversión extranjera, de visión exportadora y utilizando maquinaria y muchos insumos y servicios importados.

Bracamonte et al (1997) indican que entre 1990 y 1996 se instalaron en Sonora 51 empresas mineras, la gran mayoría originarias de EUA y Canadá, siendo en total 133 firmas mineras en el estado, variación porcentual para este periodo del 62%. Se indica que el monto de la IED en minería en entre esos años ascendió a 59.9 millones de dólares, con un porcentaje promedio incremento anual del 200% (gráfico #4).

Algunos de los proyectos internacionales destacables que nacen en Sonora con estos flujos son:

Minera Hecla S.A. de C.V. de Estados Unidos en su mina La Choya; Oro de Sotula S.A. de C.V. de Canadá en la mina Santa Gertrudis del municipio de Cucurpe, Exploraciones El Dorado S.A. de C.V. de Canadá en La Colorada; Geomaque S.A. de C.V. de Canadá; Lluvia de Oro S.A. de C.V. de Canadá y Minera Roja S.A. de C.V. de Australia; todas en la explotación de oro. En molibdeno está Molimex S.A. de C.V. de Chile (Bracamonte, Lara, & Borbón, 1997, pág. 58).

En México también resaltan las compañías mineras canadienses, de las cuales para 1997 representaban el 42% del total de las empresas extranjeras y el 36% correspondía a empresas de capital estadounidense, mientras que el 21% restante pertenecía a inversores de Australia, Barbados, Reino Unido, Bermudas, Bélgica, España y otros países (Sariego, 2008 citado en Celaya, 2019). Estableciendo a la Bolsa de Toronto (TSX) como el centro neurológico de las inversiones mineras en Sonora y de gran parte de México (Celaya, 2019).

Entre los años de 1990 y 1996, Sonora vuelven a presentar importantes incrementos de la producción, en parte consecuencia de la nueva inversión recibida en el sector. En conjunto la producción de los principales minerales aumenta 85%, mientras que el oro sobresale con el 900% de crecimiento de producción, el molibdeno con el 300% y el cobre 28% (Bracamonte, Lara, & Borbón, 1997). El fuerte aumento de la producción del oro se puede deber a que en el periodo de la minería mexicanizada se dio prioridad a los yacimientos de metales comunes o industriales, mientras las nuevas inversiones que llegaban de los socios del TLCAN se centraron en los metales preciosos. Lo anterior generó un proceso donde el oro regresa como un porcentaje importante del valor de la producción minera estatal (Vázquez, 2009).

Recuperando que para 1996 la minería ya era el 9.10% del PIB, situación que mostraba una minería en expansión, un contexto sectorial competitivo y oportunidad para empresas nacionales e internacionales de proveer insumos y servicios a la industria minera.

Desde la década de los sesenta, se habían realizado intentos por generar una minería que tuviera una visión más doméstica tras una larga tradición exportadora, aún con restricciones a la exportación para que los minerales estuvieran al servicio de la industria interna, se exportaban aproximadamente el 40% de la producción nacional (Delgado & Del Pozo Mendoza, 2001). Pero las exportaciones verían incrementos considerables durante el periodo neoliberal. Entre 1992 y 1995 las exportaciones mineras de Sonora crecieron de 217 millones de dólares a 535 millones de dólares (140%), teniendo una tendencia de aumento superior al de las exportaciones totales del estado (77%) (Bracamonte, Lara, & Borbón, 1997).

En el caso del cobre, mineral que Sonora se mantuvo como el principal estado productor durante todo el siglo XX, tuvo una considerable visión hacia el exterior, durante los años anteriores de entrar en vigor del TLCAN (Traebecke, 1996). Durante los primeros años de la década de los noventa, más del 80% de la producción estatal del cobre era exportada, los siguientes años regresando a un nivel similar de exportaciones como el que se

tenía en la década de los ochenta (40%). Aun así, el volumen manejado del cobre en la primera mitad de los noventa era muy superior al de otros minerales, con las exportaciones de cobre representando más del 80% del valor del total de las exportaciones mineras de Sonora entre 1990 y 1995 (Herrera M. A., 2000). EUA fue el destino del 64.6% del cobre exportado por Sonora en dicho periodo (Peralta, 1997).

El caso del oro en Sonora ha sido de los máximos ejemplos de minería orientada hacia el exterior, con la llegada del neoliberalismo, la producción del metal preciosos vuelve a ser relevante para las exportaciones mineras de la entidad, representado en promedio entre 1990 y 1995 el 15% del valor de las exportaciones mineras sonorenses, también representando el 70% de las exportaciones auríferas de todo México (Traebecke, 1996). A diferencia del cobre, el oro manejó porcentajes promedio de exportación como proporción de la producción superiores al 87% durante la mayor parte de los noventa, destacando el año de 1994 donde se exportó el 100% de la producción aurífera sonorense (Herrera M. A., 2000). En promedio, en los noventa, el 90% de las exportaciones se dirigieron a EUA, el 7% a Canadá (Traebecke, 1996).

La orientación exterior del sector minero, indica que se satisfacen necesidades de clientes en diferentes geografías, pudiendo maximizar la capacidad instalada de las empresas. Para el contexto de desarrollo regional se evidencia que, en los noventa, las unidades extractivas y sus proveedores ya formaban parte de una cadena de suministro transfronteriza, cumpliendo estándares internacionales de calidad y generando divisas (Traebecke, 1996). Aunque también se argumenta que el proceso de integración económica de los noventa asentó las bases para una minería más moderna, globalizada y diversificada, pero cada vez menos mexicana y sonorense (Bracamonte, Lara, & Borbón, 1997).

Conclusión

La ponencia en extenso abordó distintos periodos históricos para Sonora y México. Donde se aprecia la importancia de esta actividad en la historia económica de antaño de Sonora. Aunque se encuentra que, en gran parte de los siglos, la minería mexicana se caracterizó por tener una visión de integración económica. En los distintos periodos la IED ha jugado un rol significativo, para Sonora por las implicaciones que tuvo en configuración, poblamiento y establecimiento de comunicaciones, se destaca el periodo del boom minero de 1870-1910. En la revolución y época postrevolucionaria el patrón exterior se conservó con la gran mayoría de las reservas de metales preciosos en manos extranjera, principalmente de EUA.

El único periodo que se pudo cambiar hacia una visión interior fue en la mexicanización de la minería entre 1961-1992, diferenciado por la participación del gobierno como empresario minero y el establecimiento de

grandes empresas mineras de capital privado mexicano, con un patrón productivo hacia el cobre y metales comunes. Por último, se tiene el periodo del TLCAN, donde el estado sale como inversor del sector y con distintas legislaciones, principalmente la Ley de Inversión Extranjera Directa de 1996, se liberalizó el sector y regresan los capitales extranjeros, retomando la producción de metales preciosos y la visión al exterior, aunque destaca que un nicho considerable permaneció en manos de empresarios mexicanos.

Se retoma nuevamente la cita de Bracamonte et al (1997) "...asentó las bases para una minería más moderna, globalizada y diversificada, pero cada vez menos mexicana y sonoreense..." (Bracamonte, Lara, & Borbón, 1997, pág. 73). Pues la visión exterior del sector acompañada de la IED ha permitido atender mercados internacionales, pero denotando la importancia que pudieran tener futuras investigaciones de las implicaciones sociales y económicas que el tener una minería con visión exterior tienen sobre el desarrollo regional, empleo, medio ambiente y bienestar de las poblaciones cercanas a las unidades extractivas.

El litio en Sonora. Ruta del proceso y perspectivas

*José Tadeo Ruiz Cedano
Miguel Ángel Vázquez Ruiz*

Resumen

A partir de que la empresa estadounidense Mining Technology en 2020 diera a conocer que, en una localidad de la sierra alta de Sonora, en el municipio de Bacadéhuachi), se encontraba uno de los yacimientos de litio más grandes del mundo, en México y el estado de Sonora, se generó una gran euforia acerca de la potencialidad energética y económica del metal, como alternativa a las fuentes “tradicionales”. Entre otros usos, el litio destaca ser una materia prima básica para producir baterías eléctricas, al servicio de la electromovilidad. El objetivo de esta ponencia es pasar revista de los hechos relevantes desde que se anunció el descubrimiento del yacimiento, hasta la actualidad, donde la atención está puesta en los aspectos técnicos de la exploración y explotación del metal.

Palabras clave: Litio, Sonora, trayectoria, técnicas.

Introducción

En el marco del peso que tiene la minería a nivel nacional y estatal en Sonora, cuyos principales metales de explotación son el cobre, el oro y la plata, donde en su explotación sobresalen grupos mexicanos (Grupo México), Canadá y Estados Unidos, con concesiones que no obstante algunos cuestionamientos, siguen estando firmes, emergió la información sobre los yacimientos de litio en México, especialmente en Sonora. De 2020 a la fecha se generó la gran expectativa sobre las bondades técnicas y económicas de este metal.

El objetivo de esta ponencia es describir los distintos momentos por los cuales ha discurrido el asunto del litio desde que se dio conocer el descubrimiento de Bacadéhuachi hasta la actualidad.

La metodología utilizada comprende dos fuentes de información: trabajo de observación y entrevistas en el municipio, documentos oficiales, así como diversos escritos publicados en Internet.

Los resultados, hasta ahora no se pueden precisar debido a las encrucijadas que aún presentan la realización de las diferentes etapas de explotación del metal.

Hitos sobre el litio

1. En la perspectiva científica, el otorgamiento del premio Nobel de Química en 2019 a John Goodenough (alemán), Stanley Whittingham (británico) y a Akira Yoshino (japonés), por desarrollar un proyecto para producir baterías de ion de litio, alertó a empresas y gobiernos sobre la posibilidad de hacer los grandes negocios.
2. No hay dispersión respecto a la localización del litio en el mundo. Por ahora, como ya se mencionó, destacan Australia, el triángulo de América del Sur (Argentina, Chile y Bolivia), Estados Unidos y el Norte de México, con la localización en el estado de Sonora. Según la empresa especializada en minas, Mining Technology para el 2020, eran 10 los proyectos más sobresalientes, donde por sus reservas estimadas en 243 millones de toneladas, destacan las del estado de Sonora. (<https://www.mining-technology.com/features/top-ten-biggest-lithium-mines/>). Consultada el 16 de agosto de 2021. La última actualización fue el 4 de diciembre de 2020.
3. Según el Servicio Geológico Mexicano e investigaciones independientes tanto en el norte del país, como en el centro y el sur, se tienen focalizadas posibilidades de explotación del ahora codiciado metal. Por estados destacan Baja California, Chihuahua, Zacatecas, Coahuila, San Luis Potosí.
4. Una vez que se ha explorado y comprobado que existe Litio, el reto consiste en saber cómo se encuentra: en rocas, en salares en forma de salmuera o en arcilla como sería el caso del litio de Salmuera como se presenta en el Triángulo del Litio Sudamericano.
5. Como ha sido tradición en la minería mexicana su explotación ha sido por capitales mexicanos, estadounidenses y canadienses. En el caso del litio hicieron presencia los chinos a través del binomio Bacanora Lithium - Ganfeng Lithium. Los chinos en el traspatio de Estados Unidos.
6. Sabido es que, ante la no realización de la reforma eléctrica, el gobierno optó por atraer el dominio del litio y en decreto firmado en la Cámara de Diputados el 18 de abril se plantea que: “La exploración, explotación, beneficio y aprovechamiento del litio quedan exclusivamente a cargo del Estado, y se llevarán a cabo por el organismo público descentralizado ... que determine el Ejecutivo Federal en términos de las disposiciones aplicables”. DOF.20 de abril de 2022.
7. Para la operacionalización de lo anterior, en decreto publicado el 23 de agosto de 2022 en su artículo primero se establece que: Artículo 1. Se crea el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal denominado Litio para México, con el

acrónimo "LitioMx" agrupado en el sector coordinado por la Secretaría de Energía, con personalidad jurídica y patrimonio propios, con autonomía técnica, operativa y de gestión".

8. Se retira concesión a Lithium - Ganfeng , por no cumplir con los compromisos de inversión.
9. ¿Dónde está el litio? En el cerro de la ventana y las perdices en el municipio de Bacadéhuachi Sonora. La población del lugar muestra dos expectativas: la expectativa del desarrollo local con fuentes de empleo y mayores ingresos y la negativa respecto a los problemas del agua, el destino de la flora y la fauna, y eventual contaminación del pueblo.

Dilemas en la ruta del litio

Una vez que la reforma eléctrica fue rechazada por no contar con las dos terceras partes de los diputados del Congreso de la Unión, el plan "B" del presidente López Obrador, modificar la ley minera para que el litio pase al dominio de la nación, fue aprobado el 18 de abril de 2022. A partir de entonces, El asunto del litio tiene varias dilemas que atender: 1) Cuál será la estrategia para dirimir el diferendo con la inversión extranjera que ya está posesionada del litio en Sonora, es decir, con la empresa China Ganfeng Lithium; 2) corroborar que México y en especial el estado de Sonora, es rico en ese metal alternativo para almacenar energía eléctrica en baterías; 3) clarificar en qué forma se encuentra el metal – pegmatitas, salmuera, arcilla, entre otras- para proceder a su explotación; 4) encontrar la tecnología para explotarlo, así como crear condiciones para producir cadenas de valor para industrializarlo e impulsar el desarrollo de México; y 5), desarrollar una estrategia para el impulso al desarrollo regional y local, de tal manera que el territorio donde existen los depósitos, no se convierta en un *enclave*, donde sólo se extraiga riqueza del subsuelo, se consuma el agua, se contamine y se entre en un proceso de depredación de la flora y la fauna, en este caso particular en el municipio de Bacadéhuachi, en cuyo territorio se localiza, el ahorapreciado metal.

Bacadéhuachi: del silencio bucólico al ruido mediático

Bacadéhuachi, es un poblado de la sierra alta de Sonora, de mil habitantes, fundado en 1645 con el nombre de San Luis de Bacadéhuachi, por el misionero jesuita Cristóbal García, en territorio habitado por tribus indígenas ópatas. Para su ubicación véase mapa 1.

El nombre proviene, justamente de ese dialecto, de las raíces "*Baca*", carrizo, "*degua*" entrada, puerta y "*tzi*", lugar; es decir, "En la entrada del carrizo". El hoy municipio de Bacadéhuachi se localiza al noreste del estado de Sonora, a 269 Km. de la capital sonorenses. Colinda al norte con el municipio de

Huachinera, al sur con Nácori Chico y Divisaderos, al este con Nácori Chico y al oeste con los municipios de Huásabas, Granados y Villa Hidalgo. Su extensión territorial es de 1,530.47 Km² que representa el 3.2 por ciento de la superficie total del distrito, y el 0.82 por ciento del total del Estado. (Jesús Moreno Durazo).

<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM26sonora/municipios/26008a.html>.

En la cadena de cerros que se divisa desde el centro del pueblo se identifican dos puntas que figuran una venta; por eso, obviamente, ese lugar se conoce como “La ventana”; del otro lado del cerro se ubica un sitio conocido como “Las perdices”. Mapa 1.

Mapa 1. Bacadéhuachi y su entorno



Fuente: [Sonora - Bacadéhuachi \(inafed.gob.mx\)](http://sonora-bacadehuachi.inafed.gob.mx)

Ese es el espacio de convergencia del litio, dicen los lugareños. Allí estuvo posesionada la empresa China Ganfeng Lithium, que en 2021 amplió su participación a un 50 por ciento de las acciones de Bacanora Lithium.

El único estudio de factibilidad

El informe técnico realizado en 2018 por Bacanora Lithium que fue dueña del proyecto hasta su compra por la empresa china Ganfeng Lithium en 2021, emitió el único informe de un estudio de factibilidad del proyecto Litio en Sonora, por lo que es el punto de partida para explicar el Proyecto de Litio en Sonora

Resumen del Informe Técnico del Proyecto de Litio en Sonora, México

Municipio de Bacadéhuachi, Sonora, México

Fecha: enero 2018

Ubicación, descripción y titularidad de la propiedad:

El Proyecto está ubicado a 170 km al sur de la frontera entre Estados Unidos y México, a al noreste de la capital del estado (Hermosillo).

El Proyecto propuesto por Bacanora Lithium consiste en una mina a cielo abierto y una instalación de procesamiento de carbonato de litio, con un plan de mina a 19 años.

Con una producción mínima anual de diseñada en 17,500 toneladas por año de Li_2CO_3 grado batería (Etapa 1) Además, el Proyecto Sonora Litio ha sido diseñado para producir hasta 28,800 t/año de sulfato de potasio (" K_2SO_4 "), para venderlo a la industria de fertilizantes.

Concesiones del proyecto

El proyecto está compuesto por un total de 10 concesiones: La Ventana y La Ventana 1, con una superficie aproximada de 1,820 has. Las cinco concesiones El Sauz, El Sauz 1, El Sauz 2, Fleur y Fleur 1 cubren aproximadamente 6,334 ha. en total y tres concesiones adicionales Buenavista, Megalit y San Gabriel que cubren aproximadamente 89,235 ha en total. Por lo que el área del proyecto cubre un total de 97 389 has.



Figura 4.3.1 Plan de Ubicación del Proyecto

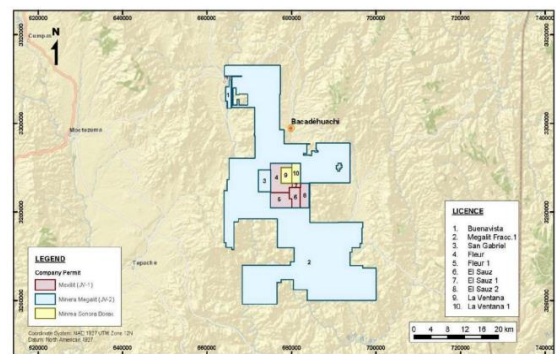


Figura 4.3.2 Ubicación de las Concesiones del Proyecto de Litio Sonora, México (Nota: En este informe solo se describen Meriali y MSD)

Historia

No existen registros de exploración minera ni de ocurrencias minerales en la Propiedad antes de 1992, cuando un grupo estadounidense, US Borax, inició trabajos de exploración regional en busca de depósitos de borato. En 1996, US Borax llevó a cabo un trabajo de campo detallado en el área que

consistió en mapeo geológico y muestreo de rocas. El mapeo resultó en el descubrimiento de secuencias de areniscas calcáreas de grano fino a lutitas intercaladas con bandas tobáceas que son localmente yesíferas. El muestreo de rocas en secciones representativas de la secuencia a intervalos a lo largo de las extensiones de rumbo de estas unidades arrojó valores de boro débilmente anómalos, en consecuencia, US Borax abandonó la exploración en el área.

En 2010, Bacanora inició un programa de muestreo limitado de rocas en la concesión La Ventana. Este trabajo condujo al descubrimiento de arcillas que contienen litio. Los trabajos de seguimiento realizados en 2011 en la concesión de El Sauz llevaron al descubrimiento de arcillas que contienen litio dentro de esta concesión.

En 2014 Bacanora Lithium completó el mapeo, el muestreo de virutas, excavación de zanjas, pruebas metalúrgicas y perforaciones en el Proyecto. Bacanora estimó los recursos minerales para las arcillas que contienen litio en las concesiones de La Ventana y La Ventana 1.

Imágenes de la campaña de prospección



Fuente: Informe técnico...

Los resultados arrojaron leyes de corte que iban entre 1824 PPM hasta 4510 PPM (se estima que se encuentra en 65 PPM en la corteza terrestre).

Tabla 6.3.2: Recursos minerales históricos indicados para las concesiones La Ventana (Verley, 2014)

litológico Unidad	Li (ppm) Cortar	Tonelaje (MT) ²	Li (ppm)	LCE (%) ¹	Tonelaje LCE (kt) ²
Arcilla superior	1.000	31	1.824	0,97	289
	2.000	21	2.256	1.2	258
	3.000	10	3.186	1.7	170
Arcilla inferior	1.000	61	3.247	1,73	1.055
	2.000	54	3.540	1,88	1.015
	3.000	38	4.510	2.40	917
Conjunto	1.000	92	2.771	1,48	1.353
	2.000	75	3.174	1,69	1.273
	3000	48	4.235	2.25	1.087

¹LCE = equivalente de carbonato de litio y supone que todo el litio se puede convertir en carbonato de litio sin pérdidas de recuperación ni procesamiento.

² Densidad aparente seca = 2,38 t/m³

La mineralización modelada tiene una longitud de rumbo de unos 7.2 km. La perforación profunda ha demostrado la existencia de mineralización a unos 500 m de profundidad desde el afloramiento y se ha extendido la mineralización modelada del bloque otros 300 a 400 m de profundidad para garantizar que cualquier material potencialmente económico por debajo del ya definido pueda incluirse en el recurso mineral o identificarse.

Columna estratigráfica compuesta

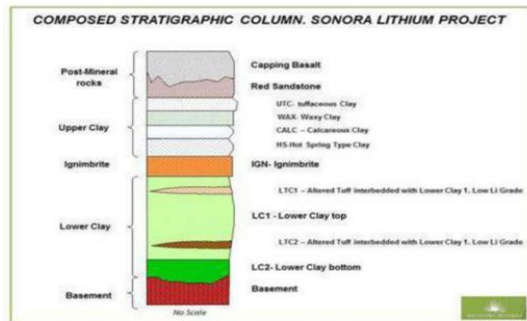


Figura 13.2.1 Columna estratigráfica compuesta

Table 14.9.1: Composite Statistics by KZONE (Weighted by Clay Unit Thickness)

Domain	Field	No Samples	Minimum	Maximum	Mean	Stand Dev	CoV	
Upper Clay (LG)	Li (ppm)	75	103	1,734	892	342	0.4	
		65	593	4,535	2,937	813	0.3	
		94	17	605	97	73	0.8	
		90						
		75						
Upper Clay (HG)	K (%)	65						
		94						
		90						
		90						

Métodos de recuperación

Se realizaron pruebas de beneficio para mejorar la economía del proyecto aumentando la ley del litio.

Diseño de la mina:

Los diseños de tajo abierto se basan en bancos de minería de 10 m, caminos de acarreo de 20 m de ancho (incluye espacio para bermas y zanjas) y un ángulo de pendiente entre rampas de 42 grados en el lado de la pared colgante (este) de los tajos. Los lechos de arcilla de litio descienden hacia el este y no hay rampas de

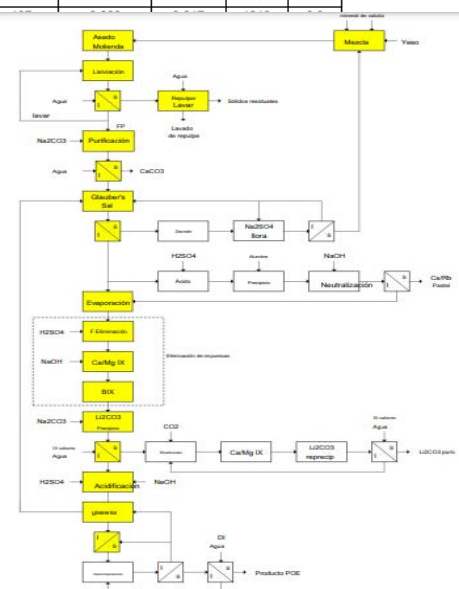


Figura 13.5.2: Diagrama de flujo de Beneficio amplificado

transporte en la pared este, por lo que el ángulo de pendiente entre rampas y el ángulo de pendiente general son los mismos a 42° según las recomendaciones del informe de Ausenco.

Métodos de minería:

La producción minera para un cronograma objetivo de 19 años proviene fases de extracción en el extremo norte del tajo.

El cronograma de producción de la mina está vinculado al arranque y ampliación de la planta de proceso de carbonato de litio (Li_2CO_3).

La planta comienza con una única línea de producción con un objetivo de tonelaje de Li_2CO_3 de 17.500 toneladas por año. En el año 5, se pone en marcha una segunda línea de planta y la capacidad total de producción de Li_2CO_3 aumenta a un mínimo de 35.000 t de Li_2CO_3 por año.

Conclusiones

El litio en su fase de exploración – explotación, más allá de la minería del oro, cobre y plata, a puesto a Sonora en el mapa nacional y mundial, de la búsqueda de los energéticos alternativos a los provenientes de los minerales de origen fósil. Ello explica la disputa entre empresas trasnacionales y el Estado Mexicano por su concesión. Finalmente, el litio ha sido nacionalizado por éste y creado una empresa mexicana responsable de los procesos productivos cuyo principal reto es crear cadenas productivas que tengan como producto principal, baterías para automóvil.

A nivel técnico, el proyecto promete ser más que una mina que garantice un suministro de carbonato de litio, ya que integra la construcción de una serie de complejos, tanto para la producción como para ser habitados por empleados, además de una central de energía y un gasoducto para alimentarla.

Promete ser un proyecto que se diferencie de la minería tradicional manchada por el estigma de ser una de las industrias más contaminantes, la resiliencia hacia la que se destina el carbonato de litio compromete al proyecto a ser transparente con los factores que intervienen en la explotación de este mineral crítico, especialmente con la emisión de CO_2 y con el consumo de agua.

A decir de sus impulsores, el proyecto tiene importancia más allá de lo económico, porque representa los pilares de la transición energética del país, especie de cuna de una nueva revolución verde en México.

Se espera que la nueva minería en Sonora, cobijada en el litio, imprima un carácter decisivo al desarrollo económico de México, así como alguna vez lo hizo la huelga de Cananea en 1906, cuna de la revolución mexicana que cambiaría el destino del país. Los años por venir serán decisivos para el proyecto de Bacadéhuachi.

Referencias

Alanís, Fernando, director general de Baluarte Minero, Excelsior, www.excelsior.com.mx, 25 de septiembre de 2023).

DOF: 20/04/2022. DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Minera

DOF decreto publicado el 23 de agosto de 2022. En su artículo primero se establece que se crea el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal denominado Litio para México, con el acrónimo "LitioMx"

Haro Iturribarria, Flor de María (2020). Depósitos de litio en México. Servicio Geológico Mexicano. https://www.geomin.com.mx/pdf/panel/litio/PRESENTA_LITIO_MEXICO_AIMMGMNov2020_Corregida.pdf

Informe técnico del estudio de factibilidad del estudio del litio en Sonora, realizado por la empresa AUSENCO. 2018,

Mining Technology. <https://www.mining-technology.com/features/top-ten-biggest-lithium-mines/>. Consultada el 16 de agosto de 2021. La última actualización fue el 4 de diciembre de 2020.

Moreno, Durazo, Jesús. Documento sobre la ruta del litio en Sonora. Bacadéhuachi. Noviembre de 2021.

<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM26sonora/municipios/26008a.html>.

Competitividad de actividad económica con mayor impacto en Sonora & Arizona, 2018-2022

*Karla Karelia Hernández Moreno
Carmen Bocanegra Gastelum*

Resumen

En el presente trabajo se realiza un análisis de competitividad por las actividades económicas del sector industrial, sector comercio y de servicios en las fronteras de Sonora y Arizona en el periodo de 2014 al 2019. De igual manera, se analiza la cantidad de empleados y aportación al ingreso total del sector. Como metodología de investigación se utilizaron bases de datos de fuentes oficiales de México, como la Secretaria de Economía, Secretaria Estatal de Sonora e INEGI y en USA Bureau of Labor Statistics y Data Census US.

La revisión y análisis de documentos y literatura pertinente, destacó como resultado del sector más representativas de las actividades económicas en cada estado, en generación de empleos y mayor aportación de ingresos son las siguientes: en Sonora durante el periodo de 2014 a 2019 la actividad económica con más aportación se distinguió a la industria manufacturera. En Arizona, en el año 2014 se colocaron en primera posición los restaurantes y servicios de comida y en el año 2019, este lugar lo representó la construcción.

Problemática:

Existe competitividad por actividad económica en las fronteras de Sonora y Arizona.

Objetivo general:

Analizar la competitividad de actividad económica más representativas de los estados de Sonora y Arizona por su número de empleados, salarios y aportación económica.

Metodología

En la presente investigación sobre la *Competitividad en actividad económica con mayor impacto en Sonora & Arizona, 2018-2022*, la metodología utilizada fueron las siguientes fuentes de información para su análisis y discusión.

Información del Banco de Información Económica (BIE) de INEGI

- Secretaria de Economía
- Secretaria de Economía Estatal de Sonora
- Banco de México
- USA Bureau of Labor Statistics
- Data Census US

Como veremos a continuación se presenta un debate teórico sobre las teorías que explican las variables a estudiar: integración económica, competitividad, salarios y empleo.

1. Integración económica

(Urquidi, 1966) explica que el intercambio es necesario para la integración, entendiendo que por esta situación en que se aprovechan al máximo las posibilidades técnicas de interrelación de la producción para obtener la mayor productividad presente y futura en beneficio de una sociedad más amplia, pero el intercambio por sí solo no conduce a la integración. La Cepal, (1997) explica que la integración económica es un proceso integrador, cualquier conjunto de acciones mancomunadas, impulsadas por instituciones comunes, que incrementan el nivel de interdependencia económica entre un grupo de países, así como el grado de intensidad de dicho proceso será tan amplio o limitado como lo deseen los países miembros.

1.1 Competitividad

La competitividad se relaciona con un conjunto de factores de éxito en un mercado, o patrón de competencia, que constituyen el "hito" de referencia para los procesos decisorios. Esta visión se diferencia de las formas convencionales de abordar esta materia en la medida en que busca en el proceso de competencia el elemento de referencia para el análisis (Kupfer, 1991). De tal manera que (Medeiros, Gonçalves & Camargos, 2019. pág. 2) explican que, en concepto de desempeño, la competitividad está relacionada con el rendimiento de las exportaciones industriales del país.

1.2 Empleo

La Organización Internacional de Trabajo OIT, citado en Galindo (2015) argumenta que el pleno *empleo* es el escenario donde a) hay trabajo para todas las personas que quieren trabajar y están en busca de él; b) el empleo es tan productivo cómo es posible; y c) los individuos tienen la libertad de elegir el empleo.

La coordinación de la representación de Sonora en Arizona explica que es una unidad Administrativa de la Secretaría de Economía Estatal que tiene las siguientes atribuciones:

- Apoyar la coordinación de la participación del Estado de Sonora en las reuniones plenarias de las comisiones Sonora – Arizona y las que sean requeridas.
- Dar seguimiento a los acuerdos y convenios binacionales realizados en coordinación con las instancias competentes.
- Promover espacios para una agenda binacional con la participación de las dependencias y entidades.
- Promover e incentivar la creación y consolidación de condiciones económicas para atraer al Estado inversiones extranjeras;
- Impulsar el desarrollo económico y competitividad del estado de Sonora en el estado de Arizona;
- Fomentar en el extranjero el aprovechamiento de los recursos y ventajas económicas y competitivas de la Entidad;
- Impulsar la comercialización de bienes y servicios producidos en el Estado de Sonora, en el mercado de Arizona, así como contribuir a consolidar una oferta exportable

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI menciona las clasificaciones siguientes clasificaciones:

- Actividad económica, la cual menciona que es un conjunto de acciones por unidad económica con el propósito de producir o proporcionar bienes y servicios que se incrementan por dinero y otros bienes o servicios (INEGI, 2015)

- Unidades económicas es el lugar o entidad donde se realizar las actividades económicas, dicha entidad o unidad puede ser una fábrica, despacho, banco, casa de cambio, escuela, hospital, taller de reparación, empresa de transporte, oficinas de gobierno u otros establecimientos, incluso un espacio de la vivienda o un trabajador por su cuenta sin establecimiento (INEGI, 2015).

2. Datos estadísticos de Sonora-Arizona

Los datos de Data México y Data EUA muestran la siguiente información sobre población de Sonora-Arizona. En la Tabla 1, donde ambos estados dividen la población por género y su porcentaje correspondiente, de tal manera que se aprecia la diferencia en cantidad de ésta en cada uno de los estados. Sonora con una población de 2,944,840 y Arizona con 7.08 millones de habitantes. De tal manera, que, en división por género en Sonora, la cantidad de féminas es de 1,472,643 lo que representa un porcentaje del 50%; por el lado de los varones es de 1,472, 197 con un porcentaje del 50%, lo que representa un balance en la población sonorense.

Arizona muestra una cantidad de féminas de 3,545,346 con una representación en porcentaje del 50.10% y de masculinos de 3,533,857 con una representación estadística del 49.90% lo cual representa un balance similar de género entre Arizona y Sonora.

Tabla 1. Datos de población en Sonora- Arizona

Datos	Sonora	Arizona
Población	2,944,840	7.08 M
Población femenina	1,472,643	3,545,346
Población masculina	1,472,197	3,533,857
Población femenina (%)	50.00	50.10
Población masculina (%)	50.00	49.90

Fuente: elaboración propia con datos de DataMexico <https://www.economia.gob.mx/datamexico/>

& dataCensus <https://data.census.gov/profile/Arizona?g=040XX00US04>

Analizando la información de los estados de Sonora y Arizona, se encontró en la Secretaría de Economía de México, un análisis sobre empleados dependientes por actividad económica según el sector que se muestra en la Tabla 2. Explicando como en Sonora en el año 2014, el sector secundario donde se incluyen las industrias manufactureras se encuentra posicionadas en primer lugar con un total de empleados de 443, 472 con un porcentaje total de la población del 28.9% y con un ingreso total del sector económico de \$ 802, 573 .00 millones de pesos, con un total del 48.1% al porcentaje del del ingreso total.

En segundo lugar, como actividad terciaria se encuentra el comercio al por menor, donde se incluyen las ventas al por menor de un negocio que vende un producto o servicio a un individuo para su uso personal. Este sector emplea a 286, 899 personas con una aportación del porcentaje de población del 18.7% y con ingreso total por sector económico de \$294, 817.00 con representación de porcentaje del 17,7% al porcentaje de ingreso total. En tercer lugar se encuentran los servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y servicios de remediación en el cual se incluyen vigilantes, guardias en establecimientos, barrenderos, trabajadores de limpieza, recolectores de basura y material reciclable con un total de empleados de 124, 092 con un aportación al porcentaje de población del 8,08% pero con un ingreso económico bajo de \$11,230 y con una representación en porcentaje del 1.20% al ingreso total por sector económico.

Tabla 2. Empleados dependientes de actividad económica 2014

SONORA				
Año	2014			
Sector	Empleados	(%)	Ingreso total por sector económico M MX	(%)
Industrias manufactureras	443,472	28,9	\$ 802, 573 .00	48,1
Comercio al por menor	286, 899	18,7	\$ 294, 817.00	17,7
Servicios de Apoyo a los Negocios y Manejo de Residuos, y Servicios de Remediación	124, 092	8,08	\$ 11, 230.00	1,20

Fuente: elaboración propia con datos de DataMexico
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/>

En la Tabla 3, se muestra como en el año 2019 las actividades secundarias y terciarias, continuaron siendo las mismas, pero con disminución de cantidad de empleados y el ingreso por sector económico. En primer lugar, las industrias manufactureras participaron con un total de 189,004 empleados, con una representación de población del 29.5% y con un ingreso económico de \$322,090 MX y un 35.2% de porcentaje de ingreso total. Así mismo el comercio por menor disminuyó a 108,900 empleados, con una representación de población del 17.0% y con un ingreso total del sector económico de \$168,450M MX con un porcentaje de 18.4%. Y en la última posición se encuentran los servicios de Apoyo a los Negocios y Manejo de Residuos, y Servicios de Remediación con 68,376 empleados, con un porcentaje de 10.7% y con un ingreso total de \$18,770M MX y un porcentaje de 2.05%.

Tabla 3. Empleados dependientes de la unidad económica según el sector económico, 2019

Sonora				
Año	2019			
Sector	Empleados	(%)	Aportación total unidad económica MX	(%)
Industrias manufactureras	189,004	29,5	\$322,090M MX	35.2
Comercio al por menor	108,900	17,0	\$168,450M MX	18.4
Servicios de Apoyo a los Negocios y Manejo de Residuos, y Servicios de Remediación	68,376	10,7	\$18,770M MX	2.05

Fuente: elaboración propia con datos de DataMexico <https://www.economia.gob.mx/datamexico/>

Así mismo en el estado de Arizona en el año 2014 dividida por actividad económica secundaria y terciaria se encontró que los restaurantes y servicios de comida fueron posicionados en primer lugar con el estado con un total de 176,363 personas empleadas en esa unidad, con una aportación a la población del 6.75%, con un ingreso económico de \$18,470 dólares. En segundo lugar, se encontró la construcción con un total de empleados de 158,121 y una aportación en porcentaje del 6.05% y con un ingreso económico de \$42,365. En tercer lugar, se encuentran las escuelas primarias y secundarias, con un total de empleados de 159,363 con una aportación a la población del 6.10% y con un ingreso económico de \$34,673 dólares.

Tabla 4. Empleados dependientes de la unidad económica según el sector económico, 2014

Arizona			
Año	2014		
Sector	Empleados	Porcentaje workforce	Average Salary
Restaurantes y servicios de comida	176,363	6.75	\$ 18,470.00
Construcción	158,121	6.05	\$ 42,365.00
Escuelas primarias y secundarias	159,363	6.10	\$ 34,673.00
Hospitales	116, 504	4.46	\$ 58,776.00

Fuente: elaboración propia con datos de DataUSA <https://datausa.io/profile/geo/arizona>

En la Tabla 5, se muestra como en el estado de Arizona la construcción se eleva al primer lugar con un total de 193,259 empleados, representando un porcentaje de población del 6.29% y con un ingreso económico de 48,588 millones de dólares, así mismo las escuelas primarias y secundarias que se incluye un total de 172, 848 empleados con una representación de 1.83% de la población del estado de Arizona y con un ingreso económico de \$36,421 millones de dólares. Y como tercer lugar se encuentran los Restaurantes y servicios de comida, con una cantidad de 210,188 empleados y con una representación de porcentaje del 1.81%, con ingreso total de \$21,546 millones de dólares.

Tabla 5. Empleados dependientes de la unidad económica según el sector económico, 2019

Arizona			
Año	2019		
Sector	Empleados	(%)	Ingreso total por sector económico
Construcción	193, 259	6.29	\$48,588 M DLLS
Escuelas primarias y secundarias	172,848	1.83	\$36, 421 M DLLS
Restaurantes y servicios de comida	210, 188	1.81	\$21,546 M DLLS

Fuente: elaboración propia con datos de DataUSA <https://datausa.io/profile/geo/arizona>

De acuerdo con datos de INEGI, se muestra como los salarios en México por industria manufacturera de fabricación de transporte desde el año 2018 al 2022 se ha elevado en poca cantidad, iniciando con 2.75 dólares y finalizando con 3.78 dólares. En cuatro años el incremento total fue de 1.03 dólares.

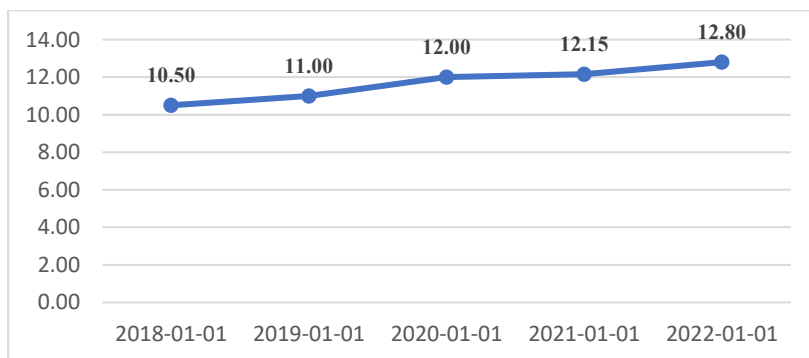
Gráfico 1. Salarios en dólares por hora en México por subsector de actividad en la industria manufacturera- fabricación de equipo de transporte



Fuente: elaboración propia con datos de INEGI, Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera y Banco de México. Estadísticas, Tipos de cambio, <http://www.banxico.org.mx>. 2023/07

En el Gráfico 2, se muestra el salario mínimo del estado de Arizona en dólares por hora. En el año 2018 el salario era de 10.50 dólares y se finalizó en el año 2023 con un total de 13.85. Con un incremento de 2.3 dólares en cuatro años.

Gráfico 2. Salario mínimo estatal para Arizona, dólares por hora



Fuente: elaboración propia con datos de U.S. Department of Labor, State Minimum Wage Rate for Arizona [STTMINWGAZ], retrieved from FRED, Federal Reserve Bank of St. Louis; <https://fred.stlouisfed.org/series/STTMINWGAZ#>, November 4, 2023.

En la Tabla 6, se muestra el resultado de la Tabla 5, donde la actividad secundaria incluida la construcción aporta un total de \$48,588 millones de dólares a la actividad económica en Arizona, es por eso que se muestra el salario medio por hora y las industrias con los niveles más altos de empleo en el sector.

Tabla 6. Arizona: industrias con los niveles más altos de empleo en obreros de la construcción

ARIZONA	Salario medio por hora Dlls	Salario medio por hora MX
Otros contratistas comerciales especializados	\$22.06	\$391.34
Construcción de edificios residenciales	\$20.65	\$366.33
Construcción de sistemas de servicios públicos	\$23.47	\$416.36
Construcción de edificios no residenciales	\$23.93	\$424.52
Contratistas de cimientos, estructuras y exteriores de edificios	\$21.96	\$389.57

Fuente: elaboración propia con datos de U.S Bureau of Labor Statistics [https://www.bls.gov/oes/current/oes472061.htm#\(2\)](https://www.bls.gov/oes/current/oes472061.htm#(2)) y tipos de cambio de <https://www.banxico.org.mx/> 2023/11

Conclusión

En función a la competitividad de actividad económica en empleo y salarios en las fronteras de Sonora-Arizona, obtenemos varios resultados importantes entre ellos la diferencia de población de cada uno, pero con igualdad de género similar en cada uno de los estados.

Así mismo, en Sonora en el año 2014 y 2019 los empleados dependientes por actividad económica secundaria y terciaria continuaron siendo los mismos sectores, con diferencia de cantidad de empleados y la aportación al sector económico en cada uno de ellos. Así mismo ,el comercio al por menor es importante en sector económico en el cual emplea una cantidad de 286,899 empleados y los servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y servicio de remediación que se incluyen (vigilantes, guardias en establecimientos, barrenderos, trabajadores de limpieza, recolectores de basura y material reciclable) dan como resultado importante en el sector económico por emplear en el año 2019 a 68,376, pero no dan una aportación tan elevado al sector económico, tan solo de 18,779 M MX.

A diferencia del estado de Arizona se muestra variabilidad, en el año 2014 el sector económico más importante para el estado fueron los restaurantes y servicios de comida con una total de 176, 363 empleados, con una aportación económica de 18, 470 M dlls. En segundo lugar, la construcción con un total de 158, 121 empleados y aportación económica de \$42,365 M dlls. A diferencia del año 2019 la construcción se convierte en la unidad económica más importante de la actividad económica

secundaria del estado con un total 193, 259 empleados y un ingreso total al sector económico de \$48, 588 M dls. En segundo lugar, cambia a educación, en donde se incluyen las escuelas primarias y secundarias, empleando a 172, 848 empleados, pero con una aportación elevada al ingreso total económico de \$36, 421 M dls.

Los salarios por sector económico son relevantes para ser un atractivo de empleo a los ciudadanos y la aportación al sector económico sea significativa.

Referencias

Banco de México (2023). Recuperado 11 de noviembre de 2023.
<https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadroAnalitico&idCuadro=CA91>

CEPAL (1977). Reflexiones sobre el marco conceptual de la integración económica centroamericana. *Revista de la CEPAL.* p.3-39
<https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12378/003023060.pdf?sequence=1>

Data Census US (2023). Economía de Arizona. Recuperado el 09 de noviembre del 2023.
<https://data.census.gov/profile/Arizona?g=040XX00US04>

Data Mexico (2023). Economía de Sonora. Recuperado el 07 de noviembre del 2023.
<https://www.economia.gob.mx/datamexico/>

Ferraz, Kupfer & Haguenaer (1996). El desafío competitivo para la industria brasileña. *Revista de la CEPAL.* Núm., 56, 1996. Santiago de Chile.
http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12019/058145173_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Neffa, J (1999). Actividad, trabajo y empleo: algunas reflexiones sobre un tema en debate. *Orientación y sociedad.* Vol. 1, p. 127-162.
https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.2956/pr.2956.pdf

U.S. Department of Labor, State Minimum Wage Rate for Arizona [STTMINWGAZ], retrieved from FRED, Federal Reserve Bank of St. Louis;
<https://fred.stlouisfed.org/series/STTMINWGAZ#>, November 4, 2023.

Urquidi V. (1966). Teoría, realidad y posibilidad de la ALALC en la integración económica latinoamericana: dos conferencias. *Colegio de México*, pp. 7-26.
<https://doi.org/10.2307/j.ctvckq310.3>

INEGI (2015). Clasificación para actividades económicas. Recuperado el 12 de noviembre del 2023.
<https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/209/download/6081>

Tabla 1. Datos de población en Sonora- Arizona

Tabla 2. Empleados dependientes de actividad económica 2014

Tabla 3. Empleados dependientes de la unidad económica según el sector económico, 2019

Tabla 4. Empleados dependientes de la unidad económica según el sector económico, 2014

Tabla 5. Empleados dependientes de la unidad económica según el sector económico, 2019

Tabla 6. Arizona: industrias con los niveles más altos de empleo en obreros de la construcción

Gráfico 1. Salarios en dólares por hora en México por subsector de actividad en la industria manufacturera- fabricación de equipo de transporte

Gráfico 2. Salario mínimo estatal para Arizona, dólares por hora

Factores de la migración mexicana hacia Estados Unidos y sus efectos económicos

Julio Cesar García Chiquini

Joel Enrique Espejel Blanco

Introducción

¿Cuáles han sido las condiciones, laborales y económicas que propiciaron la migración de mexicanos a Estados Unidos?

Existen varios factores que causan la migración de México hacia Estados Unidos podemos y podemos establecer una relación con algunas teorías que explican cuál es el origen de la migración en este grupo específico.

Teoría de expulsión-atracción (push and pull) de Ravenstein.

-Mejores oportunidades de empleo, en busca de salarios más altos, ya que el mercado laboral en Estados Unidos es más amplio y puede ofrecer y existe mayor diversidad de industrias que proporciona mejores perspectivas de empleo.

Algunos autores señalan como principales factores la marginación, pobreza y desigualdad social Fernando Alanís, 2014, algunos otros autores como Cohen, 2008, señalan que la migración obedece a una diáspora voluntaria en busca de trabajo, donde se conserva una memoria colectiva idealizada y se mantienen una conexión continua con un país de origen.

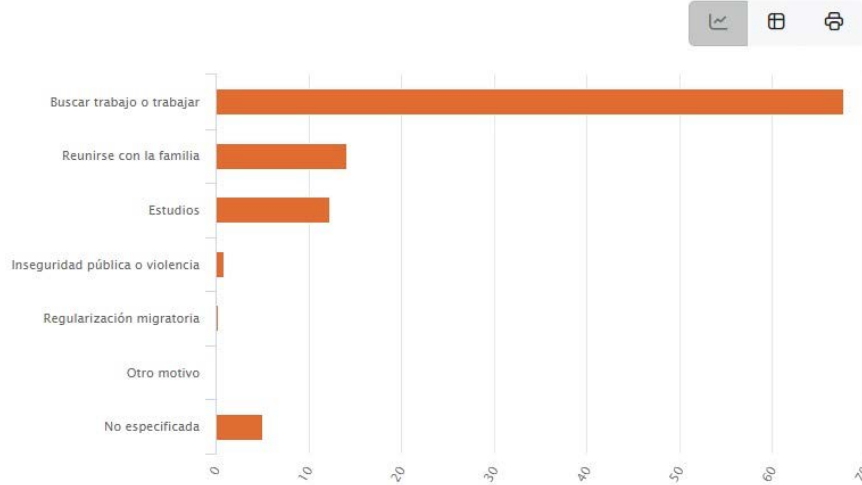
Factores internos

-Según los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2020 (INEGI), sobre las principales causas de emigración internacional se puede observar que el 67.7% decidió emigrar en busca de trabajo, el 14.1% por reunificación familiar, el 12.2% por estudios y el 5% por otras razones.

Distribución porcentual de emigrantes internacionales por causa de la emigración

Porcentaje

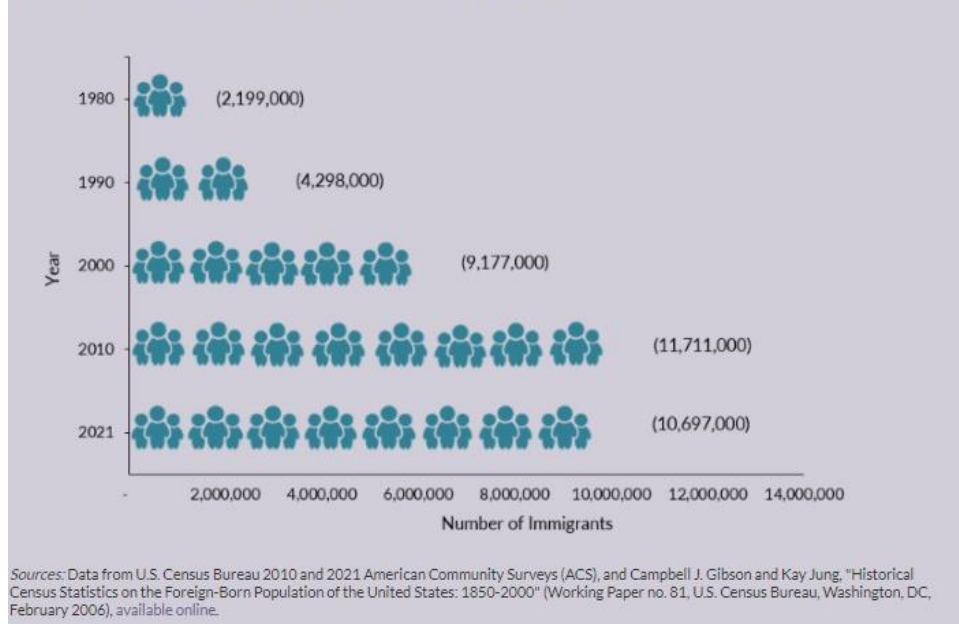
2018

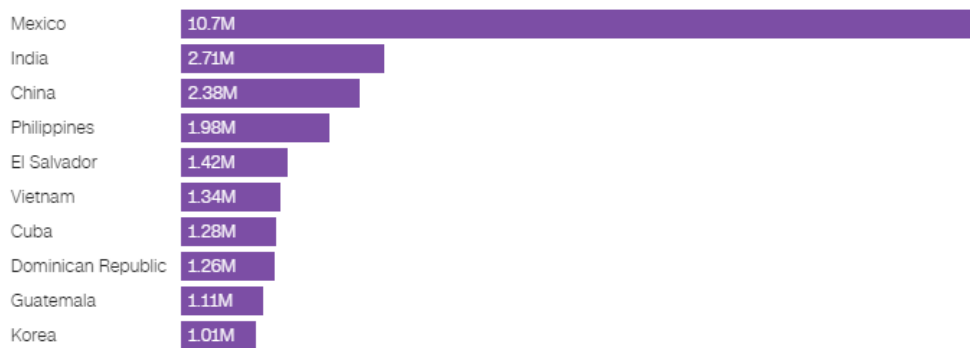


Fuente. INEGI,2020

Caída de la migración en la última década

Figure 1. Mexican Immigrant Population in the United States, 1980-2021





Note: Data for foreign-born immigrants from the Korean peninsula, identified as Korea in US Census records, includes immigrants from South Korea and North Korea.

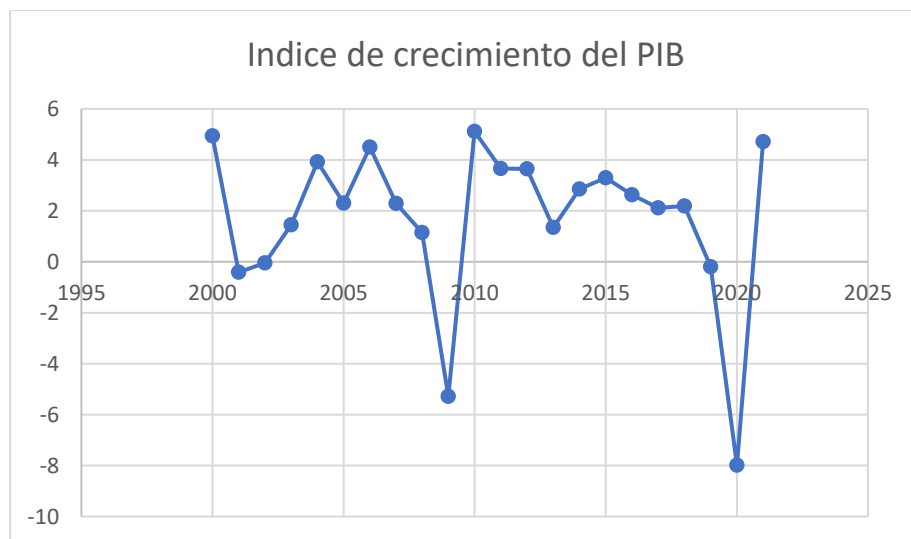
Source: Migration Policy Institute analysis of 2021 American Community Survey data
 Graphic: Catherine E. Shoichet, CNN



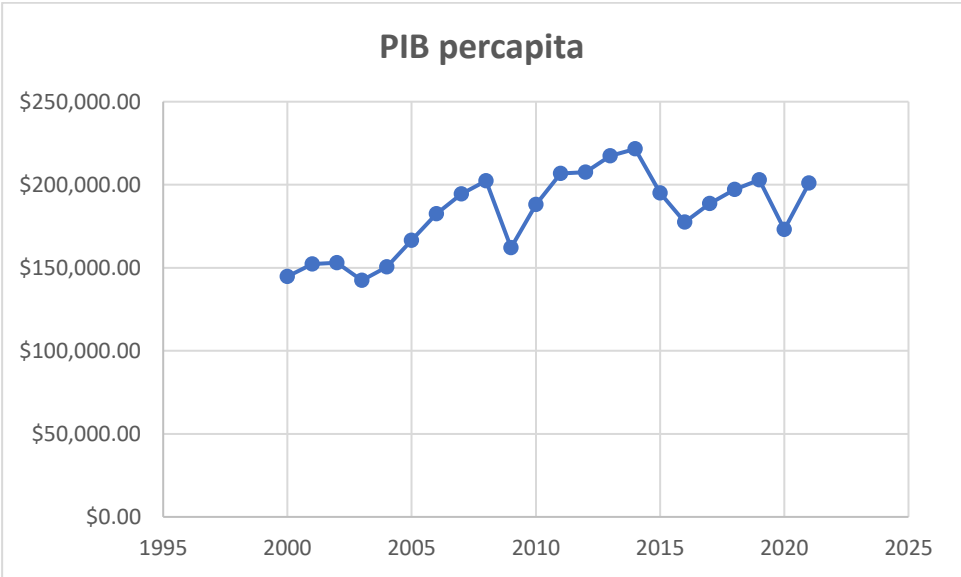
¿Qué relación existe entre la migración y la economía interna de México?

La teoría clásica afirma que la migración de México hacia Estados Unidos también aumenta si el desempleo aumenta y viceversa, si el empleo y economía crecen, la migración disminuye; no obstante, son pocos los años donde se presenta tal relación, como podemos analizar los siguientes datos macro económicos de las últimas décadas y su relación con la incidencia migratoria.

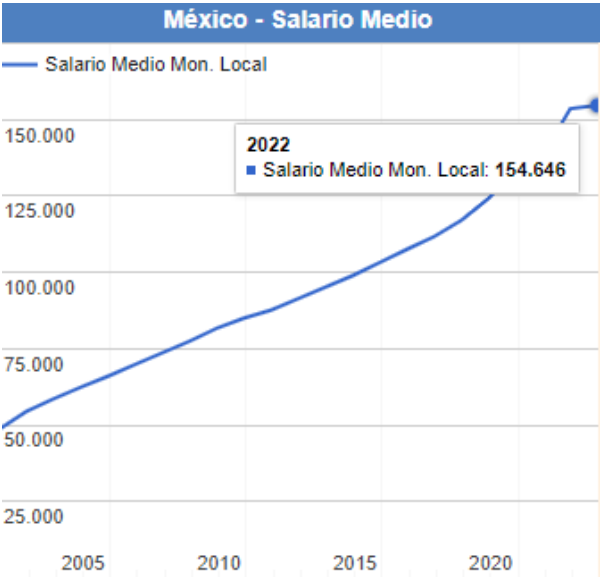
Aumento del PIB



Aumento de PIB percapita

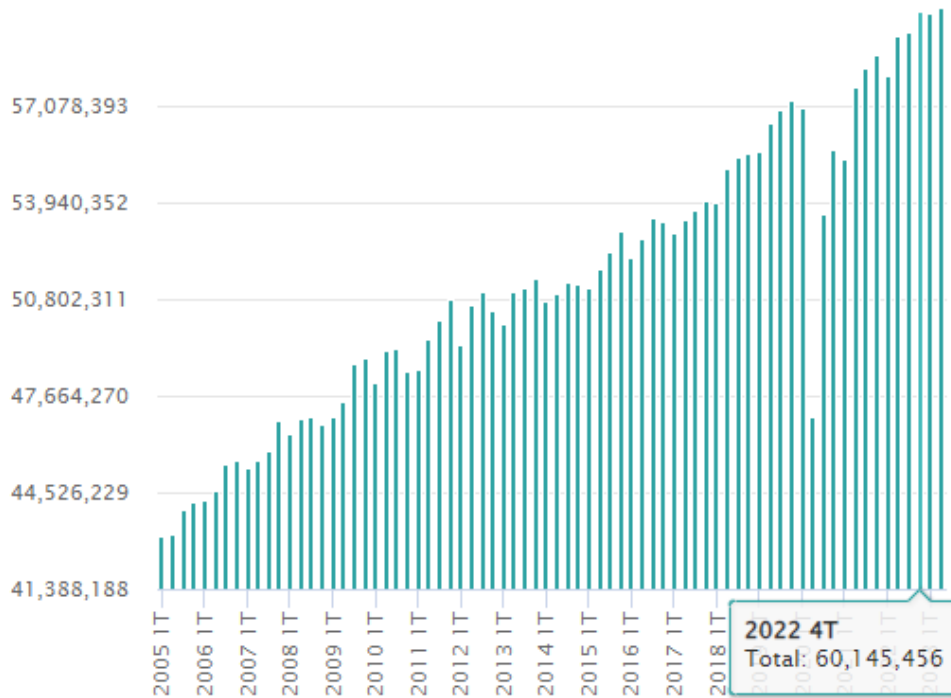


Fuente: datos de datacatalog.worldbank.org



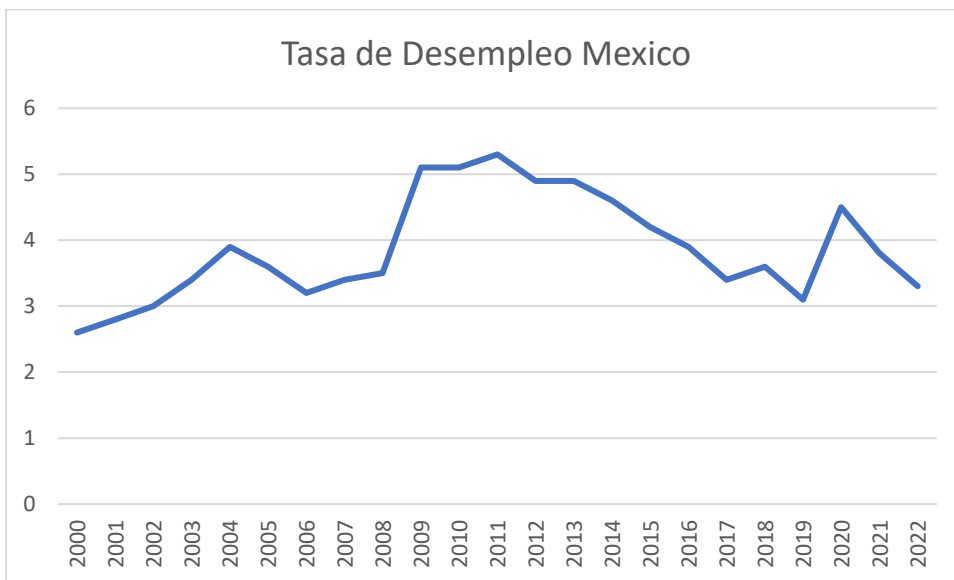
Aumento el salario

Población económicamente activa en millones



Fuente:

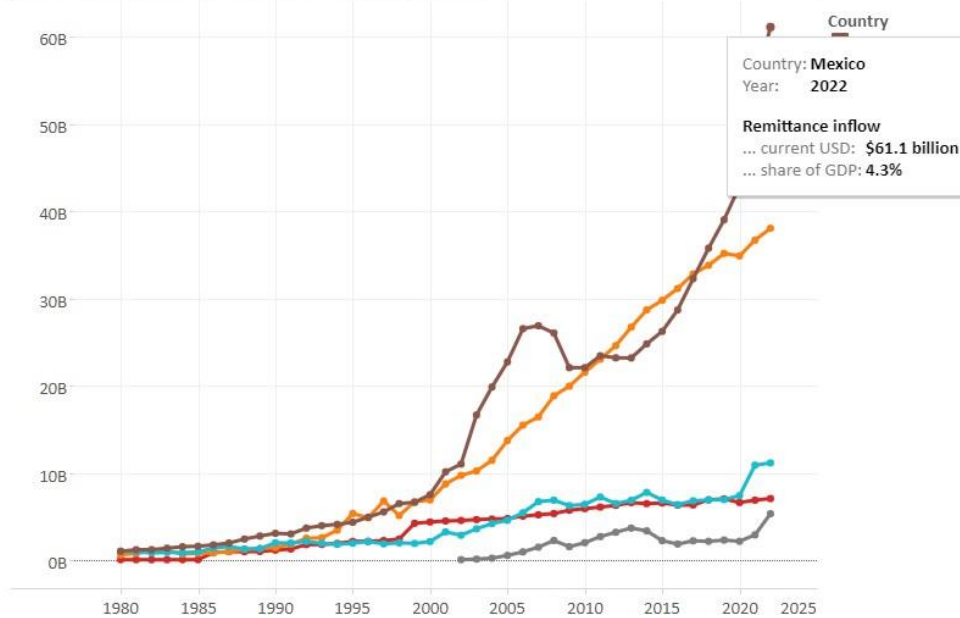
INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.



Fuente: INEGI, encuesta nacional de ocupación y empleo

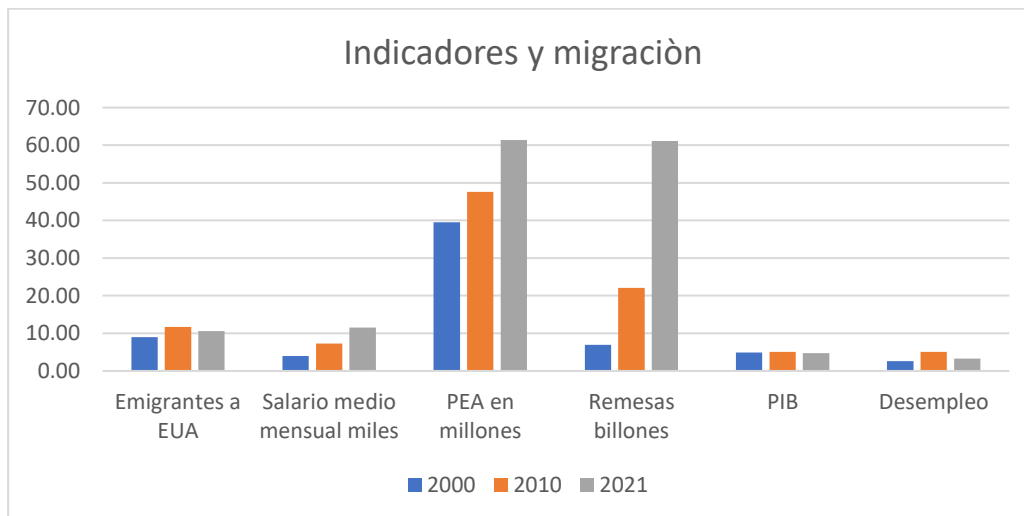
Aumento considerable de remesas

Annual Remittance Flows by Country, 1980-2022



Fuente: Migration Policy Institute tabulations of remittance inflow and outflow data from the World Bank Global Knowledge Partnership on Migration and Development (KNOMAD) (June 2023 update). Available here: www.knomad.org/data/remittances.

Relación migración e indicadores económicos



Fuente, elaboración propia basado en todos los indicadores previamente citados.

La falta de oportunidades laborales y los bajos salarios pueden motivar la emigración de mexicanos a Estados Unidos, sin embargo, no siempre hay correlación entre aumento de migración hacia Estados

Unidos, el desempleo o el salario en México, en cada década, sin embargo, lo que sí es concluyente es que la migración en las últimas décadas tiene mayor co relación con el crecimiento del PIB.

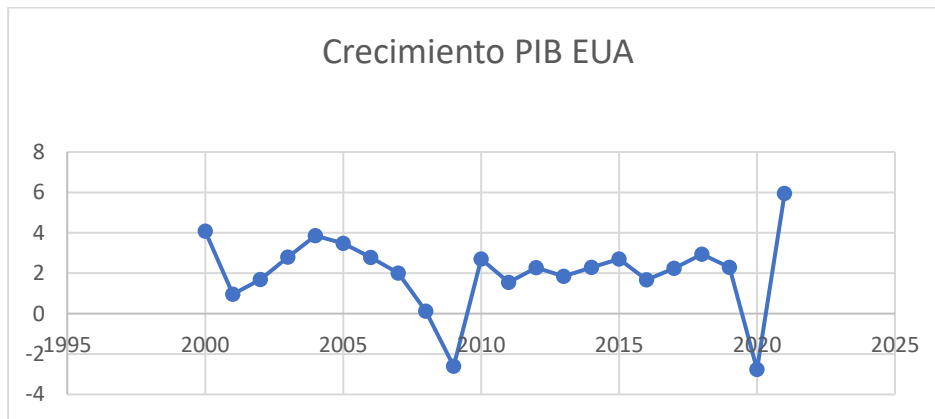
¿Cuáles han sido los factores externos que han influido o determinado la migración de mexicanos hacia de Estados Unidos?

Probablemente la teoría de migración internacional más antigua y mejor conocida fue desarrollada originalmente para explicar la migración laboral en los procesos de desarrollo económico (Lewis, 1954; Ranis y Fei, 1961, Harris y Todaro, 1970: Todaro, 1976). De acuerdo con esta teoría económica del neoclasicismo la migración internacional, así como su equivalente nacional, trae causa de las diferencias geográficas en la oferta y demanda de mano de obra.

Piore (1979) ha sido el más fuerte y elegante representante de este punto de vista teórico, argumentando que la migración internacional es provocada por una permanente demanda de trabajadores extranjeros inherente a las estructuras económicas de las naciones desarrolladas.

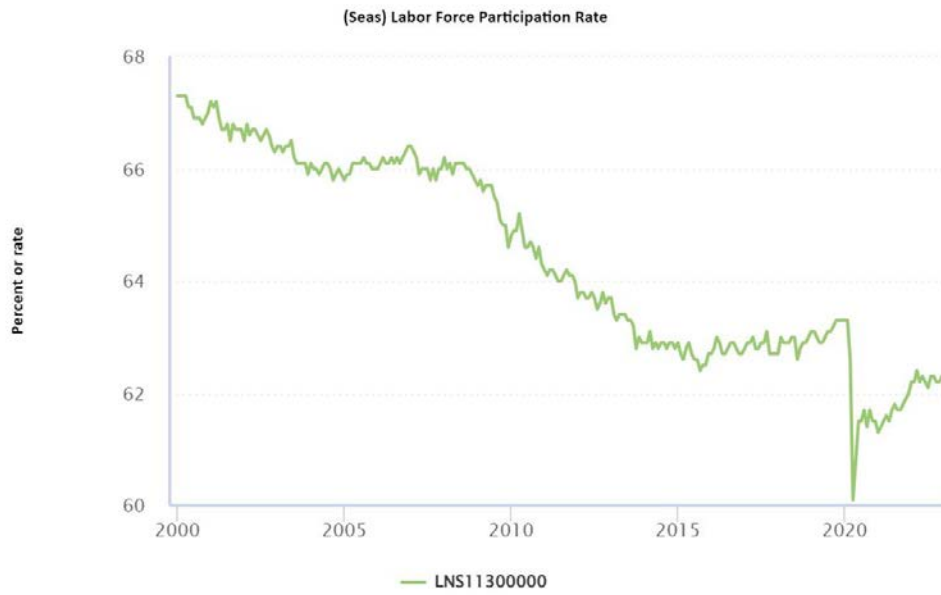
Factores externos

Aumento del PIB



https://data.census.gov/profile/United_States

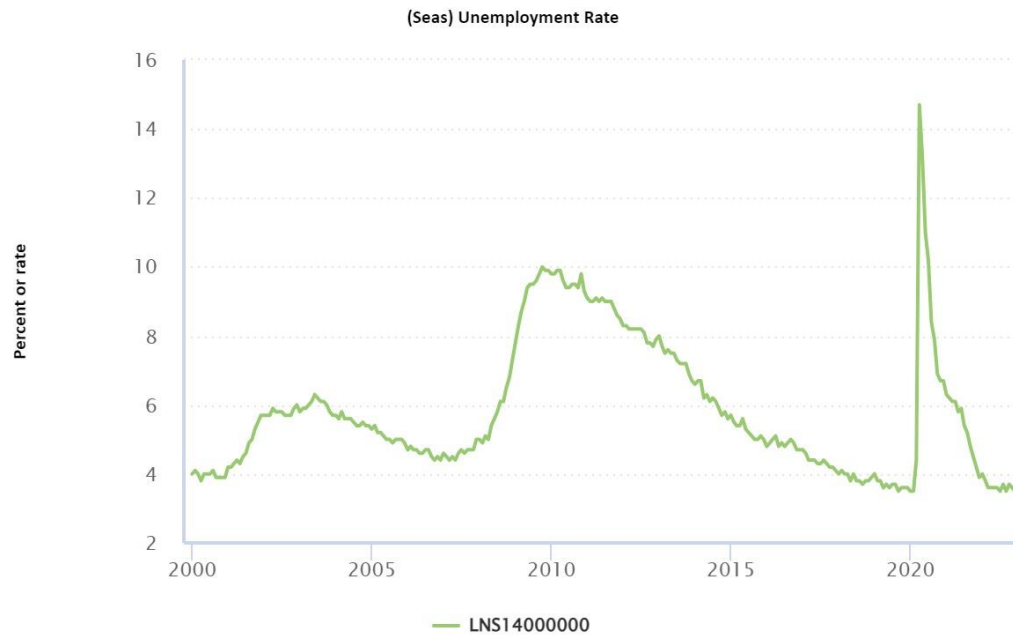
Tasa de participación en la fuerza laboral



Click and drag in the plot area to zoom in. Hover over chart to view data.
Source: U.S. Bureau of Labor Statistics.

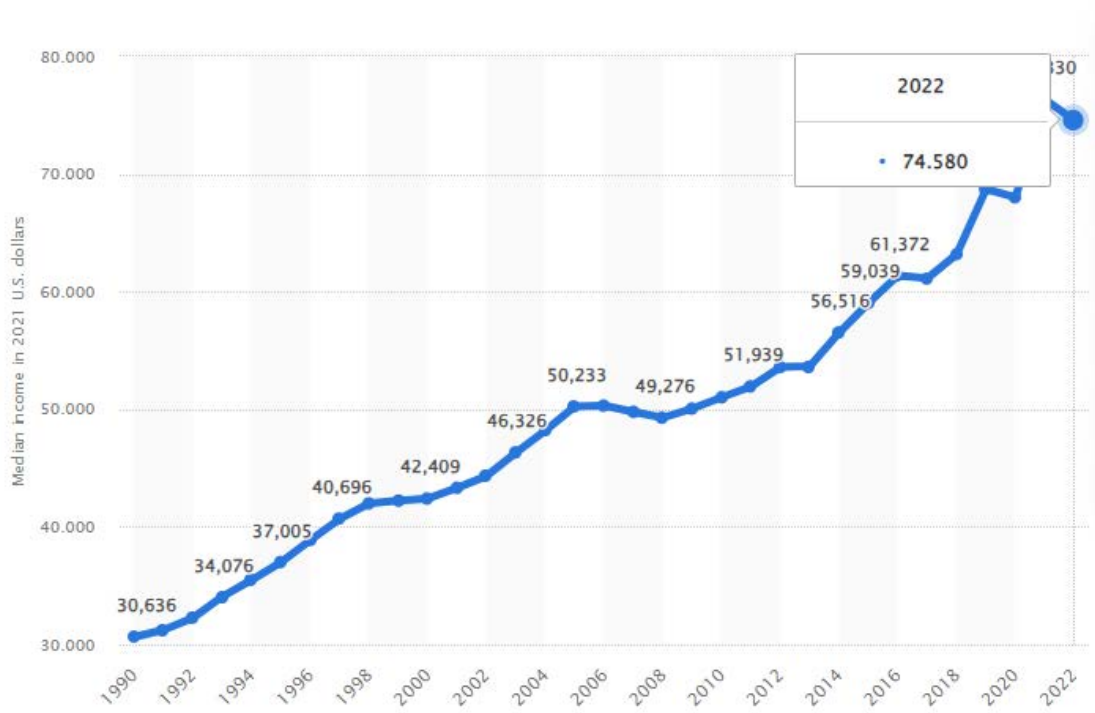


Fuente: Buro del trabajo EUA

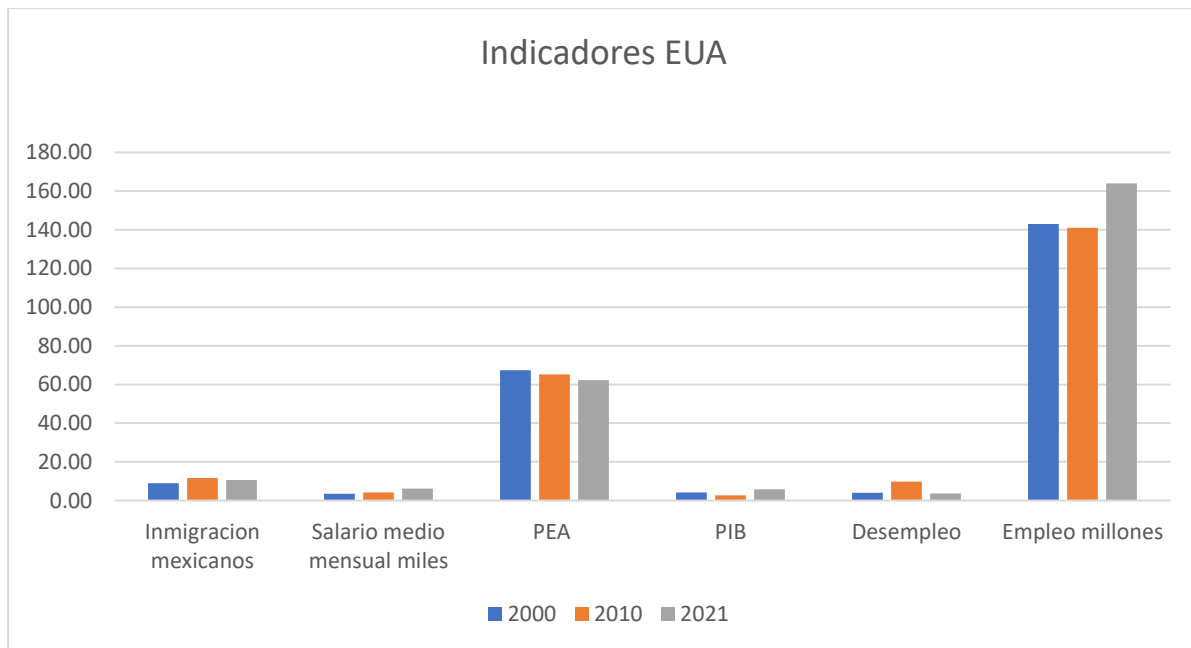


Click and drag in the plot area to zoom in. Hover over chart to view data.
Source: U.S. Bureau of Labor Statistics.





Fuente: Publicado por el Departamento de Investigación de Statista, 2023



¿Cuál es la tendencia de la migración mexicana hacia el futuro?

Finalmente vemos que la migración de México a EEUU se relaciona mayormente con el ciclo económico en Estados Unidos, hay una fuerte correlación con el empleo en Estados Unidos. En general, cuando el empleo (desempleo) aumenta (disminuye), la migración también lo hace y lo contrario sucede cuando el empleo (desempleo) disminuye (aumenta). Las correlaciones de cada una de las variables confirman lo que los gráficos muestran, la mayor correlación de la migración mexicana a Estados Unidos está con el empleo en este último país y sus ciclos económicos.

Mercado de frutas y hortalizas subóptimas en la región transfronteriza Sonora-Arizona 1994-2023

*Paola Angélica Ballesteros Martínez
Dena maría Jesús Camarena Gómez*

Resumen

El descarte de alimentos perfectamente comestibles que no cumplen con las características o estándares estéticos (subóptimos) representa entre el 20% y 40% del índice de la pérdida y el desperdicio alimentario (pda) a nivel global. Actualmente los estudios sobre las preferencias de consumo de productos subóptimos son escasos. Entre los hallazgos se ha señalado que en el caso de México se desperdician 20.4 millones de toneladas de alimentos, los cuales representan el 34% del total de la producción nacional, y en el 42% de los casos el motivo del desecho se debe a la carencia de una “óptima” apariencia estética. En la presente investigación se busca analizar cómo el marco normativo de los tratados comerciales entre México y Estados Unidos influye en la comercialización de frutas y hortalizas subóptimas en la región transfronteriza Sonora-Arizona a través del análisis del mercado de consumo para identificar su contribución al comercio del objeto de estudio, mediante una investigación mixta en la cual se empleen fuentes secundarias y primarias de información, la observación directa en establecimientos comerciales, entrevistas directas a productores y una encuesta a consumidores acerca de sus hábitos de compra y consumo en las ciudades: Nogales Sonora, Agua Prieta, Hermosillo, Nogales Arizona, Douglas y Tucson.

Palabras Clave: Alimentos subóptimos, Consumidor, Integración Económica, Relación bilateral.

Problema de Investigación

Enunciado del problema

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) el 14% de los alimentos a nivel mundial se pierde entre la cosecha y la distribución, representando en términos económicos un valor estimado de 400,000 millones USD, en tanto otro 17% es desperdiciado desde la distribución hasta el consumo (Muñoz, 2021).

En los últimos años el desperdicio de alimentos ha recibido una creciente atención científica y social, ya que se considera que una causa importante del desperdicio de alimentos es la falta de voluntad de las cadenas de suministro y los consumidores de vender, comprar y consumir alimentos que no sean óptimos o perfectos. No obstante, la investigación académica y estudios empíricos sobre el tema es escasa y no hay resultados concluyentes (De Hooge *et al.*, 2017).

Por otra parte, las consecuencias del desperdicio de alimentos se reflejan además en los ámbitos social y medioambiental, dado que en el proceso de producción de frutas y hortalizas se utiliza agua, energía y diversos agroquímicos, asociados estos últimos a problemáticas medioambientales (Ochoa, Camarena, Gutiérrez y Aldana, 2012; Camarena-Gomez, Romero-Valenzuela y Camarena-Gómez, 2020). Se estima que a nivel global cada año se pierden aproximadamente 45 trillones de galones de agua derivado del desperdicio de alimentos, donde un 1/4 del total es utilizado en la agricultura, sector que a su vez consume el 70% del agua a nivel mundial. (Mendivil y Camarena, 2021).

A la par estudios como el de Poveda (2019), consideran que en Estados Unidos los supermercados desechan anualmente 2.5 millones de toneladas de alimentos que aún son comestibles; en el caso de Reino Unido se estima que un 7% de las pérdidas y desperdicio de alimentos es comestible (WRAP, 2013).

Se les denomina “alimentos subóptimos” a aquellos que son perfectamente comestibles, pero no cumplen con las características o estándares estéticos “óptimos”, descartándose ante alimentos que no presentan imperfecciones, representando entre el 20% y el 40% del total de la pérdida y el desperdicio alimentario (pda) a nivel global (HLPE/FAO, 2014), mientras que en México las cifras se sitúan en torno al 40% del total (Aguilar, 2018). Existen situaciones donde los productores, distribuidores y el consumidor final consideran que los “subóptimos” no son aptos para consumo. El aspecto subóptimo de un alimento puede ser en términos de 1) apariencia, en forma, tamaño o peso; 2) en el tiempo en el que se puede utilizar, determinado por su madurez o la fecha de caducidad; 3) o bien en el estado de su embalaje, como puede ser un mal etiquetado, roto o abollado (De Hooge *et al.*, 2017 p.2).

A su vez, en buena medida el hecho de que ciertas verduras o frutas deformes que cosechan los agricultores no lleguen al supermercado tiene que ver con la deducción que tiene el minorista

respecto a que una fruta u hortaliza subóptima no se venderá y, por tanto, no se conoce si el consumidor realmente compraría alimentos subóptimos (Aschemann-Witzel *et al.*, 2019).

En esta línea, se identifica que la investigación empírica sobre las preferencias de los consumidores por productos subóptimos es limitada, son escasos los estudios que proporcionan información acerca de la disposición de los consumidores hacia la compra de productos subóptimos en los supermercados y su consumo en los hogares. En este sentido, De Hooge *et al.* (2017) efectuó un experimento de elección en línea entre 4214 consumidores de cinco países del norte de Europa encontrando que las preferencias de los consumidores por productos subóptimos difieren de acuerdo al sitio donde se encuentra la persona, ya sea supermercado o en casa, de tal manera que las elecciones de los consumidores, las preferencias de descuento y los comportamientos de desperdicio de productos subóptimos están influenciados por la demografía (nacionalidad, edad), por las características de la personalidad (orientación al valor, compromiso con la sustentabilidad ambiental y la percepción de la efectividad del consumidor para salvar el medio ambiente) y por aspectos de desperdicio individual (percepción del desperdicio de alimentos del hogar, percepción de la importancia del desperdicio de alimentos, hacer compras / cocinar).

Al centrarse en el análisis de este tema en el ámbito nacional se identificó que en México el desperdicio anual ronda los 20.4 millones de toneladas de alimentos, los cuales representan el 34% del total de la producción nacional, y en el 42% de los casos el motivo del desecho se debe a la carencia de una “óptima” apariencia estética Aguilar (2019). En términos económicos, este desperdicio representa más de 400 mil millones de pesos anuales. En el contexto regional, en particular en la ciudad de Hermosillo, Mendivil y Camarena (2021) señalan las consecuencias de la pérdida y desperdicio de alimentos y su impacto en los ámbitos económico, medioambiente y social, sin embargo, identificaron una ausencia de diferenciaciones entre las frutas y hortalizas óptimas y subóptimas presentes en los establecimientos de la ciudad, además de la carencia de una estrategia comercial para potencializar su venta e informar al consumidor acerca del impacto de sus decisiones en el desperdicio alimentario.

Preguntas de investigación

Pregunta general:

- ¿El marco normativo actual a raíz de los tratados comerciales entre México y Estados Unidos contribuye al comercio de frutas y hortalizas subóptimas?

Preguntas específicas:

- ¿Cuáles son las teorías, conceptos y modelos que fundamentan el mercado de frutas y hortalizas subóptimas?

- ¿Cuáles son los antecedentes y características comerciales del mercado de frutas y hortalizas subóptimas?

- ¿Cómo son los panoramas de producción y comercialización del mercado de frutas y hortalizas subóptimas?

- ¿Cuál es el potencial de comercialización de frutas y hortalizas subóptimas en la región transfronteriza Sonora-Arizona?

- ¿Cuáles son las características demográficas y territoriales que afectan la comercialización de frutas y hortalizas subóptimas a través de la región transfronteriza Sonora-Arizona?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

-Analizar cómo el marco normativo de los tratados comerciales entre México y Estados Unidos influye en la comercialización de frutas y hortalizas subóptimas en la región transfronteriza Sonora-Arizona a través del análisis del mercado de consumo para identificar su contribución al comercio.

Objetivos específicos

- Definir el marco teórico y conceptual del mercado de frutas y hortalizas subóptimas.
- Describir los antecedentes y características comerciales del mercado de frutas y hortalizas subóptimas.
- Analizar los panoramas de producción y comercialización de las frutas y hortalizas subóptimas.
- Investigar el potencial de comercialización de las frutas y hortalizas subóptimas en la región transfronteriza Sonora-Arizona.

- Analizar el marco normativo actual a raíz de los tratados comerciales entre México y Estados Unidos para identificar la contribución al comercio de frutas y hortalizas subóptimas.
- Analizar las características demográficas y territoriales que afectan la comercialización de frutas y hortalizas subóptimas a través de la región transfronteriza Sonora-Arizona.

Justificación

En Estados Unidos se desperdician anualmente 133 mil millones de libras de alimentos (30% del suministro total: 10% a nivel minorista y 20% entre consumidores (Departamento de Agricultura de EE.UU., 2014, citado en Wharton et al., 2021). En el caso de México, Aguilar (2019) señala que al año se desperdician 20.4 millones de toneladas de alimentos, los cuales representan el 34% del total de la producción nacional, y en el 42% de los casos el motivo del desecho se debe a la carencia de una “óptima” apariencia estética.

Dado que la suboptimalidad del producto representa un papel fundamental en la elección del consumidor (De Hooge *et al.*, 2017) resulta de gran importancia estudiar el marco normativo actual a raíz de los tratados comerciales entre México y Estados Unidos para identificar la contribución al comercio de frutas y hortalizas subóptimas en la región transfronteriza. Por otra parte, la investigación contribuirá a contrastar datos acerca del desperdicio alimentario y consumo de alimentos subóptimos en la región que permitan el desarrollo de futuros estudios ambientales y de comportamiento del consumidor en ambos países.

El presente estudio se delimitará geográficamente a la región Sonora-Arizona, una zona fronteriza que comparten México y Estados Unidos, con la finalidad de centrar el estudio en un contexto específico, significativo y aplicable, dentro del marco temporal que comprende los años 1994-2023, analizando el objeto de estudio durante los efectos del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el Tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC).

Hipótesis

Se pretende responder a las interrogantes planteadas en el contexto de la investigación, al mismo tiempo que se busca validar o descartar las siguientes hipótesis:

Con base en la revisión exploratoria de los capítulos que abordan el sector agropecuario y las medidas sanitarias y fitosanitarias dentro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el Tratado entre los Estados Unidos de América, los Estados Unidos Mexicanos y Canadá (T-MEC):

H ₁ . Existe un vacío en la normatividad alimentaria respecto a la regulación comercial de frutas y hortalizas subóptimas en el contexto internacional, en particular la región transfronteriza Sonora-Arizona.			
Variable	Tipo de variable	Definición	Unidad de medida
Normatividad	Independiente	Reglas o preceptos obligatorios emanados de una autoridad cuyo fundamento de validez es una norma jurídica que autoriza la producción normativa, cuyo cumplimiento es garantizado por el Estado (Ministry of Economy and Finance, s.f.).	Número de disposiciones existentes relacionadas al comercio de alimentos subóptimos
Comercio de frutas y hortalizas subóptimas	Dependiente	Conjunto de actividades económicas centradas en el comercio (Real Academia Española, s.f.) de frutas y hortalizas subóptimas.	evaluación*

Al revisar los resultados de estudios realizados previamente sobre alimentos subóptimos en el contexto del mercado de consumo se puede inferir que:

H ₂ . Existe una influencia directa entre los precios de mercado y la oferta-demanda de frutas y hortalizas subóptimas.			
Variable	Tipo de variable	Definición	Unidad de medida
Precios de mercado	Independiente	Precio real de las mercancías (Smith, 2002)	Porcentaje de la muestra con respecto a la elasticidad precio de la demanda.
Oferta-demanda de alimentos subóptimos	Dependiente	Coordinación entre consumidores y productores con sus respectivos planes de consumo y producción (Arboleda, 2021) en el mercado de frutas y hortalizas subóptimas.	

Metodología

Se utilizará un enfoque mixto empleando selectivas técnicas cualitativas y cuantitativas que obedecen a los objetivos del presente estudio.

Para identificar el marco normativo actual a raíz de los tratados comerciales entre México y Estados Unidos se pretende realizar una investigación mixta, en la cual se emplean fuentes secundarias y primarias de información. Se realizará un análisis del Capítulo VII - “Sector agropecuario y medidas sanitarias y fitosanitarias” del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el Capítulo IX - “Medidas sanitarias y fitosanitarias” del Tratado entre los Estados Unidos de América, los Estados Unidos Mexicanos y Canadá (T-MEC).

El trabajo de campo de las fuentes de información primarias consta de tres etapas: 1) observación directa de lineales en establecimientos comerciales; 2) entrevistas semiestructuradas a productores; 3) encuestas a consumidores acerca de sus hábitos de compra y consumo en las ciudades: Nogales Sonora, Agua Prieta, Hermosillo, Nogales Arizona, Douglas y Tucson. La información obtenida será codificada y procesada en el software IBM SPSS Statistics para la ejecución de análisis descriptivos y bivariados.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, G. (2018). Responsabilidad Social Corporativa en las Pérdidas y Desperdicios de Alimentos en México. *Cuadernos PROLAM/ USP*, 17(33), 168–197. <https://www.revistas.usp.br/prolam/article/view/133625/156880>
- Aguilar, G. (2019). Seguridad alimentaria y derecho a la alimentación en México. En *Seguridad alimentaria y pérdidas de alimentos en México* (1st ed., p. undefined). Instituto Politécnico Nacional: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología: Miguel Ángel Porrúa.
- Arboleda, M. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado. *ICESI Economics Lecture Notes*. (No. 15). Universidad Icesi.
- Aschemann-Witzel, J., Otterbring, T., de Hooge, I., Normann, A., Rohm, H., Almlí, V., y Oostindjer, M. (2019). The who, where and why of choosing suboptimal foods: Consequences for tackling food waste in store. *Journal of Cleaner Production*, 236. <https://doi.org/10.3390/foods11213420>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Estado de México. Pearson Educación.
- De Hooge, I., Oostindjer, M., Aschemann-Witzel, J., Normann, A., Loose, S. y Almlí, V. (2017). This apple is too ugly for me!: Consumer preferences for suboptimal food products in the super-

market and at home. *Food Quality and Preference*, 56, 80–92.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0950329316302002?via%3Dihub>

HLPE/ FAO. (2014). *Las pérdidas y el desperdicio de alimentos en el contexto de sistemas alimentarios sostenibles*. <https://www.fao.org/3/i3901s/i3901s.pdf>

Mendivil, L., y Camarena, D. (2021). Frutas y hortalizas subóptimas: Un diagnóstico de la oferta. Coordinadoras: Molina, C., Sánchez, S., Verdugo, M., and Leyva, L. *Estrategias y competitividad en la era digital*. (pp. 245–271) Editorial Fontamara.

Ministry of Economy and Finance. (s.f.). *Normatividad*. Recuperado en noviembre de 2023 de: https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&id=672&Itemid=100357&lang=es

Muñoz, H. (2021) Avances legislativos sobre prevención y reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos en América Latina y el Caribe. FAO Estudio Legislativo N.116. Roma, FAO. <https://doi.org/10.4060/cb2889es>

Poveda, R. (2019). *La pérdida y desperdicio de alimentos retos y oportunidades. Inseguridad alimentaria y pérdidas de alimentos en México* (1st ed., pp. 107–132). Instituto Politécnico Nacional: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología: Miguel Ángel Porrúa.

Real Academia Española. (s.f.). Comercio. En *Diccionario de la lengua española* (23.a ed.). [versión 23.6 en línea]. Recuperado de <https://dle.rae.es/comercio>

Smith, A. (2002). An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. *Readings in economic sociology*, 6-17. Recuperado en noviembre de 2023 de: <https://openlibrary-repo.ecampusontario.ca/jspui/bitstream/123456789/1181/5/An-Inquiry-Into-the-Nature-and-Causes-of-the-Wealth-of-Nations-1645639496.pdf>

Wharton, C., Vizcaino, M., Berardy, A., Opejin, A. (2021). Waste watchers: A food waste reduction intervention among households in Arizona. *Resources, Conservation and Recycling*, 164. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105109>

WRAP. (2013). Consumer attitudes to food waste and food packaging: project code: CFP104-000. Recuperado en agosto de 2023 de: <https://wrap.org.uk/sites/default/files/2020-12/Consumer-attitudes-to-food-waste-and-packaging.pdf>

Análisis de la proveeduría local en las cadenas globales de valor de la industria manufacturera, en la zona fronteriza norte de México

Jesús Manuel Soto Torres

Resumen

Para el diseño de la investigación empírica y documental, se propone analizar la industria maquiladora de exportación de la región Sonora-Arizona con el enfoque sistémico de competitividad propuesto por la CEPAL, que sostiene que la competitividad de la empresa depende de la interacción de los niveles: Macro (entorno económico, político, social, legal, etc.), Meso (entorno regional, infraestructura, educación, nivel de vida, etc.), Meta (entorno sociocultural y de valores) y Micro (factores internos de la empresa) para el que se pretende utilizar la herramienta MAPA de COMPETITIVIDAD del BID.

La investigación es descriptiva y explicativa con un diseño de tipo no experimental de corte transversal. El estudio se fundamenta en el análisis de la literatura de la industria maquiladora de exportación y se estructuró en torno a dos fuentes de información: una base de datos estadísticas del Banco Mundial y del INEGI; estudios del CONEVAL y la SE; leyes y reglamentos, políticas económica, social y medioambiental; programas del gobierno federal y estatal; instituciones públicas y privadas para el fomento empresarial con el fin de evaluar los principales factores que tienen que ver con la competitividad en la industria maquiladora de exportación en las dimensiones meta, macro y meso.

Por otro lado se realizó un estudio de campo donde se recolectaron datos para establecer la situación actual de la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona e identificar los factores que determinan su competitividad en el nivel micro, mediante una encuesta, aplicando un cuestionario con preguntas cerradas y organizado en 8 áreas de la empresa; el cuestionario se llevó a cabo a través de una entrevista personal y para su medición se aplica la escala de Likert y el instrumento del Mapa de Competitividad del BID. Para contrastar la hipótesis se aplicó la técnica estadística de análisis factorial.

Introducción

La región Sonora-Arizona ha experimentado un notable desarrollo en la industria maquiladora de exportación desde la apertura comercial entre México y Estados Unidos. Esta apertura, impulsada inicialmente por la implementación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994 y continuada con el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) en 2020, ha tenido profundas implicaciones económicas y sociales para ambas partes de la frontera.

Importancia Económica:

Crecimiento del Comercio Bilateral: La apertura comercial ha propiciado un aumento significativo en el comercio bilateral entre Sonora y Arizona. La eliminación de barreras arancelarias ha facilitado la fluidez de bienes y servicios a través de la frontera, generando un aumento en las transacciones comerciales.

Generación de Empleo: La industria maquiladora en la región ha sido una fuente clave de empleo. La proximidad geográfica y la facilidad de movimiento de bienes han fomentado la creación de empleos en la manufactura, beneficiando a comunidades tanto en Sonora como en Arizona.

Inversión Extranjera Directa (IED): La apertura comercial ha atraído inversiones extranjeras directas a la región. Empresas de Estados Unidos y otras partes del mundo han establecido plantas de producción en la región, aprovechando la eficiencia de las cadenas de suministro transfronterizas.

Diversificación Industrial: La industria maquiladora ha contribuido a la diversificación industrial en la región. Sectores como la electrónica, la manufactura de autopartes y la aeroespacial han experimentado un crecimiento significativo, lo que ha fortalecido la resiliencia económica.

Desarrollo de Infraestructuras: El auge de la industria maquiladora ha llevado a mejoras en las infraestructuras, como carreteras y servicios logísticos, para facilitar el transporte eficiente de mercancías.

Importancia Social:

Mejora en las Condiciones de Vida: La generación de empleo en la industria maquiladora ha contribuido a la mejora de las condiciones de vida en las comunidades locales. Los empleados han experimentado un aumento en los ingresos y acceso a beneficios laborales.

Desarrollo Educativo y Tecnológico: La presencia de la industria maquiladora ha estimulado el desarrollo educativo y tecnológico en la región. La demanda de habilidades específicas ha llevado a la creación de programas de formación y capacitación, elevando el nivel educativo de la fuerza laboral.

Integración Cultural: La interacción constante entre las comunidades de Sonora y Arizona debido a la industria maquiladora ha fomentado una mayor integración cultural. Esto se refleja en intercambios culturales, programas de colaboración y una comprensión mutua más profunda.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Muchas empresas en la región han implementado programas de Responsabilidad Social Empresarial, contribuyendo a proyectos comunitarios, infraestructuras sociales y desarrollo sostenible.

Desafíos y Consideraciones Futuras: A pesar de los beneficios, es esencial abordar desafíos, como la necesidad de equidad laboral, gestión sostenible de recursos y adaptación a cambios en políticas comerciales. La industria maquiladora en la región Sonora-Arizona representa un modelo dinámico de colaboración transfronteriza que continúa evolucionando para enfrentar los desafíos emergentes y maximizar los beneficios económicos y sociales a largo plazo.

Problema de Investigación

El problema central que abordará este estudio se relaciona con la competitividad sistémica en la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona. La competitividad sistémica se refiere a la capacidad de un sistema económico, en este caso, la interconexión de las actividades económicas en la cadena de valor de la industria maquiladora, para mantener y mejorar su posición en el mercado global.

El término "sistémica" implica un enfoque integral que va más allá de la mera eficiencia individual de las empresas dentro de la cadena de producción. Se centra en la interdependencia y las relaciones entre los diversos actores, procesos y factores que componen la industria maquiladora en la región. La competitividad sistémica considera cómo la eficiencia, la innovación, la

infraestructura, la fuerza laboral y otros elementos interactúan para determinar la posición competitiva de la región en el contexto económico global.

Preguntas de investigación

Eficiencia Operativa: ¿Cómo se optimizan los procesos de producción y logística en toda la cadena de valor? ¿Existen cuellos de botella o ineficiencias que afectan la competitividad sistémica?

Innovación y Tecnología: ¿En qué medida se integran prácticas innovadoras y tecnologías avanzadas en la industria maquiladora de la región? ¿La falta de innovación podría representar un obstáculo para la competitividad a largo plazo?

Infraestructura y Logística: ¿La infraestructura de transporte, comunicación y energía es adecuada para respaldar las operaciones de la industria maquiladora? ¿Existen oportunidades de mejora en la logística para aumentar la eficiencia?

Calidad de la Fuerza Laboral: ¿Cómo afecta la calidad de la fuerza laboral a la competitividad sistémica? ¿Existen desafíos en términos de capacitación, retención de talento o condiciones laborales que podrían impactar negativamente?

Adaptabilidad a Cambios en el Entorno Económico: ¿Qué tan flexible y adaptable es la región Sonora-Arizona para enfrentar cambios en las condiciones económicas globales? ¿Existen estrategias para mitigar riesgos y aprovechar oportunidades?

Sostenibilidad y Responsabilidad Social: ¿Cómo aborda la industria maquiladora los aspectos de sostenibilidad y responsabilidad social? ¿Estos elementos son considerados como parte integral de la competitividad sistémica?

Colaboración y Redes Empresariales: ¿Existe una colaboración efectiva entre las empresas de la región? ¿Las redes empresariales contribuyen a la competitividad sistémica al fomentar la innovación y el intercambio de conocimientos?

Importancia de Abordar la Competitividad Sistémica:

La resolución efectiva de estos aspectos de la competitividad sistémica no solo garantizará la posición actual de la región en la industria maquiladora de exportación, sino que también permitirá un crecimiento sostenible y la capacidad de adaptarse a un entorno económico dinámico. Este enfoque integral busca no solo mejorar la eficiencia de las empresas individuales, sino fortalecer la estructura

y dinámica del sistema económico en su conjunto para mantener y mejorar la competitividad en el largo plazo.

Justificación:

La investigación sobre la competitividad sistémica en la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona es relevante por diversas razones, dadas las características específicas de este sector y su ubicación geográfica.

1. **Importancia Económica Regional:** La industria maquiladora desempeña un papel crucial en la economía de la región Sonora-Arizona, generando empleo y contribuyendo significativamente a los ingresos y al desarrollo económico local. Investigar la competitividad sistémica ayudaría a comprender mejor cómo este sector afecta la economía regional.
2. **Impacto en el Comercio Internacional:** La industria maquiladora en esta región está estrechamente vinculada al comercio internacional, especialmente con México y Estados Unidos. Investigar la competitividad sistémica proporcionaría información valiosa sobre cómo factores como las políticas comerciales, la cadena de suministro y la logística impactan en la capacidad del sector para competir en los mercados internacionales.
3. **Dinámicas de la Cadena de Suministro Global:** La región Sonora-Arizona forma parte de la cadena de suministro global, con productos que a menudo atraviesan múltiples fronteras antes de llegar al consumidor final. La competitividad sistémica en esta industria se ve influenciada por la eficiencia de la cadena de suministro y la cooperación entre actores en diferentes ubicaciones geográficas.
4. **Tecnología y Automatización:** La introducción de tecnologías avanzadas y la automatización en la industria maquiladora están transformando la forma en que opera. Investigar la competitividad sistémica permitiría evaluar cómo la adopción de nuevas tecnologías afecta la posición competitiva de la región.
5. **Desafíos Ambientales y Sociales:** La sostenibilidad y la responsabilidad social son cada vez más importantes en la industria. Investigar la competitividad sistémica podría abordar cómo la región maneja los desafíos ambientales y sociales asociados con la producción manufacturera.

Brecha en la literatura y necesidad de investigación:

1. **Falta de Estudios Específicos de Competitividad Sistémica:** Podría haber una falta de estudios específicos que analicen en profundidad la competitividad sistémica en la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona. Muchos estudios podrían centrarse en aspectos específicos, pero pocos podrían proporcionar una visión integral de cómo los diferentes factores interactúan para determinar la competitividad del sector en su conjunto.
2. **Cambios Recientes en la Dinámica Comercial:** La dinámica comercial y económica puede cambiar rápidamente. La literatura existente puede no estar al día con los cambios recientes, especialmente dados los eventos económicos y políticos que afectan a la región, como acuerdos comerciales y cambios en las políticas migratorias.
3. **Enfoque en Desarrollo Sostenible:** La sostenibilidad y la responsabilidad social son áreas críticas en la industria moderna. La literatura actual podría no abordar suficientemente cómo la industria maquiladora en la región Sonora-Arizona está abordando estos temas y cómo afectan la competitividad sistémica.
4. **Interconexión entre Factores:** Puede faltar una comprensión integral de cómo diversos factores, como las políticas gubernamentales, la infraestructura, la tecnología y la mano de obra, interactúan para determinar la competitividad en la región. La investigación podría llenar este vacío al proporcionar un análisis más holístico.

Objetivo general

El objetivo general del estudio es analizar la competitividad sistémica en la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona, con el fin de comprender cómo diversos factores económicos, sociales, tecnológicos y ambientales interactúan para determinar la posición competitiva de este sector en la economía regional y global.

Objetivos específicos

- Analizar la eficiencia y la efectividad de la cadena de suministro global en la región, identificando los principales actores y las interacciones que influyen en la competitividad de la industria maquiladora.
- Investigar cómo la adopción de tecnologías avanzadas y la automatización están impactando la competitividad de las empresas en la región, incluyendo el nivel de implementación, los beneficios y los desafíos asociados.

- Evaluar el impacto de las políticas comerciales y gubernamentales locales y nacionales en la competitividad de la industria maquiladora, considerando aspectos como aranceles, regulaciones y apoyo gubernamental.
- Analizar cómo las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social afectan la competitividad de las empresas en la región, considerando el manejo de desafíos ambientales y sociales.
- Investigar la calidad y disponibilidad de la fuerza laboral en la región, incluyendo la capacitación, la educación y otros factores que influyen en la competitividad de la industria maquiladora.
- Identificar los factores de innovación y diferenciación que contribuyen a la competitividad en la industria maquiladora, incluyendo la capacidad de las empresas para desarrollar productos y servicios distintivos.
- Analizar la resiliencia de la industria maquiladora ante riesgos económicos y ambientales, evaluando cómo las empresas gestionan y se adaptan a condiciones económicas fluctuantes y eventos ambientales.

Basado en los hallazgos del estudio, proporcionar recomendaciones prácticas para mejorar la competitividad sistémica de la industria maquiladora en la región Sonora-Arizona, destacando áreas de mejora y oportunidades estratégicas.

Competitividad sistémica

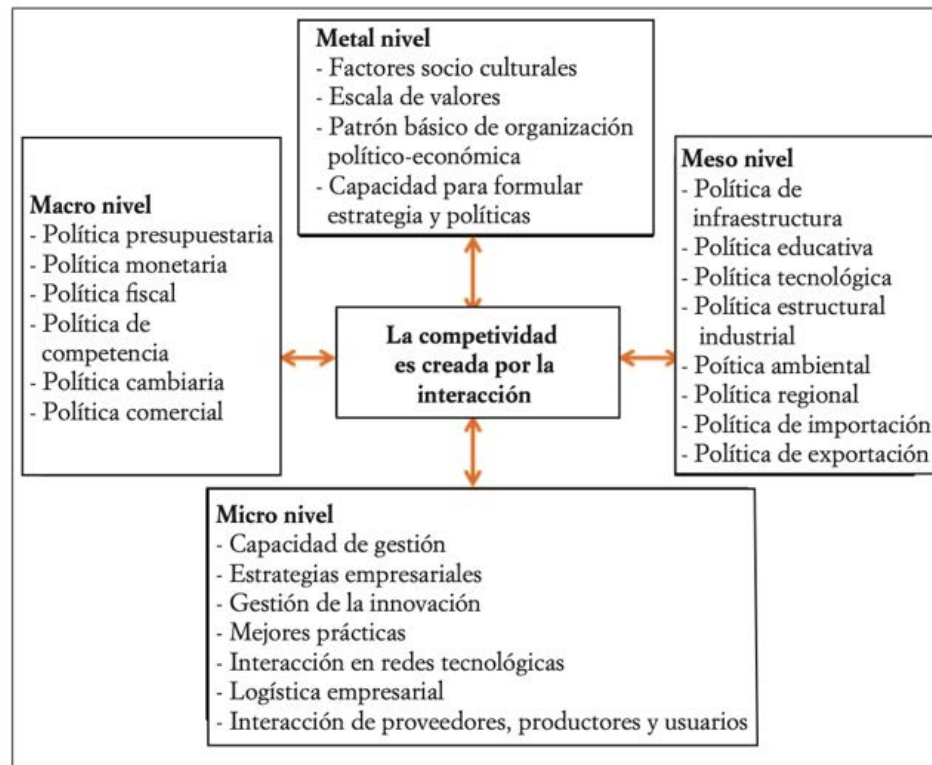
La competitividad sistémica se define como el resultado de las condiciones que se generan de manera conjunta a través de la integración de diversos niveles económicos: micro, meso, macro y meta. Desde esta perspectiva sistémica, se reconoce que la competitividad no solo depende de las acciones a nivel microeconómico de las empresas, sino que también está influenciada por factores a niveles más amplios, incluyendo el macroeconómico y el meta.

- Nivel Meta: En este nivel se estudian factores sociales, culturales y estrategias gubernamentales, destacando la importancia de la estructura política y económica orientada al desarrollo. Se consideran elementos como visiones estratégicas, planes nacionales de desarrollo y proyectos de transformación social con políticas sociales, organizativas y ambientales.

- Nivel Macro: Este nivel se sustenta en políticas presupuestarias, monetarias, fiscales, de competencia, cambiarias y comerciales. Mantener condiciones estables en el entorno económico, político y jurídico es esencial en este nivel.
- Nivel Meso: Se conforma con políticas relacionadas con infraestructura, educación, tecnología, industria, medio ambiente, regionalización, importación y exportación. Es considerado el nivel más importante para las empresas, ya que define su entorno empresarial e implica la interrelación entre empresas e instituciones para generar capacidades de innovación.
- Nivel Micro: En el último nivel, se destaca la importancia de que las empresas generen ventajas competitivas internas a través de la gestión, estrategias empresariales, innovación, mejores prácticas, participación en redes y asociaciones, y la articulación con clientes y proveedores.

La noción de competitividad sistémica enfatiza que el éxito en el desarrollo industrial no es simplemente el resultado de acciones a nivel micro y macro, sino que requiere medidas específicas a nivel meso. Este nivel, crucial para la articulación de políticas de promoción, depende de estructuras políticas y económicas fundamentales que facilitan la colaboración entre empresas, gobierno y sociedad. Además, destaca la participación de la sociedad en su conjunto, reconociendo que la competitividad no recae únicamente en empresas y gobiernos, sino que implica un compromiso colectivo. Asimismo, subraya la importancia del nivel meso al ser el generador de ventajas competitivas institucionales y organizativas, así como de patrones específicos de organización y gestión que resultan difíciles de replicar para los competidores.

Gráfica 1. Estructura de la teoría de competitividad sistémica



Fuente: Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Stamer, 1995.

Competitividad en el nivel meta

En el marco de la competitividad sistémica, se destaca la importancia de la integración social como premisa fundamental. Esto implica la necesidad de llevar a cabo reformas económicas y proyectos de transformación a nivel societal. La capacidad de gestión en el nivel meta requiere un consenso sobre el modelo de orientación hacia el mercado nacional y global. En este contexto, el diálogo entre todos los grupos y actores sociales emerge como el elemento crucial para coordinar los cuatro niveles. Los diálogos son esenciales para fortalecer las ventajas nacionales de innovación y competitividad, desencadenando procesos de aprendizaje y comunicación.

- Factores Socioculturales: En el nivel meta, los factores de competitividad se centran en examinar las capacidades y estrategias de integración de la sociedad. Para lograr una competitividad efectiva, es crucial superar la fragmentación social y satisfacer las demandas tecnológicas, sociales, ambientales y del mercado global. La cultura de valores enfocada al desarrollo económico, junto con el consenso entre el gobierno y los empresarios, es esencial. Kliksberg destaca la importancia de la cultura y el capital social como elementos clave para el desarrollo, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de sectores desfavorecidos.

- Escala de Valores: Contrarrestando tendencias negativas como el individualismo, la fragmentación social y la pérdida de valores compartidos, se busca aprovechar el conocimiento de los ciudadanos y promover la colaboración para el diseño e implementación de medidas. Fortalecer el desarrollo social y el capital humano se presenta como esencial para generar estabilidad política y un crecimiento sano y sostenido.
- Patrón Básico de Organización Política Económica: Se aboga por la existencia de un patrón básico de organización política económica, con una clara separación institucional entre el Estado, la empresa privada y las organizaciones intermedias. Esto permite la organización autónoma y procesos de aprendizaje independientes, buscando un Estado eficiente y la disposición de actores sociales a cooperar y articularse entre sí.
- Capacidad para Formular Estrategias Políticas: La capacidad para formular estrategias políticas es crucial para lograr un consenso sobre el modelo de orientación al mercado local y mundial, imponiendo los intereses futuros sobre los presentes.

Competitividad en el nivel macro

La inestabilidad macroeconómica tiene repercusiones negativas en la eficiencia de los mercados. La presencia de un elevado déficit presupuestario tiende a generar inflación, restringe el acceso al crédito y desalienta la inversión. Del mismo modo, un déficit en la balanza de pagos debido a una sobrevaluación del tipo de cambio puede aumentar la deuda externa, cargar con intereses adicionales y obstaculizar la importación de bienes de capital, lo que afecta negativamente la inversión (Esser y otros, 1996).

Las fuentes principales de inestabilidad macroeconómica son los persistentes déficits presupuestarios y de balanza de pagos. Los fuertes déficits presupuestarios intensifican las tendencias inflacionarias existentes y obstaculizan la actividad inversora del sector privado al limitar sus oportunidades de obtener crédito. Por otro lado, los déficits en la balanza de pagos conducen a una sobrevaluación del tipo de cambio, contribuyen al incremento de la deuda externa y su servicio, debilitando la actividad inversora. La estabilización requiere reformas en las políticas fiscal, monetaria y cambiaria, en línea con el crecimiento económico (Esser y otros, 1996).

A nivel macroeconómico, también es esencial mantener la disciplina en las finanzas públicas, promover el consenso y la aprobación de reformas estructurales en áreas como la fiscal, energética, laboral, sindical, educativa y financiera, garantizar los derechos de propiedad y prevenir prácticas de comercio desleal, entre otros aspectos.

- Política presupuestaria: Se debe controlar el déficit presupuestario, la deuda externa y la inflación, al tiempo que se establecen reglas claras de inversión para brindar seguridad a los inversionistas.
- Política monetaria: En caso de mercados de dinero y capitales poco desarrollados, cualquier medida de política monetaria destinada a estabilizar la economía se ve limitada, dando lugar al racionamiento de crédito, la concesión selectiva y la fijación arbitraria de tasas de interés, lo que reduce el volumen de financiamiento (Esser y otros, 1996).
- Política fiscal: La política fiscal debe orientarse a favorecer el crecimiento económico y la equidad en la distribución. Debería centrarse en gravar más el consumo que la producción, aplicando impuestos de manera progresiva (Esser y otros, 1996).
- Política de competencia: La regulación de la competencia debe prevenir situaciones monopólicas y fomentar un entorno competitivo para evitar aumentos artificiales en los precios de los productos consumidos por la sociedad.
- Política cambiaria: Un tipo de cambio significativamente sobrevaluado contribuye a los déficits en la balanza de pagos al dificultar las exportaciones industriales y facilitar las importaciones. Debe buscarse un tipo de cambio más equilibrado que no afecte la importación de capitales e insumos y que haga competitivos los insumos nacionales. El tipo de cambio es una variable estratégica que determina si una economía puede establecer industrias competitivas a nivel internacional (Esser y otros, 1996).
- Política comercial: La política comercial debería implementar una apertura gradual para reducir aranceles en etapas planificadas. Este enfoque da tiempo a las empresas para prepararse ante la competencia, ya que las barreras arancelarias selectivas fortalecen las industrias cuando las empresas aprovechan el tiempo para volverse competitivas a través de un proceso de aprendizaje (Esser y otros, 1996).

Competitividad en el nivel meso

En el nivel meso, se realiza una evaluación de las políticas específicas y del entorno institucional y organizacional que fortalecen la competitividad de las industrias. Este nivel aborda la política sectorial, regional e institucional, diferenciando entre la política meso y el espacio meso. La primera se centra en resolver las fallas del mercado, mientras que el segundo abarca organizaciones creadas para mejorar la competitividad de las empresas y surge como resultado de políticas meso (Meyer-Stamer, 2000).

Las políticas meso están orientadas a proteger las industrias en etapas iniciales y aquellas dedicadas a la conservación del medio ambiente. Se destaca la necesidad de financiar la inversión en investigación y desarrollo, así como la promoción de exportaciones, especialmente debido al tamaño reducido de las empresas que limita la inversión del sector privado en estos aspectos.

El nivel meso corresponde al entorno regional determinado por políticas específicas y selectivas de fomento económico formuladas y ejecutadas por los sectores público, privado y social. Estas políticas están articuladas para satisfacer las necesidades de las empresas mediante servicios de apoyo y asesoría, vinculación de las universidades y centros de investigación con el sector empresarial.

En este contexto, el entorno empresarial, las instituciones y los patrones políticos en el nivel meso, junto con el efecto de aprendizaje, innovaciones y redes de colaboración entre empresas, crean patrones y ventajas competitivas específicas para cada país y región, difíciles de imitar. Las políticas meso deben ser a largo plazo y se generan en niveles federal, estatal y local, involucrando instituciones públicas, privadas e intermedias.

Un nivel meso bien estructurado contribuye al aumento y mantenimiento de la competitividad internacional de la economía, sirviendo como base para implementar políticas sociales y ambientales.

En cuanto a las políticas específicas, se destacan:

- Política de Infraestructura: Se enfoca en el desarrollo oportuno y selectivo de la estructura física que permita el desarrollo industrial.
- Política Educativa: Se centra en el desarrollo del capital humano, creando facultades, infraestructura educativa, centros de investigación y de entrenamiento para satisfacer las necesidades de las empresas exportadoras.

- **Política Tecnológica:** Destaca la importancia de la infraestructura tecnológica y propone fomentar la investigación tanto básica como aplicada en universidades y centros de investigación.
- **Política Estructural Industrial:** Se enfoca en reducir la inseguridad y estimular la búsqueda de innovaciones e inversiones en I+D, permitiendo a las empresas trazar estrategias de largo plazo.
- **Política Ambiental:** Busca proteger el medio ambiente estableciendo altos estándares ambientales y siendo eficientes en el aprovechamiento de los recursos.
- **Política Regional:** Tiene como objetivo desarrollar estructuras institucionales para formar estructuras locales y regionales.
- **Política de Importación:** Enfrenta desafíos en países en desarrollo, como llevar a cabo una política importadora inteligente e implementar una promoción eficaz de exportaciones.
- **Política de Exportación:** Se requiere de infraestructura física para la exportación y estrategias para penetrar en los mercados internacionales frente al proteccionismo de los países industrializados. En países desarrollados, la organización de estas instituciones es eficaz y articulada.

Competitividad en el nivel micro

La perspectiva de la competitividad sistémica sostiene que una empresa logra ventajas competitivas sostenibles al mantener un entorno de negocios propicio y aplicar las mejores prácticas empresariales y organizacionales.

En el ámbito de la competitividad empresarial, bajo un enfoque sistémico, su rendimiento depende de la interacción entre los elementos del nivel micro y aquellos de los niveles meso, macro y meta, es decir, con su entorno circundante. Es esencial que las empresas alcancen niveles elevados de productividad, calidad, flexibilidad y agilidad para sustentar una ventaja competitiva estratégica, así como para establecer redes empresariales que aceleren los procesos de aprendizaje colectivo.

Para crear ventajas competitivas, las empresas deben mantener un entorno competitivo que ejerza presión y las obligue a esforzarse constantemente para mejorar tanto sus productos como su eficiencia productiva. Este entorno también se beneficia de la participación en redes coordinadas respaldadas por servicios gubernamentales e instituciones eficientes.

Es crucial entender que la competitividad de una empresa no se limita a sus acciones a nivel individual, ya que está intrínsecamente ligada al desempeño de factores en los niveles meta, macro y meso, así como a su articulación efectiva. La competitividad a nivel micro se fundamenta en interacciones clave durante el proceso de innovación, que resultan en el establecimiento de ventajas competitivas dinámicas. Además, un entorno propicio para la competitividad se caracteriza por normas, reglas, valores e instituciones que definen los incentivos, con el Estado desempeñando un papel crucial al establecer políticas públicas que impulsan el desarrollo productivo (Hernández, 2001).

Diversas definiciones coinciden en que la competitividad empresarial se refiere a la capacidad de generar ventajas competitivas sostenibles al producir bienes y servicios que añaden valor, permitiendo a la empresa enfrentarse de manera favorable a la competencia y consolidar su presencia en los mercados. En línea con esto, Porter señala que una empresa alcanza el éxito al mantener una ventaja competitiva sostenible, ya sea mediante costos inferiores o a través de la diferenciación. Los costos más bajos se logran cuando la empresa puede diseñar, fabricar y comercializar un producto o servicio de manera más eficiente que sus competidores, mientras que la diferenciación implica la capacidad de ofrecer al comprador un valor superior y distintivo en términos de calidad, características especiales y servicio posventa (Porter, 2010)

La competitividad a nivel micro de la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona puede evaluarse considerando los siguientes factores clave:

- **Costos de Producción:** Eficiencia en la cadena de suministro y la logística, incluyendo costos de transporte y distribución. Confirmación de que los costos de la región si son competitivos en comparación con otras áreas.
- **Infraestructura:** Calidad y disponibilidad de la infraestructura, como carreteras, puertos, y servicios de telecomunicaciones, que impactan la eficiencia y la capacidad de exportación.
- **Regulaciones y Facilitación Comercial:** Facilidad para realizar negocios, incluyendo regulaciones aduaneras y barreras comerciales así como la existencia de acuerdos comerciales preferenciales que puedan beneficiar a la industria.
- **Talento y Educación:** Disponibilidad de la mano de obra calificada en la región y la presencia de instituciones educativas y programas de formación que apoyan a las necesidades de la industria.

- **Innovación y Tecnología:** Capacidad de la región para adoptar tecnologías avanzadas y fomentar la innovación en la producción.
- **Entorno Político y Estabilidad:** Estabilidad política y la previsibilidad en el entorno regulatorio. Apoyo gubernamental a la industria y la existencia de políticas que fomenten la competitividad.
- **Sostenibilidad Ambiental:** Prácticas y políticas relacionadas con la sostenibilidad ambiental, que son cada vez más importantes en la toma de decisiones empresariales y en la percepción del consumidor.
- **Acceso a Mercados:** Facilidad de acceso a los mercados internacionales desde la región, incluyendo la existencia de acuerdos comerciales que faciliten la exportación.
- **Resiliencia ante Crisis:** Capacidad de la industria para ser resiliente ante crisis económicas, pandemias u otros eventos disruptivos.

Para contrastar la hipótesis en el nivel micro, se analizarán estudios empíricos sobre los factores de competitividad empresarial en la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona recopilados a través de las siguientes fuentes:

1. **Bases de Datos Académicas:** búsquedas con términos como "competitividad industria maquiladora Sonora-Arizona" en JSTOR, ScienceDirect, o Google Scholar.
2. **Sitios Web de Instituciones Académicas:** los sitios web de universidades y centros de investigación en la región publican investigaciones y estudios realizados a nivel local.
3. **Organismos Gubernamentales:** informes y estudios publicados por organismos gubernamentales en México y Estados Unidos, especialmente aquellos relacionados con la economía y el comercio en la región.
4. **Cámaras de Comercio y Asociaciones Empresariales:** Las cámaras de comercio y otras asociaciones empresariales locales tienen informes sobre la competitividad de la industria maquiladora en la región.
5. **Consultoras Empresariales:** informes de consultoras económicas y empresariales que se centren en la región Sonora-Arizona.

6. Revistas Especializadas en Economía y Negocios: revistas académicas y empresariales que publican estudios y análisis económicos.
7. Eventos y Conferencias: investigaciones y estudios de procedimientos y presentaciones de eventos y conferencias relacionados con la economía y el comercio en la región.
8. Contacto con Expertos Locales: a través de ellos es posible obtener información valiosa o los nombres de estudios relevantes en economía y comercio en la región Sonora-Arizona.

Conclusión

Los hallazgos revelan una serie de factores cruciales para la competitividad en la industria maquiladora. Entre ellos, se destaca la importancia de la infraestructura física, las políticas educativas, tecnológicas y ambientales, así como el desarrollo del capital humano y las políticas regionales. Estos elementos son evaluados en varios niveles, desde el macroeconómico hasta el microempresarial, resaltando la interacción esencial entre estos niveles para el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles. El nivel meso, que engloba políticas sectoriales, regionales e institucionales, emerge como un actor clave, subrayando la necesidad de políticas específicas y selectivas para respaldar sectores dinámicos y regiones en desarrollo. La influencia positiva de políticas públicas a largo plazo, desarrolladas en colaboración entre los sectores público, privado y social, se revela como fundamental. Además, se subraya que la competitividad a nivel micro depende de la capacidad innovadora de las empresas, la creación de un entorno empresarial propicio, el impulso de la productividad y la participación en redes empresariales. Enfrentar desafíos macroeconómicos como la inestabilidad y abordar cuestiones clave como la política cambiaria y comercial requieren una atención cuidadosa. La colaboración internacional, especialmente entre regiones como Sonora y Arizona, se presenta como esencial para maximizar la competitividad y abordar desafíos compartidos, indicando que la competitividad en la industria maquiladora está intrínsecamente ligada a factores tanto internos como externos, así como a la cooperación efectiva entre diversos actores y niveles en la región.

Esta investigación contribuye al campo de la competitividad sistémica al proporcionar una comprensión detallada y contextualizada de los factores que influyen en la competitividad sistémica en la industria maquiladora de exportación, específicamente en la región Sonora-Arizona. Algunas maneras en las que esta investigación aporta al campo es a través de la identificación de factores clave

que afectan la competitividad de la industria maquiladora de exportación, desde niveles macroeconómicos hasta niveles microempresariales así como a través de la distinción entre niveles macro, meso, meta y micro en la evaluación de la competitividad, lo que ofrece una perspectiva multinivel, permitiendo comprender cómo las políticas macroeconómicas, las políticas sectoriales y las estrategias empresariales interactúan para influir en la competitividad general del sistema.

Al centrarse en la región específica de Sonora-Arizona, se consideran las características únicas del entorno lo cual permite reconocer la importancia de los factores regionales, destacando la influencia de estos en diferentes niveles y su impacto en diferentes dimensiones.

En cuanto a la aportación para los actores interesados en mejorar la competitividad de la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona, la investigación proporciona información valiosa sobre cómo las decisiones gubernamentales pueden afectar la competitividad y las implicaciones para la formulación de políticas efectivas que respalden el desarrollo económico y la competitividad a largo plazo, que pueden traducirse en estrategias concretas para fortalecer el sistema competitivo a través de la colaboración y coordinación regional entre los gobiernos locales, las empresas y las instituciones educativas.

El estudio sobre la competitividad en la industria maquiladora de exportación en la región Sonora-Arizona conlleva varias implicaciones prácticas de gran relevancia para la toma de decisiones y el desarrollo de la industria. En primer lugar, al identificar áreas específicas de mejora, proporcionaría a las empresas de la industria maquiladora insights cruciales para optimizar su competitividad, abordando aspectos como infraestructura, educación y políticas medioambientales. Además, los resultados del estudio podrían orientar la formulación de políticas gubernamentales tanto en México como en los Estados Unidos, permitiendo la creación de marcos que fomenten la competitividad y la colaboración transfronteriza. A nivel empresarial, las compañías podrían ajustar estrategias comerciales y operativas, implementando mejores prácticas y enfoques más eficientes. Si el estudio subraya la importancia del capital humano, las empresas podrían centrarse en el desarrollo de habilidades y la formación. La identificación de deficiencias en la infraestructura podría impulsar inversiones estratégicas tanto del sector privado como de los gobiernos. Además, si se resalta la relevancia de la colaboración regional, se podrían fomentar iniciativas para fortalecer la cooperación entre empresas, instituciones educativas y gobiernos en ambos lados de la frontera. Los resultados también podrían influir en las negociaciones comerciales bilaterales, abordando barreras específicas

identificadas en el estudio. Si las políticas ambientales emergen como cruciales, las empresas podrían ajustar prácticas para cumplir con estándares más altos, promoviendo la sostenibilidad a largo plazo. En conjunto, el estudio no solo proporciona una comprensión profunda de la competitividad en la región, sino que también ofrece orientación práctica para mejorar y optimizar diversos aspectos clave.

Referencias

1. Adam, J. (2023). Nearshore Outsourcing Explained – What, When & Why Plus All The Facts & Stats For The Sector In 2023. K&C. Recuperado de https://kruschecompany.com/nearshore-outsourcing/#Nearshore_Outourcing_-_The_Strategic_Advantages
2. Aguilar, M.A (2003). La competitividad de la industria textil en México en un contexto de globalización 1985-2003 (tesis de pregrado). Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/546/index.htm>
3. All, Steven T y Holahan, William (1983). “Microeconomía”. Editorial Iberoamérica. México.
4. Baldwin, R. (2017). La gran convergencia migración, tecnología y la nueva globalización. Barcelona, España: Antoni Bosch
5. Banco de México (2020), Sistema de Información Económica. Recuperado de
a. <https://www.banxico.org.mx/SielInternet/>
6. Benavides, S. Muñoz, J.J. Parada, A.M, 2004. El enfoque de competitividad sistémica como estrategia para el mejoramiento del entorno empresarial. Universidad Nacional, Economía y Sociedad, Costa Rica, pp 119 – 137, No 24.
7. Boisier, S. (2004). Desarrollo regional: un enfoque global. Santiago: LOM Ediciones.
8. Bueno Campos, E., & García Núñez, J. (2014). Alfred Marshall y la escuela de Cambridge. Una visión multidisciplinaria de la economía. Madrid: Encuentros Multidisciplinares.
9. Chaminade, C. y Nielsen, H. (2011). Transnational innovation system s. Serie Estudios y Perspectivas 133. Sede Subregional de la CEPAL en México. Mexico, City.
10. CEPAL (1990), “Transformación productiva con equidad”, Santiago, Chile.
11. CEPAL (1987) “Reestructuración productiva y competitividad: contraste de estrategias entre países de desarrollados y América Latina”, Montevideo, Uruguay.
12. CEPAL (2001) “Regímenes competitivos sectoriales, productividad y competitividad internacional”, Santiago, Chile.
13. Delgado, M., Wong-González, P. (2020) La conformación de sistemas regionales de innovación transfronteriza en Europa: lecciones para la región Sonora-Arizona en la frontera México-Estados Unidos. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional, volumen (30), 1-38. doi: <https://dx.doi.org/10.24836/es.v30i56.1028> e201028
14. Dussel, E. (2000). La inversión extranjera en México. Red de Inversiones y Estrategias Empresariales Publicación de las Naciones Unidas. Santiago de Chile
15. Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. Revista de la CEPAL, volumen (59), 39-52.
16. Elizondo, E. (2022). Productividad, la clave ausente. EGADE Ideas. Recuperado de <https://egade.tec.mx/es/egade-ideas/opinion/productividad-la-clave-ausente>

17. Flores, J.P (2020) Importancia de la inversión extranjera en el T-MEC. Eje del comercio exterior-aduanas. Recuperado de: <http://aduanasrevista.mx/importancia-de-la-inversion-extranjera-en-el-t-mec/>
18. Garrido, C. (2022). México en la fábrica de América del Norte y el nearshoring. Ciudad de México: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
19. Garriga, A.C. (2017). Inversión extranjera directa en México: comparación entre la inversión procedente de los Estados Unidos y del resto del mundo. Vol. LVII, núm. 2, abril-junio, 2017, pp. 317-355
20. Gerber, J., Lara-Valencia, F y de la Parra, C. (2010). Re-imagining the U.S.-Mexico Border: Policies towards a More Competitive and Sustainable Transborder Region. *Global Economy Journal*, 10(4), 1-17
21. Gibson, Lay J., Jaewon, Lim., Wong, P., Pavlakovich-Kochi, V. y Wright, B. (2016). Sun Corridor' as a Transborder Mega-Region: Revivifying Economic Development in the Arizona-Sonora Region, *Studies in Regional Science*, Vol.46 (No.1) 41-62. DOI:10.2457/srs.46.41
22. Gómez-Márquez, J. P., & Fajardo, G. A. (2019). Competitividad sistémica: una revisión teórica y conceptual. *Revista Científica General José María Córdova*
23. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2020), Datos. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/datos/>
24. Kopinak, K. (1996). Desert capitalism: maquiladoras in North America's western industrial corridor. Arizona, Estados Unidos: Universidad de Arizona
25. Kosacoff, B. et.al (1999). "El debate sobre Política Industrial". En *Revista de la CEPAL*, # 68, Santiago, Chile
26. Kosacoff, B., & Katz, J. (1998). Aprendizaje tecnológico, desarrollo institucional y la microeconomía de la sustitución de importaciones. *Desarrollo Económico*.
27. Lall, S. (2004). *Reinventing Industrial Strategy: The Role of Government Policy in Building Industrial Competitiveness*. New York: United Nations.
28. Le, E., Van Schoik, R., Wilson, C. (2014). Arizona y Sonora: una región fronteriza establecida que trabaja para encontrar un lugar significativo en la cambiante economía global. *La Economía de la frontera entre Estados Unidos y México en transición* Mayo 2014.
29. Lozano, F. (Coord) (1993). *Sonorenses en Arizona: proceso de formación de una región binacional*, Tucson, Arizona: Gobierno del Estado de Sonora y Mexican American Studies & Research Center, The University of Arizona.
30. Lundquist, K-J. y Trippi, M. (2013). Distance, Proximity and Types of Cross-border Innovation Systems: A Conceptual Analysis. *Regional Studies*, 47(3), 450-460.
31. Mendiola, G (1999) México: empresas maquiladoras de exportación en los noventa.
32. Moreno González, J. R. (2021). México y el Nearshoring: Oportunidades y Desafíos [Publicación digital]. Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX). Recuperado de <https://www.coparmex.org.mx/post/m%C3%A9xico-y-el-nearshoring-oportunidades-y-desaf%C3%ADos>
33. Mones, M. (2021) IMMEX: ¿Qué Es y Cómo Funciona? Comercio y Aduanas. Recuperado de: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/immex-que-es/>
34. Morales, M. A. y Pech, J. L. "Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos" en *Contaduría y Administración* [en línea]. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, Fondo Editorial de la Facultad de

- Contaduría y Administración, 2000- [citado 03 noviembre 2011]. Trimestral. Abril-junio, 2000. No. 197 Disponible en: <http://www.ejournal.unam.mx/rca/rca_index.html>. ISSN-0186-1042. pág 49.
35. Moran, T., Graham, E., & Bloms, M. (2004). Foreign direct investment and development: The new policy agenda for developing countries and economies in transition. Washington, DC: Center for Global Development.
 36. Mortimore , M., Vergara , S., & Katz, J. (2001). La competitividad internacional y el desarrollo nacional: implicancias para la política de Inversión Extranjera Directa (IED) en América Latina. Santiago de Chile: CEPAL.
 37. OECD. (2013). Regions and Innovation; Collaborating Across Borders. OECD Reviews of regional Innovation. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1177/0022146514533086>
 38. Oficina del Censo de los Estados Unidos. (2020). The Population of Arizona Counties and Incorporated Places. <https://www.census.gov/library/publications/2020/demo/popest/CO-EST2020-ANNRES-04.html>
 39. Osborne, D. y Gaebler, T. (1994). Un nuevo modelo de gobierno como transformar el espíritu empresarial al sector publico. Ciudad de México, México: Gernika
 40. Pavlakovich-Kochi, V. (2017). Arizona, Mexico, NAFTA: Long Courtship, Marriage of Convenience, Now Looming Separation? Arizona's economy, economic and business research center. Recuperado de <https://www.azeconomy.org/2017/10/border-economy/arizona-mexico-nafta-long-courtship-marriage-of-convenience-and-now-divorce/>
 41. Pavlakovich-Kochi, V. (2006). The Arizona-Sonora Region: A Decade of Transborder Regional Building. Estudios Sociales. Revista de Investigación Científica, XIV(27), enero- junio, 25-55.
 42. Vázquez-Ruiz, M.A. (2009). Frontera norte: la economía en Sonora. Una visión desde la perspectiva industrial. Hermosillo, México: Universidad de Sonora
 43. Vázquez-Ruiz, M. A. (1998). Economic Development in Sonora: An Analysis of Sectoral Change. Strategic Economic Development Vision for the Arizona-Sonora Region. Prepared for the Governors of Arizona and Sonora: University of Arizona Office of Economic Development.
 44. Verdugo, S.A. (2019). La Mega Región Sonora-Arizona-Nuevo México y sus tendencias hacia la integración económica. (Tesis de maestría) universidad de Sonora, Hermosillo, México
 45. Reynolds, C. (1985). U.S. Mexico Relations: Economic and Social Aspects. Stanford Univ Pr; Edición Reprint.
 46. Ricardo, D. (1817). Principles of Political Economy and Taxation. John Murray.
 47. Rivas Sosa. (1973) Función de las industrias maquiladoras en la promoción de polos de desarrollo industrial, Tesis profesional, UNAM, México 1973, p.1.
 48. Saavedra, M. (2012) Una propuesta para la determinación de la competitividad en la PYME Latinoamericana. *Revista Pensamiento y Gestión*, **33**, 93-124.
 49. Saavedra, M. (coord.) (2014) Hacia la determinación de la competitividad de la Pyme Latinoamericana. Publicaciones empresariales UNAM-FCA Publishing, México.
 50. Saavedra, M. Orieta, Sindy (2014) Competitividad sistémica: Estudio de la Mipyme en Querétaro UNAM-FCA Publishing, México.
 51. Saavedra, M., Milla, S. and Tapia, B. (2013) Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, **2**, 38-52. <http://dx.doi.org/10.15558/fir.v2i4.38>
 52. Sin Autor. (2022). Competitividad de Sonora se basa en la calidad de su recurso humano: gobernador Alfonso Durazo. Gobierno de Sonora. Recuperado de

- <https://www.sonora.gob.mx/acciones/noticias/competitividad-de-sonora-se-basa-en-la-calidad-de-su-recurso-humano-gobernador-alfonso-durazo.html>
53. Schumpeter, J. A. "Capitalism, Socialism and Democracy". New York. Harper & Brothers, 1942.
 54. Sistema de Información Estadística del Estado de Sonora, (SIEES, 2020), Información Estadística, Indicadores. Recuperado de <http://www.estadisticasonora.gob.mx/indicadores.aspx>
 55. Secretaría de Economía. (2020). Perfil Económico de Sonora. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/567006/Perfil_Econ_mico_Sonora.pdf
 56. Sepúlveda Villarreal, E. Temas económicos y sociales de actualidad en México. Charlas en mangas de camisa. México: Museo Interactivo de Economía, 2010. pág 287.
 57. Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. Imprenta de T. Payne y hijo.
 58. Wong-González, P. (2015). La conformación de regiones asociativas transfronterizas: los límites de la paradiplomacia regional. En M. R. Barajas Escamilla, P. Wong-González y N. Oddone (Coord). Fronteras y procesos de integración regional. Estudios comparados entre América y Europa (pp. 81-94). México: El Colef, CIAD, Juan Pablos Editor.
 59. Wong-González, P. (2005). La emergencia de regiones asociativas transfronterizas: cooperación y conflicto en la región Sonora-Arizona. *Frontera Norte*, 17(33), enero- junio, 77-106.
 60. Wong-González, P. (2019). Sonora-Arizona: región modelo de paradiplomacia transfronteriza. En *Mega-Región. El presente con futuro* (pp. 38-55). Gobierno del Estado de Sonora, Arizona-Mexico Commission, Comisión Sonora-Arizona.

Impuestos y contribuciones

El Comprobante Fiscal Digital Por Internet (CFDI) Como Instrumento De Fiscalización En México.

Yazmín Díaz Hernández
Fernando Calles Montijo
Sergio Félix Enríquez

Resumen

El Comprobante Fiscal Digital por Internet (CFDI) es un instrumento crucial en México para la fiscalización y regulación de las transacciones comerciales. Son utilizados tanto por contribuyentes y el gobierno para llevar un registro detallado de las operaciones económicas. Estos comprobantes incluyen información clave de las transacciones comerciales. La emisión es obligatoria.

El CFDI se ha convertido en una herramienta esencial para la fiscalización, ya que permite al SAT rastrear y verificar las operaciones de las empresas y garantizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

El CFDI promueve la eficiencia recaudatoria de impuestos, al tiempo que impulsa la formalización de la economía y contribuye a la reducción de la evasión fiscal. Su implementación ha mejorado significativamente la supervisión de las transacciones comerciales en México y ha fortalecido la confianza en el sistema tributario, ya que promueve la rendición de cuentas y la transparencia en el ámbito fiscal.

Se realizó una investigación documental con enfoque cualitativo y exploratoria para identificar los problemas que se generan al no elaborar el comprobante correctamente.

Se concluye que es muy importante cuidar la elaboración de los CFDI para que los empresarios no corran riesgos innecesarios.

Palabras clave: Información financiera, fiscalización electrónica, contabilidad electrónica, CFDI.

Problema

La fiscalización de la información financiera en México es un tema de gran relevancia, especialmente en un contexto en el que se busca fortalecer la transparencia y la rendición de cuentas por parte de las empresas y organizaciones. En este sentido, es importante analizar la efectividad de la información financiera como instrumento de fiscalización, así como los retos y desafíos que enfrenta el país en este ámbito. Se abordará el problema de la información financiera como instrumento de fiscalización en México, para lo cual se analizarán los retos y desafíos que enfrenta el país en este ámbito.

El problema central radica en la falta de efectividad de la aplicación correcta de la información financiera como instrumento de fiscalización en México. A pesar de que se cuenta con regulaciones claras, la falta de transparencia y opacidad por parte de algunas empresas y organizaciones dificultan la tarea de las autoridades fiscales para llevar a cabo una fiscalización efectiva. Por otra parte, la falta de capacidad técnica y humana de las autoridades fiscales también se ha identificado como un factor que limita la fiscalización de la información financiera. Asimismo, es necesario considerar que la complejidad de los esquemas fiscales y contables de algunas empresas y organizaciones dificulta el análisis y la interpretación de la información financiera, lo que a su vez dificulta la tarea de las autoridades fiscales. Esto, sumado a la falta de capacidad de las autoridades fiscales, limita la eficacia de la fiscalización de la información financiera. (Martínez 2019).

Sin embargo, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI 2021) en un comunicado informó que en México, en 2020, había 84.1 millones de usuarios de Internet, que representa el 72.0% de la población de seis años o más., permitiendo el desarrollo de nuevas tecnologías y aplicaciones para abarcar los nuevos desafíos de esta revolución digital; Según el Código Fiscal de Federación, Artículo 29, establece: “Los contribuyentes en México están obligados a expedir comprobantes fiscales Cuando las leyes fiscales establezcan la obligación de expedir comprobantes fiscales por los actos o actividades que realicen o por los ingresos que se perciban, los contribuyentes deberán emitirlos mediante documentos digitales a través de la página de Internet del Servicio de Administración Tributaria”. Las leyes fiscales establecen la obligación a las empresas, personas físicas y morales, a llevar contabilidad electrónica, incluyendo el uso de portales para la elaboración de comprobantes fiscales por internet (CFDI).

Cada día se presentan problemas distintos referente al timbrado de la facturación electrónica muchas veces por el desconocimiento de la aplicación que tiene cada código de timbre, por lo tanto, es de suma importancia saber cómo se debe de timbrar un CFDI. Hoy en día la autoridad fiscal basada en disposiciones legales, obliga a utilizar conceptos como son el código del producto o servicio, código de régimen fiscal, uso de CFDI, Tipo de CFDI. Este comprobante digital debe cumplir con los requisitos establecidos en el art 29-A del Código Fiscal de la Federación (CFF). Para que sea un comprobante sea válido, todos estos códigos son muy importante para tener un “buen timbrado de facturación”, y al momento que la autoridad realice un cruce se encuentre de manera correcta la Facturación Electrónica. Otro problema sumamente común y al que se debe prestar mucha atención es cuando se emite una factura con información incorrecta. "Esta situación le ocurre tanto a pequeñas y medianas empresas, así como a grandes corporativos: entre los principales se encuentran errores en el RFC, conceptos mal desglosados o poco claros, el desglose del IVA o ISR es incorrecto y falta de requisitos que todos los comprobantes fiscales digitales (CFDI) deben tener. (“Problemas más comunes que las empresas enfrentan en la facturación ...”).

La importancia de llevar una adecuada información financiera es fundamental para el correcto cumplimiento de las disposiciones fiscales y para mantener una situación financiera sólida en las empresas. A continuación, se presentan algunos puntos clave relacionados con este tema:

Obligaciones de contabilidad electrónica, Riesgos de llevar contabilidad deficiente, Sanciones Fiscales, Impacto en la rentabilidad, Repercusiones en la reputación.

La correcta gestión de la información financiera es esencial para evitar problemas fiscales y mantener una situación financiera sólida en las empresas mexicanas. El incumplimiento de las disposiciones fiscales puede tener consecuencias graves, por lo que es fundamental seguir las regulaciones y mantener una contabilidad electrónica adecuada. Esto ayudará a garantizar la estabilidad financiera y la reputación de la empresa.

Objetivos

Objetivo general

Identificar los problemas que se generan por no tener el suficiente conocimiento a la hora de la generación y aplicación de los comprobantes fiscales por internet ya que se considera el núcleo de la información financiera.

Objetivos específicos:

- Identificar los principales requisitos y obligaciones que las empresas deben cumplir en cuanto a la presentación de información financiera.
- Describir las disposiciones fiscales inherentes a la elaboración y aplicación de los comprobantes fiscales digitales por internet.

Marco referencial y teórico

Normatividad contable

Marco jurídico de la información financiera: En México el marco jurídico que determina la obligación de llevar cuenta y razón de los negocios es el Código de Comercio que señala en su Artículo 33 “El comerciante está obligado a llevar y mantener un sistema de contabilidad adecuado...”. La Ley General de Sociedades Mercantiles, la Ley del Impuesto Sobre la Renta Artículo 86 llevar la contabilidad de conformidad con el Código Fiscal de la Federación, la Ley del Impuesto al Valor Agregado y su Reglamento en el Artículo 32.

Según las Norma de Información Financiera A-1 (2023) "La contabilidad es una técnica que se utiliza para compilar los registros de las transacciones y otros eventos que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuradamente información financiera que se incorpora en los estados financieros".

Según el libro de contabilidad I Gutiérrez (2022) Por William Pyle, "la contabilidad es el arte de registrar y sintetizar las transacciones de un negocio, y de interpretar sus efectos sobre los asuntos y las actividades de una entidad económica". Según el libro de contabilidad I Gutiérrez (2022) Por Meigs Robert, "la contabilidad es el arte de interpretar, medir y describir la actividad económica".

El Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera es un organismo independiente en su patrimonio y operación, constituido en el año 2002 por entidades líderes de los sectores público y privado, con objeto de desarrollar las «Normas de Información Financiera» para ser de utilidad tanto para emisores como para usuarios de la información financiera. (CNIF, año).

Según Salazar (2018) por Emery, Finnerty y Stowe (2000) la información financiera: "expresan que el uso de la información financiera es útil al menos en dos maneras. En primer lugar, dicha información proporciona una estructura para entender la dinámica, la forma en como la afecta un suceso y qué tan importante o insignificante es. En segundo lugar, el uso de la información financiera implica ventajas y desventajas. La ventaja se basa en que la información puede ser muy útil, mientras la desventaja se basa en que dicha información pocas veces basta para tomar decisiones de negocios sólidas."

Principales requisitos y obligaciones que las empresas deben cumplir en cuanto a la presentación de información financiera:

Uso de Normas Contables Mexicanas (NIF): Las empresas deben preparar sus estados financieros de acuerdo con las NIF.

Elaboración de Estados Financieros: Las empresas deben de preparar estados financieros que incluyan el balance general, el estado de resultados flujo de efectivo y notas a los estados financieros.

Auditoría Externa: las empresas deben someter sus estados financieros a una auditoria externa realizada por firmas de auditoría independientes.

cumplimiento de la Ley del impuesto Sobre la Renta (ISR): las empresas deben cumplir con las obligaciones fiscales.

Sustento Jurídico de la información financiera.

En México, el marco jurídico que determina la obligación de llevar cuenta y razón de los negocios es el Código de Comercio que señala en su Artículo 33 “El comerciante está obligado a llevar y mantener un sistema de contabilidad adecuado...”. La Ley General de Sociedades Mercantiles, la Ley del Impuesto Sobre la Renta, Artículo 86 llevar la contabilidad de conformidad con el Código Fiscal de la Federación, la Ley del Impuesto al Valor Agregado y su Reglamento en el Artículo 32.

Sustento Legal

En el portal del Gobierno de México menciona “en México, la contabilidad electrónica se refiere a la obligación de llevar los registros y asientos contables a través de medios electrónicos e ingresar de forma mensual su información contable a través del SAT”. Ante ello, los contribuyentes deben tener la posibilidad de generar información electrónica de sus pólizas contables para entregarla, esto sólo cuando: el SAT ejerza facultades de comprobación directamente al contribuyente o a terceros relacionados (compulsas); el contribuyente solicite una devolución o realice una compensación.”

La información contable se integrará con cortes mensuales en archivos XML con el detalle de la contabilidad electrónica conforme a lo establecido en el (Anexo 24 de la Resolución Miscelánea Fiscal 2023).

Envío de información contable a la autoridad

La información se enviará en archivos comprimidos con formato zip a través del Buzón Tributario o en la sección Trámites de este Portal; el envío debe hacerse con firma electrónica vigente. Asimismo, para los meses subsecuentes se estará a lo siguiente: El catálogo de cuentas deberá enviarse por primera vez junto con la balanza de comprobación y cuando se modifiquen o adicionen las cuentas de mayor o las subcuentas que fueron reportadas.” Esta obligación está contenida en la regla 2.8.1.5 Fracción I, de la Resolución Miscelánea Fiscal 2023.

Fiscalización electrónica

Incumplimiento por ignorancia

El incumplimiento de obligaciones por “ignorancia” nace por no estar al tanto de al cien por ciento de la empresa, es decir no conocer de manera correcta las operaciones que se realizan, la actividad de la empresa, y las actividades que tiene dada de alta en la constancia de situación fiscal, es muy importante cumplir con las demás obligaciones que se adquieren dependiendo de la actividad y/o giro de la empresa. Un ejemplo claro es

en una financiera tienen la obligación de presentar mensualmente en el Portal de Prevención de Lavado de Dinero (PLD) por las actividades vulnerables es decir los préstamos que se realizan mensualmente.

Procedimiento de Revisión Electrónica

Las autoridades fiscales tienen facultades para revisar la información financiera de las empresas para determinar si están cumpliendo correctamente.

Según el Artículo 45. del Código Fiscal de la Federación establece que: “Los visitados, sus representantes o la persona con quien se entienda la visita en el domicilio fiscal, están obligados a permitir a los visitadores designados por las autoridades fiscales el acceso al lugar o lugares objeto de la misma, así como mantener a su disposición la contabilidad y demás papeles que acrediten el cumplimiento de las disposiciones fiscales de los que los visitadores podrán sacar copias para que previo cotejo con sus originales se certifiquen por estos y sean anexados a las actas finales o parciales que levanten con motivo de la visita.

Conciliación de Información Autoridad-Contribuyente

Es recomendable para las empresas realizar una conciliación contable - fiscal con el apoyo de las herramientas que brinda la autoridad fiscal de forma regular, estos cruces pueden ser de manera mensual, quincenal, semanal, esto va a depender del volumen de la empresa, esto garantiza la precisión de los registros financieros (contables) y esto evita y disminuye las discrepancias con la autoridad fiscal y posibles sanciones o auditorías.

Lo más recomendable para hacer un buen cruce es ver lo se encuentra registrado en la contabilidad esto comparándolo con la parte de los XML (los timbres fiscales), para poder descargar los XML en línea existen diferentes aplicaciones donde podemos descargarlo de manera masiva.

Metodología

La presente investigación de tipo documental y enfoque cualitativo analiza el uso de Comprobantes Fiscales Digitales por Internet (CFDI) como herramienta de fiscalización en México. Este enfoque implica la revisión detallada de documentos y registros fiscales para comprender su impacto en la supervisión tributaria. Se emplean técnicas cualitativas, como el análisis de contenidos de CFDI y entrevistas con contribuyentes y autoridades fiscales, para identificar patrones, prácticas y desafíos en la fiscalización. El objetivo es mejorar la eficacia y transparencia de este proceso, contribuyendo a un sistema tributario más eficiente y equitativo en México.

Propuestas

Para que las empresas tengan certeza de que están cumpliendo correctamente con la obligación de expedir CFDI y evitarse problemas con la autoridad, se darán algunas recomendaciones

- Facturas Tipo ingreso, timbras (XML SAT) esto con la cuenta de ingresos de contabilidad. Verificar que sean los mismos datos, en caso de tener facturas duplicadas cancelar.
- En las facturas de ingresos se debe de verificar si los ingresos declarados en los presionales son igual en la declaración anual, de la misma manera que debe de coincidir con los timbres de CFDI.
- Facturas de Egreso (Gastos) verificar si todas las facturas se encuentran provisionadas en la contabilidad, en caso de contar con facturas que no corresponden solicitar la cancelación.
- En los gastos es sumamente importante conciliar las retenciones que tenemos provisionadas como las que tenemos en timbradas, así como el IVA de las facturas.
- Verificar que los datos de las facturas sean correctos y correspondan con el producto y/o servicio, el uso de CFDI, método de pago, si es PUE o PPD.

Conclusiones

En la presente investigación se plantearon una serie de objetivos los cuales fueron logrados. El objetivo general de la investigación es Identificar los problemas que se generan por no tener el suficiente conocimiento a la hora de la generación y aplicación de los comprobantes fiscales por internet ya que se considera el núcleo de la información financiera (contabilidad), y del objetivo general nacen tres objetivos específicos las cuales son los siguientes 1. Identificar los principales requisitos y obligaciones que las empresas deben cumplir en cuanto a la presentación de información financiera. 2.Describir las disposiciones fiscales inherentes a la elaboración y aplicación de los comprobantes fiscales digitales por internet. 3.Exponer el impacto de las nuevas tecnologías en la elaboración de la información financiera como herramienta fiscalización. Las cuales se lograron mediante la investigación y desarrollo del marco teórico ayudando con la recopilación de información para al final desarrollar una guía que sea de manera fácil el cual es contribuyente pueda ver y le sea de fácil entendimiento. Con esto se busca disminuir las diferencias con la autoridad fiscal.

El identificar y acatar las disposiciones fiscales de manera adecuada, como el caso del CFDI, traerá a los empresarios tranquilidad fiscal y financiera para poder desarrollar mejor su trabajo y subsistir largamente en el mercado.

Políticas Fiscales Inclusivas Para El Sector Productivo Con Inclusión Social

Jesús Agustín Rivera Robles

Nallely Esther Villa Ruiz

Amelia Güereña Gardea

Resumen

La política fiscal no solo debe ser recaudatoria, debe ser también un instrumento del Estado para alentar fomentar regular v/o inhibir determinadas prácticas de negocios que contribuyan a un mayor y mejor desarrollo social.

En este contexto en México se busca por medio de diversos instrumentos, contribuir a la inclusión de personas con discapacidad al medio laboral a través del otorgamiento de estímulos fiscales a aquellas empresas que los contraten, así mismo que realicen a sus instalaciones todo tipo de adaptaciones que faciliten a personas con discapacidad el acceso y uso de las instalaciones, por esta razón la presente investigación tuvo como propósito realizar un análisis de los estímulos fiscales para el sector productivo que operan bajo el esquema de inclusión social en la Ciudad de Hermosillo, Sonora.

Palabras claves: Inclusión laboral, Política tributaria, Sistema Tributario.

Antecedentes

El 15% de la población mundial refiere a personas con discapacidad, solo en América Latina y el Caribe suman 85 millones de personas con discapacidad, todas ellas enfrentan diversas barreras para participar en la vida social en igualdad de condiciones.

En el contexto internacional el Fondo Social Europeo y la fundación ONCE para la cooperación de integración social de personas con discapacidad en el año del 2007 en España realizaron el evento “Perspectivas del mundo empresarial, respecto a la contratación de personas con discapacidad”, cuyo objetivo obtener información para el fomento de la integración laboral de personas con discapacidad a través del conocimiento de las prácticas identificadas como exitosas y de los elementos que llevan al empresario a no considerar la incorporación de las personas con discapacidad en sus plantillas. Logrando conocer la situación respecto a la contratación de personas con discapacidad, motivaciones que impulsan la contratación de personas con discapacidad y evidenciar las dificultades que encuentra el empresario a la hora de plantearse la contratación.

Referente a México, Pérez, Magaña y Aquino (2017) trabajaron el proyecto “Beneficios del sector empresarial para la inclusión laboral de personas con discapacidad” bajo el objetivo de presentar el impacto del estímulo fiscal en las Empresas del Municipio del Centro, Tabasco, México, que asumen el compromiso de contratar

personas con discapacidad. Obteniendo que los estímulos fiscales que otorga el Sistema de Administración Tributaria (SAT) en este contexto no son difundidos en el medio empresarial y carecen de practicidad.

Desde el 2011 se implementó la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad (LGIPD) cuyo objeto es reglamentar lo conducente al artículo 1° Constitucional estableciendo las condiciones en las que el Estado deberá promover, proteger y asegurar el pleno ejercicio de los derechos humanos y libertades fundamentales de las personas con discapacidad, asegurando la plena inclusión a la sociedad en un marco de respeto, igualdad y equiparación de oportunidades (LGIPD, 2011. Artículo 1°).

Invertir en la inclusión de las personas con discapacidad no sólo es un asunto de derechos humanos, es una necesidad para la economía de los países y sus políticas fiscales. La Organización Internacional del Trabajo estima que el costo de la exclusión de las personas con discapacidad podría equivaler entre el 1% y 7% del producto interno bruto de un país.

Planteamiento del problema

La desigualdad que afrontan las personas con discapacidad, las personas con discapacidad tienen menos probabilidades de acceder a la educación, terminar la escuela, conseguir un empleo, formar sus familias y participar en la vida pública y política. De hecho, tienen más probabilidades de vivir en la pobreza y de ser víctimas de violencia, abandono y abuso. ¿Las causas? Discriminación, falta de acceso a servicios generales y brecha en la prestación de servicios para la vida independiente en comunidad.

Ahora bien, invertir en la inclusión de las personas con discapacidad, no sólo es un asunto de derechos humanos, sino una necesidad para la economía de los países y sus políticas fiscales.

Urge revisar los marcos legislativos de los países para saber si están en sintonía con los de la CDPD. Por ejemplo, gobiernos de América Latina tiene normas que excluyen a ciertos grupos de la definición de personas con discapacidad, o no se considera la asistencia personal o la provisión de ayudas técnicas como servicios necesarios para la inclusión de esta población.

Los gobiernos de la región podrían desarrollar y financiar programas y políticas fiscales dirigidos a Personas Físicas o Morales que operan bajo el esquema de inclusión social, por ejemplo las medidas que deberían tomarse respecto a la legislación tributaria, los incentivos fiscales para promover el empleo de personas con discapacidad, para generar investigación e innovaciones que las beneficien y por donar a esta población; las tasas reducidas o la exoneración de impuestos para productos diseñados para el uso personal y exclusivo de las personas con discapacidad, las deducciones fiscales por los gastos médicos, terapias, ayudas técnicas y adaptaciones en la vivienda que requieran las personas con discapacidad.

Justificación

La incorporación de un enfoque de discapacidad en la política fiscal, basado en los derechos humanos, es una medida indispensable para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y conseguir la meta de no dejar a nadie atrás. Además, cuando las personas con discapacidad participan activamente en las distintas fases de la política fiscal, se asegura una asignación de recursos más efectiva, relevante e igualitaria, para promover la inclusión y participación plena y efectiva de las personas con discapacidad.

Objetivos

Objetivos General

El objetivo de esta investigación es brindar orientación al sector empresarial sobre como operar bajo el esquema de inclusión social donde dicho actuar resulte en beneficios para personas con discapacidad como para la empresa en deducciones fiscales, con el fin de asegurar un enfoque de derechos humanos y promover la participación de las personas con discapacidad en línea con lo estipulado en los Principios de Derechos Humanos en la Política Fiscal.

Objetivos Específicos

- Conocer la Política fiscal con enfoque de discapacidad
- Conocer los derechos humanos en la Política fiscal y su orientación a la inclusión social principalmente en personas con discapacidad
- Conocer la Política fiscal y sus estímulos fiscales para Personas Físicas y Morales que operan bajo el esquema de inclusión social
- Identificar las empresas que operan bajo esquema de inclusión social en Hermosillo, Sonora

Marco teórico y referencial

Definiciones y conceptos básicos

Política Fiscal: es el conjunto de medidas y acciones adoptadas por el gobierno en relación con sus ingresos y gastos públicos, así como con la regulación tributaria, con el propósito de alcanzar objetivos económicos y sociales específicos (Rosen & Gayer, 2014).

Política Fiscal Inclusiva: un instrumento clave para abordar la desigualdad y promover un crecimiento económico sostenible y equitativo (Fondo Monetario Internacional, 2017)

Discapacidad: es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Representa la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás" (Organización Mundial de la Salud, 2001),

Inclusión social: es el proceso mediante el cual se garantiza que las personas y grupos tengan igualdad de oportunidades para participar plenamente en la sociedad, incluyendo el acceso a recursos, servicios, derechos y participación en la toma de decisiones. Implica la eliminación de barreras y la promoción de la igualdad de derechos y dignidad para todos" (Naciones Unidas, 2017)

Inclusión Laboral: un componente fundamental para promover el trabajo decente y sostenible, y destaca la necesidad de políticas y prácticas que fomenten la igualdad de oportunidades en el empleo (Organización Internacional del Trabajo, 2018).

Sistema Tributario: se refiere al conjunto de leyes, normativas y procedimientos mediante los cuales un país o una jurisdicción recauda impuestos y otros tributos para financiar el gasto público y regular la actividad económica. Es el sistema mediante el cual se establecen los impuestos, se determina quiénes están obligados a pagarlos, se fijan las tasas impositivas y se establecen los mecanismos de recaudación y fiscalización (Ricardo, 1817)

Incentivos Fiscales para Promover el Empleo de Personas Con Discapacidad: se refieren a los incentivos y ventajas que los gobiernos ofrecen a los donantes que realizan contribuciones económicas al sector de la discapacidad. Estos beneficios pueden incluir deducciones fiscales, exenciones de impuestos o créditos fiscales que buscan fomentar y apoyar la donación de recursos financieros para programas, organizaciones y proyectos relacionados con la discapacidad (Vasco, 2017).

Beneficios Fiscales por donación al sector de la Discapacidad: se refieren a los incentivos y ventajas otorgados por los gobiernos para promover la donación de recursos económicos a organizaciones, programas y proyectos relacionados con la discapacidad. Estos beneficios fiscales están diseñados para fomentar la solidaridad y el apoyo financiero hacia este sector, incentivando a los contribuyentes a realizar donaciones.

Principios de los derechos humanos en la ley federal del trabajo y las personas con discapacidad

En México, los principios de los derechos humanos aplicables a las personas con discapacidad en el ámbito laboral se encuentran establecidos en la Ley Federal del Trabajo (LFT), así como en la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad (LGIPD) y la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, ratificada por México en 2007.

Según la (Ley Federal del Trabajo, 2023), los principios son:

- **No discriminación:** Tanto la LFT como la LGIPD establecen el principio de no discriminación, prohibiendo la discriminación laboral por motivo de discapacidad. Se garantiza la igualdad de oportunidades y trato justo en el empleo.
- **Igualdad de condiciones:** Se busca asegurar que las personas con discapacidad tengan igualdad de oportunidades en el acceso al empleo, la capacitación y el desarrollo profesional, sin que se impongan condiciones desfavorables.
- **Ajustes razonables:** Se establece la obligación de los empleadores de realizar ajustes razonables en el lugar de trabajo para garantizar la plena participación y el ejercicio de los derechos laborales de las personas con discapacidad, como la adaptación de instalaciones, equipos o jornadas de trabajo flexibles.
- **Accesibilidad:** Se promueve la accesibilidad en el entorno laboral, asegurando que las personas con discapacidad tengan las condiciones necesarias para desempeñar su trabajo de manera adecuada.
- **Impuesto Sobre la Renta (ISR):** es una carga fiscal directa que se aplica a los ingresos obtenidos que incrementen el patrimonio de un contribuyente, por lo que las personas físicas y morales /empresas) están obligadas al pago de este impuesto.
- **Inclusión laboral:** Se fomenta la inclusión de las personas con discapacidad en el mercado laboral, promoviendo su contratación y permanencia en empleos dignos y productivos, y se establecen medidas para incentivar a los empleadores a contratar a personas con discapacidad.

Leyes que aplican beneficios Tributarios a personas con discapacidad

En el contexto de México, existen leyes que otorgan beneficios tributarios a las personas con discapacidad. A continuación, mencionaré algunas de las leyes que aplican en este sentido:

- **Ley del Impuesto sobre la Renta (ISR):** Esta ley contempla beneficios fiscales para personas con discapacidad, como deducciones por gastos médicos, incluyendo tratamientos, medicamentos y aparatos ortopédicos. Además, establece la posibilidad de deducir gastos por la educación especial de personas con discapacidad.
- **Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA):** La Ley del IVA establece que la importación o adquisición de bienes destinados a personas con discapacidad pueden estar exentos de este impuesto.
- **Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS):** Esta ley contempla la exención del IEPS en la adquisición de combustibles destinados a personas con discapacidad, siempre y cuando se cumplan los requisitos establecidos.

Sistemas tributarios inclusivos de las personas con discapacidad

El sistema tributario tiene como objetivo principal dotar a los Estados de recursos sostenibles para financiar el gasto público. Sin recursos públicos suficientes no se pueden garantizar los derechos humanos ni reducir la desigualdad. Sin embargo, las políticas tributarias no son neutrales; sin un enfoque de justicia y equidad, pueden obstaculizar la igualdad social y la agenda de derechos. Por ejemplo, las políticas tributarias en la mayoría de los países de América Latina y el Caribe no generan los recursos suficientes para cerrar las brechas de acceso a servicios para garantizar plenamente los derechos de las personas con discapacidad.

› Deducciones fiscales al impuesto a la renta personal o de las personas físicas.

Por los gastos médicos, terapias, ayudas técnicas y adaptaciones en la vivienda que requieran las personas con discapacidad. Por ejemplo, en los Estados Unidos, las modificaciones a la vivienda por razón de discapacidad pueden ser deducidas como “gastos médicos”.

En la mayoría de los países de Latinoamérica ya existe la posibilidad de considerar deducibles de la base de cálculo del Impuesto a la Renta a aquellos vinculados a la educación, los gastos médicos, los seguros de vida, las hipotecas, entre otros. A dicha listas debieran adicionarse los gastos señalados anteriormente. Sin embargo, es necesario replantear legislativamente la aplicación práctica de las deducciones fiscales ya que en nuestra región el gasto tributario tiene efectos negativos sobre la equidad del sistema tributario ya que, en general, tienden a beneficiar solamente los sectores de ingresos más elevados y, por tanto, constituyen una forma muy regresiva de deducción fiscal.

› Incentivos fiscales para promover el empleo de personas con discapacidad.

Varios países cuentan con beneficios fiscales para las empresas que contribuyan con la inclusión laboral de las personas con discapacidad mediante su contratación, formación laboral y/o provisión de adaptaciones en el empleo. Por ejemplo, Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, la República Dominicana y Uruguay ofrecen incentivos a las empresas privadas que contraten personas con discapacidad, que comprenden desde desgravaciones fiscales y bonificaciones en las cuotas a la seguridad social hasta subvenciones por cada persona contratada y ayudas a fondo perdido o créditos especiales para la financiación de actuaciones de adaptación de puestos de trabajo y de eliminación de barreras en el lugar de trabajo.

› Incentivos fiscales para la investigación e innovación.

Algunos países, como España, cuentan con deducciones fiscales por gastos vinculados a actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica enfocados en mejorar la calidad de vida y promover la inclusión de las personas con discapacidad.

› **Beneficios fiscales por donación al sector de la discapacidad.**

En Perú, Honduras y otros países de la región son deducibles del impuesto a las sociedades o impuesto a la renta corporativo, las donaciones o aportes destinados a instituciones públicas o privadas sin fines de lucro que trabajan en beneficio de las personas con discapacidad. Se podría considerar una deducción fiscal con un porcentaje adicional por las donaciones que se realicen a favor de las organizaciones sin fines de lucro de personas con discapacidad o que prestan servicios a personas con discapacidad, si se mantiene la donación a la misma entidad por dos períodos impositivos consecutivos, con el objetivo de incentivar una “fidelización” de las empresas privadas a favor del sector de la discapacidad.

› **Tasa reducida del impuesto por arrendamiento o alquiler de inmuebles**

Cuando el arrendamiento se destina a la vivienda de una persona con discapacidad (por ejemplo, estableciendo una tasa de 0% sobre la renta obtenida). En España existe una deducción del 60% sobre la renta neta obtenida en los supuestos de arrendamiento de bienes inmuebles destinados a vivienda.

Existe actualmente una propuesta de enmienda que propone una deducción del 100% cuando el arrendatario sea una persona con discapacidad, en un grado igual o superior al 65%. Consideramos más conveniente la aplicación de una tasa cero que considerar el ingreso como un beneficio fiscal ya que de esta manera de beneficia al arrendador y al arrendatario, de manera indistinta, y sea quien fuera la persona con discapacidad.

Tal como se ha señalado anteriormente, las legislaciones contemplan que, para la aplicación de ventajas o incentivos fiscales, se debe acreditar la condición de persona con discapacidad; por lo tanto, resaltamos la necesidad de que la acreditación o carnet de discapacidad sea un trámite expedito.

En la implementación de estas medidas se debe tomar en cuenta también la capacidad contributiva de los familiares, ya que prestar asistencia a una persona con discapacidad puede implicar una reducción de la capacidad económica del núcleo familiar. Una reforma tributaria inclusiva, que invierta en la inclusión de las personas con discapacidad, puede contribuir a crear un círculo virtuoso donde el incremento de la capacidad económica de las personas con discapacidad y sus familias conduce a una mayor recaudación fiscal y, por tanto, mayor capacidad de gasto y mejores servicios.

Metodología

Enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir preguntas de investigación en el proceso de interpretación resultados a través de revisión de la literatura en relación al tema estudiando, con base en el planteamiento del problema hasta la elaboración del reporte del resultado (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010), como guía práctica para las personas físicas y personas morales para motivarlas al acceso del incentivo fiscal para que operen bajo el esquema de inclusión social.

Conclusiones

Las carencias de la protección social en México ponen de manifiesto la necesidad de políticas fiscales más activas en ese ámbito de estudio, que favorezca tanto el crecimiento económico y un empleo decente para personas con discapacidad, lo cual ponen de manifiesto ineludibles la difusión de los beneficios fiscales para empresarios que operen bajo el esquema de inclusión social.

En resumen, debemos tratar a las personas con discapacidad como a cualquier persona, respetando en ellas todos los derechos y las obligaciones de cualquier ser humano. Nada más, pero nada menos. Con el fin de contribuir al avance de la sociedad tenemos la obligación y la responsabilidad de incluir en ella a todos los grupos sociales y de recordar que las personas con discapacidad son personas productivas y deben pagar sus impuestos como cualquier ciudadano, para lo cual deben contar con un empleo.

Se desarrollo una guía práctica para personas físicas y para personas morales donde describa los diversos incentivos fiscales que pueden adquirir al operar bajo el esquema de inclusión social, en atención a personas con discapacidad, tanto en lo referente a la inserción laboral como en la adecuación de las instalaciones de la empresa para el acceso y facilidad de las personas con discapacidad, entre otras.

Bibliografía

Fondo Monetario Internacional. (2017). *Política Fiscal para el Crecimiento Inclusivo*.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Educación.

La política fiscal necesita un enfoque de discapacidad: ¿cómo hacerlo posible? (06 de 11 de 2023).
Obtenido de <https://derechosypoliticafiscal.org/es/noticias/117-politica-fiscal-y-personas-con-discapacidad>

Ley Federal del Trabajo. (2023).

- Lorenzo, R. D. (s.f.). El futuro de los discapacitados en el mundo : El empleo como factor determinante para la inclusion.
- Naciones Unidas. (2017). Informe sobre Desarrollo Humano. *Desarrollo humano para todos*.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2018). (s.f.).
- Organización Internacional del Trabajo. (2018).
- Organización Mundial de la Salud. (2001). Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF).
- Ricardo, D. (1817). *Principios de Economía Política y Tributación*.
- Rosen, H. S., & Gayer, T. (2014). *Public Finance* (10th ed ed.). McGraw-Hill Education.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*.
- TRATAMIENTO FISCAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL IMPUESTO SOBRE SUCESIONES Y DONACIONES, Resolución nº 2856 (XXVI) (Consejo Económico y Social de Organización de las Naciones Unidas 22 de junio de 2005).
- Vasco, D. C. (2017). *LOS BENEFICIOS FISCALES RELACIONADOS CON LA DISCAPACIDAD EN LOS TRIBUTOS LOCALES, SUCESIONES Y DONACIONES*. Madrid, España: Grupo Editorial Cinca, S.A.

Beneficios fiscales para las Personas Morales del régimen general de ley en México.

Miguel Ángel Cruz Bojórquez

Fernando Calles Montijo

Resumen

El presente es un trabajo de investigación sobre los beneficios fiscales que pueden usar las personas morales del régimen general de ley en México. Así mismo, el incremento de la fiscalización, la falta de capacitación y preparación de los asesores empresariales, deficiente interés de los empresarios en los temas fiscales, complejidad de las disposiciones fiscales y la situación financiera complicada para las empresas provoca que los contribuyentes adquieran sanciones administrativas innecesarias o una elevada carga tributaria. Se utiliza el método documental con enfoque cualitativo ya que permite cumplir con los objetivos de la investigación y se adecuada a solucionar el problema de investigación.

El estudio, documental, exploratorio y descriptivo, radica en la necesidad de asesorar a los empresarios adecuadamente a cumplir con sus obligaciones fiscales y evitar sanciones, dada la creciente recaudación de la hacienda pública. También tiene implicaciones financieras, al hacer uso de los estímulos que traen consigo ahorros.

Finalmente, al haber realizado esta investigación, se aportó información valiosa sobre el sistema fiscal mexicano y los beneficios fiscales disponibles para las personas morales, lo que puede ser de utilidad para aquellos que buscan comprender y cumplir adecuadamente su situación fiscal en México.

Palabras clave: **Contribuciones, Personas Morales, Estímulos fiscales.**

Introducción

En el presente documento se destaca que los actos la fiscalización a los contribuyentes, la situación financiera complicada de las empresas y la falta de preparación de los asesores empresariales o consultores provoca el pago de impuestos de multas excesivo y de multas que no se tienen contempladas por no cumplir con las disposiciones fiscales.

Es por eso que se abordara como objetivo principal cuales son los beneficios que pueden usar las personas morales en México para solucionar el problema planteado en el párrafo anterior.

Para ello la presente contiene planteamiento del problema, objetivos, justificación, desarrollo y conclusiones.

Planteamiento del problema

Las reformas fiscales afectan al empresario en su flujo de efectivo y para realizar sus operaciones económicas y por lo que tiene que endeudarse a largo plazo para seguir operando.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2021) publicó el listado de los países con su respectiva tasa de impuesto en el 2021 y en donde se observa que México se encuentra dentro los primeros 3 países con mayor tasa impositiva, siendo Colombia el primero con una tasa del 32%, seguido de Portugal, México y Australia con una tasa de 30%. De lo anterior se puede desprender que México tiene una excesiva carga tributaria.

De lo anterior se puede señalar que en el 2020 con el programa de las entrevistas de vigilancia profunda se recaudó impuestos de ejercicios fiscales anteriores con un costo mucho menor en comparación con las facultades de comprobación y de una manera más eficiente ya que la autoridad presionaba cancelando los sellos digitales de los contribuyentes y según las disposiciones fiscales el contribuyente tiene un periodo de 40 días hábiles para aclarar su situación fiscal y así mismo, es importante señalar que en la ley de ingresos de la federación para el 2023 contempla un aumento del 11.5% de ingresos en comparación con el ejercicio 2022 y de los cuales aproximadamente el 55.71% se obtendrá de impuestos lo que representa un rubro que no puede pasar desapercibido

El problema de la baja recaudación se ha explicado por los elevados niveles de informalidad, una administración tributaria débil, bases impositivas estrechas, así como una alta tasa de evasión fiscal.

Según una investigación de la Cultura Tributaria en Hermosillo, Sonora México realizado por Morales Tostado, Echeverría Rodríguez, Huerta Urquijo y Quinto Lorenzo (2019) se concluyó que “En cuanto a las percepciones acerca del recaudo de los impuestos y el común ejercicio de las personas a pagar sus impuestos el resultado arrojó que prácticamente el 50% de los contribuyentes desconoce el destino de los impuestos recaudados por el gobierno y mencionaron que es habitual observar que los contribuyentes no paguen los impuestos correspondientes”.

Objetivos

Objetivo General

Determinar los beneficios fiscales que pueden usar las personas morales del régimen general de ley en México.

Objetivos específicos

- Exponer los elementos fundamentales de las contribuciones en México.

- Describir las disposiciones fiscales inherentes a las Personas Morales del Régimen General de Ley en México.
- Determinar los beneficios fiscales que impactan en las Personas Morales.

Justificación

El presente documento coadyuvará a que el consultor asesore al empresario que sea socio o accionista de una persona moral (que tribute en el régimen general de ley) para que cumpla con sus objetivos financieros, creando así ganancias y reinvirtiéndolas de tal manera que cumpla con sus obligaciones fiscales y no incurra en sanciones a la misma.

Es relevante investigar sobre este tema debido a que la hacienda pública ha aumentado su recaudación considerablemente y se ha vuelto más eficiente y, por lo tanto, los empresarios requieren del apoyo de un consultor preparado pero no únicamente en el área fiscal sino en la empresarial donde le pueda asesorar en materia civil, mercantil, laboral, administrativa, entre otras áreas y con el fin de que el emprendedor se sienta seguro, se dedique a crecer su negocio y cumpla con sus obligaciones

La investigación tiene una aplicación práctica ya que los contadores públicos, abogados, consultores, administradores, gerentes generales, emprendedores, empresarios, investigadores o cualquier persona que esté relacionada con el tema de las personas morales del régimen general de ley lo podrán utilizar de tal manera que incrementará sus conocimientos en esta área y abrir su panorama. Así mismo, la presente investigación servirá para futuras investigaciones que tengan relación con temas del Impuesto Sobre la Renta o en el área de impuestos.

Desarrollo

Sistema Fiscal Mexicano

El Estado debe proporcionar a los ciudadanos distintos satisfactores como salud, vivienda, educación y por consecuencia los ciudadanos debemos contribuir al gasto público para que las personas tengamos derecho a dichos satisfactores.

Lo anterior está fundamentado en el artículo 31 de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos (1917) en su fracción IV en donde establece que:

“Son obligaciones de los mexicanos:

IV. Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes.”

La Ley de Ingresos de la Federación (LIF) indica el monto total que la Federación estima recaudar en un año fiscal para implementar los programas que integran el Presupuesto de Egresos Federales. Los ingresos no pueden ser etiquetados para gastos específicos, de tal manera que la LIF, en su tarea de recaudar mediante los distintos tipos de impuestos, se enfoca en informar una estructura progresiva que ayude a la distribución de los recursos. La política de ingresos en México se ubica como un conjunto de directrices, orientaciones, criterios y lineamientos que el Estado define con el propósito de obtener los recursos necesarios para sufragar su actividad. Los ingresos se pueden dividir en ingresos tributarios y no tributarios.

Ingresos Tributarios: Son los ingresos obtenidos por parte de la recaudación impositiva, es decir, los que no presentan una contraprestación y son establecidos con características de coerción e imposición (Zanatta (2014)).

Ingresos No Tributarios: son aquellos que el Gobierno Federal obtiene como contraprestación por un servicio público, como los derechos; por el uso de los bienes de dominio público o privado (productos), así como la aplicación de multas, recargos y otros ingresos señalados en la LIF y que son denominados aprovechamientos (Zanatta (2014)). (Auditoría Superior de la Federación, 2016, p. 16 – 17).

Contribuciones:

De acuerdo a segundo artículo del Código Fiscal de la Federación señala las definiciones de las contribuciones las cuales son:

1. **Impuestos:** Son contribuciones establecidas por ley que deben pagar tanto personas físicas como morales en situaciones previstas por la ley. Estos impuestos son diferentes de otros tipos de contribuciones enumeradas en el artículo, como aportaciones de seguridad social, contribuciones de mejoras y derechos.
2. **Aportaciones de Seguridad Social:** Son contribuciones establecidas por ley, que deben ser pagadas por personas que son sustituidas por el Estado para cumplir con obligaciones relacionadas con la seguridad social, o por personas que se benefician de manera especial de los servicios de seguridad social proporcionados por el Estado.
3. **Contribuciones de Mejoras:** Son contribuciones establecidas por ley que se benefician directamente de obras públicas que deben ser pagadas por personas físicas y morales.

4. **Derechos:** Son contribuciones establecidas por ley que se pagan por el uso o aprovechamiento de bienes del dominio público nacional, así como por servicios prestados por el Estado en sus funciones de derecho público. Sin embargo, cuando estos servicios son proporcionados por organismos descentralizados u órganos desconcentrados y no están previstos en la Ley Federal de Derechos, no se consideran derechos.

Además, se menciona que los recargos, sanciones, gastos de ejecución y la indemnización se consideran accesorios de las contribuciones y comparten su naturaleza. Sin embargo, cuando se hace referencia únicamente a "contribuciones" en el Código, no se incluyen automáticamente estos accesorios, excepto cuando se establece lo contrario en el artículo

Personas Morales

El artículo séptimo de la Ley del Impuesto Sobre la Renta señala que:

7o.- Cuando en esta Ley se haga mención a persona moral, se entienden comprendidas, entre otras, las sociedades mercantiles, los organismos descentralizados que realicen preponderantemente actividades empresariales, las instituciones de crédito, las sociedades y asociaciones civiles y la asociación en participación cuando a través de ella se realicen actividades empresariales en México. (Ley del Impuesto Sobre la Renta, 2021).

“Una persona moral es el conjunto de 2 o más personas físicas que forman una persona jurídica, la cual, es un individuo que obtiene derechos y obligaciones, pero no existe como persona sino como una institución o empresa.” (Sánchez Herbert, 2019, p. 194, Citado por Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión 2018)

Hay que resaltar también la definición de persona morales según el Código Civil Federal (2021) establecida en su artículo 25:

- I. La Nación, los Estados y los Municipios;
- II. Las demás corporaciones de carácter público reconocidas por la ley;
- III. Las sociedades civiles o mercantiles; ...”

Con las definiciones anteriores se puede exponer que una persona moral es aquella persona jurídica con derechos y obligaciones con un domicilio, capacidad de goce y ejercicio, formada por una o más personas para cumplir con su objeto social.

Beneficios fiscales

Estímulos fiscales contenidos en la ley de ingresos de la federación para el ejercicio 2023 Acreditamiento del IEPS por diésel o biodiésel y sus mezclas en maquinaria y vehículos marinos

·I. Se otorga un estímulo fiscal a las personas que realicen actividades empresariales, que obtengan en el ejercicio fiscal en el que adquieran el diésel o el biodiésel y sus mezclas, ingresos totales anuales para los efectos del impuesto sobre la renta menores a 60 millones de pesos y que para determinar su utilidad puedan deducir dichos combustibles cuando los importen o adquieran para su consumo final, siempre que se utilicen exclusivamente como combustible en maquinaria en general, excepto vehículos, consistente en permitir el acreditamiento de un monto equivalente al impuesto especial sobre producción y servicios que las personas que enajenen diésel o biodiésel y sus mezclas en territorio nacional hayan causado por la enajenación de dichos combustibles (Ley de Ingresos de la Federación, 2023)

Acreditamiento del IEPS para auto transportistas

IV. Se otorga un estímulo fiscal a los contribuyentes que importen o adquieran diésel o biodiésel y sus mezclas para su consumo final y que sea para uso automotriz en vehículos que se destinen exclusivamente al transporte público y privado, de personas o de carga, así como el turístico, consistente en permitir el acreditamiento de un monto equivalente al impuesto especial sobre producción y servicios que las personas que enajenen diésel o biodiésel y sus mezclas en territorio nacional hayan causado por la enajenación de estos combustibles (Ley de Ingresos de la Federación, 2023)

Auto transportistas. Acreditamiento de gastos por uso de carreteras de cuota

·V. Se otorga un estímulo fiscal a los contribuyentes que se dediquen exclusivamente al transporte terrestre público y privado, de carga o pasaje, así como el turístico, que utilizan la Red Nacional de Autopistas de Cuota, que obtengan en el ejercicio fiscal en el que hagan uso de la infraestructura carretera de cuota, ingresos totales anuales para los efectos del impuesto sobre la renta menores a 300 millones de pesos, consistente en permitir un acreditamiento de los gastos realizados en el pago de los servicios por el uso de la infraestructura mencionada hasta en un 50 por ciento del gasto total erogado por este concepto (Ley de Ingresos de la Federación, 2023)

Estímulo fiscal a los adquirentes de combustibles fósiles

·VI. Se otorga un estímulo fiscal a los adquirentes que utilicen los combustibles fósiles a que se refiere el artículo 2o., fracción I, inciso H) de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, en sus

procesos productivos para la elaboración de otros bienes y que en su proceso productivo no se destinen a la combustión. (Ley de Ingresos de la Federación, 2023)

Estímulo fiscal a los titulares de concesiones y asignaciones mineras

VII. Se otorga un estímulo fiscal a los contribuyentes titulares de concesiones y asignaciones mineras cuyos ingresos brutos totales anuales por venta o enajenación de minerales y sustancias a que se refiere la Ley Minera, sean menores a 50 millones de pesos, consistente en permitir el acreditamiento del derecho especial sobre minería a que se refiere el artículo 268 de la Ley Federal de Derechos que hayan pagado en el ejercicio de que se trate. (Ley de Ingresos de la Federación, 2023)

Enajenación de libros, periódicos y revistas. Deducción adicional en el ISR

VIII. Se otorga un estímulo fiscal a las personas físicas y morales residentes en México que enajenen libros, periódicos y revistas, cuyos ingresos totales en el ejercicio inmediato anterior no hubieran excedido de la cantidad de 6 millones de pesos, y que dichos ingresos obtenidos en el ejercicio por la enajenación de libros, periódicos y revistas represente al menos el 90 por ciento de los ingresos totales del contribuyente en el ejercicio de que se trate. (Ley de Ingresos de la Federación, 2023)

Otros estímulos

DECRETO por el que se otorgan estímulos fiscales a sectores clave de la industria exportadora consistentes en la deducción inmediata de la inversión en bienes nuevos de activo fijo y la deducción adicional de gastos de capacitación.

Se otorgará una deducción de inversiones del 86% al 86% a los bienes nuevos adquiridos desde la publicación del decreto hasta el 31 de diciembre de 2023 a las personas morales del régimen general y régimen simplificado de confianza y a las personas físicas con actividades empresariales y profesionales.

Arrendamiento financiero

El beneficio fiscal que se espera al realizar el contrato de arrendamiento financiero es que se acumula únicamente la parte del precio exigible durante el mismo, es decir, en lugar de acumular el valor total del bien, se acumula la parte que se exigible cada mes.

Lo anterior se establece en el artículo 17 de la ley del impuesto sobre la renta (2023) en su fracción tercera, que a la letra dice “Obtención de ingresos provenientes de contratos de arrendamiento financiero, los contribuyentes podrán optar por considerar como ingreso obtenido en el ejercicio el total del precio pactado o la parte del precio exigible durante el mismo.”

Conclusiones

La presente es parte de una investigación en proceso y se busca encontrar y concluir lo siguiente:

- Es imprescindible que los consultores tengan un adecuado conocimiento de las disposiciones fiscales para coadyuvar al empresario a cumplir sus objetivos y así que este no incurra en faltas administrativas
- Los consultores deben estar en constante actualización sobre las disposiciones fiscales para asesorar adecuadamente a los contribuyentes
- Algunos beneficios fiscales que pueden optar por usar los contribuyentes son los estímulos contenidos en la Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2023, los estímulos fiscales que se encuentran en el título VII de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, arrendamiento financiero, el uso de contratos, entre otros.
- Si la autoridad se encamina a establecer más controles o ser más estrictos con los contribuyentes, deberán establecer más facilidades administrativas o estímulos que puedan utilizar.
- Conociendo y aprovechando los estímulos fiscales, los empresarios obtendrán beneficios financieros que le permitirán crecer y desarrollarse largamente en el mercado.

Bibliografía

Auditoría Superior de la Federación. *“Introducción al Sistema Fiscal Mexicano”*. (2017). Gob.mx. Recuperado el 14 de octubre de 2023, de https://www.asf.gob.mx/uploads/61_Publicaciones_tecnicas/13_Introduccion_al_Sistema_Fiscal_Mexicano_2017.pdf

Código Civil Federal, publicado el 26 de mayo, 14 de julio, 3 y 31 de agosto de 1928 en el Diario Oficial de la Federación, última reforma el 2021.

Código Fiscal de la Federación, publicado el 31 de diciembre de 1981 en el Diario Oficial de la Federación, última reforma el 2023. Gobierno de la República. México.

Comisión Económica para América Latina. (2021). *Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe*. Santiago: (LC/PUB.2021/5-P).

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicado el 06 de febrero de 1917 en el Diario Oficial de la Federación, última reforma el 2023

Ley del Impuesto Sobre la Renta, publicada el 11 de diciembre de 2013 en el Diario Oficial de la Federación, última reforma el 2021. Gobierno de la República. México

Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2023, publicado el 14 de noviembre de 2022.
Gobierno de la República. México

Morales Armenta, A., & Núñez Picazo, L. (2019). *“IVA En forma práctica”*. Ciudad de México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Las Notificaciones Fiscales en México. El Buzón Tributario

Fernanda Quiroz Álvarez

Rebeca Patricia Grajeda Grajeda

Resumen

Las notificaciones electrónicas a través del buzón garantizan la confidencialidad y autenticidad de la información, además de reducir los tiempos y costos asociados a las notificaciones personales marcadas por el artículo 134 del Código Fiscal de la Federación. Sin embargo, existen desafíos ante la implementación de este sistema, tales como la falta de acceso a equipos, falta de difusión, disparidades económicas entre los contribuyentes y posibles fallos en el sistema, además de falta de confianza y una percepción errónea con relación al empleo del Buzón Tributario.

Esta monografía es un estudio de tipo analítico *descriptivo* donde se plantean los diversos tipos de notificación, así como la naturaleza del buzón tributario, sus objetivos y beneficios y la normatividad que lo regula, concluyendo que los avances tecnológicos en materia fiscal en México han permitido simplificar y agilizar los trámites tributarios, con lo que se ha logrado una transformación en la comunicación entre contribuyentes y Servicio de Administración Tributaria que ha beneficiado a ambos.

Palabras claves: Buzón tributario, notificaciones, tecnología tributaria.

Introducción

Durante los últimos años, se han introducido avances tecnológicos en México y en todo el mundo, y estos avances no han pasado desapercibidos para las entidades públicas. Sin embargo, todavía existe un gran número de trámites que los contribuyentes realizan en persona, lo que implica una inversión de tiempo y dinero.

Durante el período de confinamiento por COVID, una gran cantidad de empresas que no contaban con la tecnología para acceder a la información necesaria y cumplir con sus obligaciones fiscales, enfrentaron graves problemas de incumplimiento fiscal.

El Servicio de Administración Tributaria venía ya implementando cambios en sus sistemas de recaudación, cuyo objetivo era claramente evitar una pérdida en la captación de ingresos, situación que se agudizó en el período de la pandemia, cuando eran más necesarios los ingresos provenientes de impuestos con el fin de enfrentar la contingencia sanitaria.

Con la introducción del buzón tributario, conforme al artículo 17-K, esta herramienta se convierte en el único medio de comunicación a través del cual el contribuyente puede interactuar y compartir información,

notificaciones, datos y todo tipo de documentos con la autoridad fiscal en tiempo real. Esto conlleva un aumento significativo en la eficiencia de los trámites, así como un ahorro de tiempo y dinero (SAT, 2015).

En el buzón tributario, las notificaciones pueden ser recibidas de manera inmediata en comparación con los métodos tradicionales, lo que facilita el conocimiento oportuno de las mismas y resalta los beneficios de su uso, ya que, con el contacto directo con la autoridad a través del correo personal, el contribuyente cuenta con más certidumbre acerca de su situación fiscal. Sin embargo, existen desafíos como la falta de acceso a equipos, la falta de difusión, las disparidades económicas entre los contribuyentes y posibles fallos en el sistema, Entre las dificultades adicionales que surgen se encuentran cuestiones que fomentan la falta de confianza y una percepción errónea con relación al empleo del Buzón Tributario. Estas cuestiones deben ser abordadas y aclaradas por la autoridad.

Es importante señalar que sancionar de manera uniforme a todos los contribuyentes, sin tener en cuenta su acceso a recursos económicos y su conocimiento de las nuevas tecnologías, puede traer como consecuencia que se amplíe la brecha digital y social, y resultar en una penalización injusta para muchos contribuyentes.

Marco conceptual

Notificación Fiscal

Para García, Hernández, Martínez et. al, la notificación fiscal es el acto de dar a conocer al contribuyente formalmente una resolución, en cuanto a la omisión de una obligación o requiriendo información, debiendo contener el fundamento y la motivación del acto administrativo, además de emitirlo el funcionario competente. (2017).

El Artículo 134 del Código Fiscal de la Federación contempla los siguientes medios para notificar al contribuyente, los cuales han cambiado conforme a los avances tecnológicos:

I. La opción de llevar a cabo notificaciones se presenta de varias maneras: a través del Buzón Tributario, en persona o mediante correo electrónico, específicamente para citatorios, requerimientos, solicitudes de información o documentos, y actos administrativos sujetos a recurso.

La notificación electrónica, que se efectúa en el Buzón Tributario, se rige por las normativas generales establecidas por el SAT. Cuando el destinatario abre el documento digital, se genera un acuse de recibo que incluye la fecha y hora de autenticación del contribuyente.

Antes de proceder con la notificación electrónica, se envía un aviso al contribuyente, quien tiene tres días para acceder a los documentos que están pendientes de notificar. Si no se abren durante este período, se considera

que la notificación se ha efectuado al cuarto día. La clave de seguridad es de carácter personal y confidencial, y el contribuyente asume la responsabilidad de su utilización.

Por otra parte, el acuse de recibo puede generarse mediante la firma electrónica avanzada del destinatario. Las notificaciones electrónicas están disponibles en el Buzón Tributario y pueden imprimirse con un sello digital que certifique su autenticidad.

II. Las notificaciones por correo ordinario o telegrama se emplean para actos diferentes a los mencionados en la fracción anterior.

III. Las notificaciones por estrados se aplican cuando no es posible ubicar a la persona a notificar en su domicilio registrado, cuando se desconoce su dirección, cuando desaparece, se opone a la notificación o se encuentra en una situación específica según el artículo 110 de este Código u otras circunstancias definidas por las leyes y el Código.

IV. Las notificaciones por edictos se utilizan en caso de fallecimiento de la persona a notificar y cuando se desconoce al representante de la sucesión.

Cuando las notificaciones deben surtir efecto en el extranjero, se pueden realizar mediante las modalidades establecidas en las fracciones I, II o IV, o a través de mensajería con acuse de recibo, transmisión facsimilar con acuse de recibo por la misma vía, o por medios conforme a tratados o acuerdos internacionales suscritos

Buzón Tributario

Es un sistema de comunicación electrónico ubicado en la página de Internet del SAT, a través del cual las autoridades fiscales podrán llevar a cabo notificaciones de cualquier acto o resolución administrativa a los contribuyentes, y estos a su vez, podrán efectuar promociones, solicitudes, avisos y demás información que presentarán los contribuyentes utilizando el apartado de “Buzón Tributario”, así como en su caso darán cumplimiento a requerimientos de la autoridad (SAT, 2023).

Beneficios de utilizar el buzón tributario:

- a. Seguridad: La comunicación electrónica a través del buzón tributario garantiza la confidencialidad y autenticidad de la información.
- b. Acceso las 24 horas: Los contribuyentes pueden acceder a su buzón tributario en cualquier momento, lo que brinda flexibilidad y conveniencia para consultar y responder a las notificaciones en horarios adecuados.
- c. Cumplimiento: Al recibir notificaciones y requerimientos de manera oportuna, los contribuyentes pueden cumplir con sus obligaciones fiscales en los plazos establecidos.

Normatividad fiscal que regula el buzón Tributario.

El Artículo 17-K del CFF, establece que las personas físicas y morales inscritas en el registro federal de contribuyentes tendrán asignado un buzón tributario, consistente en un sistema de comunicación electrónico ubicado en la página de Internet del Servicio de Administración Tributaria, a través del cual:

I. La autoridad fiscal realizará la notificación de cualquier acto o resolución administrativa que emita, en documentos digitales, incluyendo cualquiera que pueda ser recurrido y podrá enviar mensajes de interés.

II. Los contribuyentes presentarán promociones, solicitudes, avisos, o darán cumplimiento a requerimientos de la autoridad, a través de documentos digitales, y podrán realizar consultas sobre su situación fiscal.

Las personas físicas y morales que tengan asignado un buzón tributario deberán consultarlo dentro de los tres días siguientes a aquél en que reciban un aviso electrónico enviado por el Servicio de Administración Tributaria a cualquiera de los mecanismos de comunicación que el contribuyente registre de los que se den a conocer mediante reglas de carácter general.

La autoridad enviará por única ocasión, mediante los mecanismos elegidos, un aviso de confirmación que servirá para corroborar la autenticidad y correcto funcionamiento de éste.

Regla 2.2.7 Buzón tributario y sus mecanismos de comunicación para el envío del aviso electrónico.

Para los efectos de los artículos 17-H Bis, fracción VIII y 17-K del CFF, los contribuyentes deberán habilitar el buzón tributario registrando sus medios de contacto y confirmándolos dentro de las 72 horas siguientes, de acuerdo con el procedimiento descrito en la ficha de trámite 245/CFF “Habilitación del buzón tributario y registro de mecanismos de comunicación como medios de contacto”, contenida en el Anexo 1-A (SAT,2023).

Es importante señalar que para ingresar al buzón tributario existen dos opciones: a. Ingreso con Contraseña y b. Ingreso con FIEL: En esta opción seleccionarás primero el archivo que sea .cer que es el certificado, en segundo la Clave privada que es el archivo. key y contraseña de clave privada (RFC se llena en automático).

Procedimiento de Notificación a través del Buzón Tributario

La notificación constituye el procedimiento formal a través del cual el SAT comunica a los contribuyentes una decisión administrativa de manera oficial y una vez que el contribuyente ha recibido la notificación pendiente, dispone de un plazo de tres (3) días hábiles a partir de la fecha de recepción del aviso para acceder a su buzón y realizar la notificación correspondiente.

Ventajas para los contribuyentes

Las ventajas que pueden experimentarse incluyen una comunicación directa entre el contribuyente y la autoridad, gracias a que el sistema asigna un número a cada trámite cuando se firma la solicitud o autorización, permitiendo un seguimiento efectivo. Además, el propio sistema despliega los requisitos necesarios para cada trámite, lo que ha llevado al SAT a emitir guías de apoyo para los contribuyentes. Otra ventaja radica en la disponibilidad del sistema las 24 horas del día, lo que permite a los contribuyentes acceder en cualquier momento. (Ornelas Ríos, M ,2017).

Infracciones y sanciones relacionadas con el uso del Buzón Tributario.

De acuerdo con el artículo 86-C y 86-D del Código Fiscal de la Federación, la infracción por la no habilitación del Buzón Tributario, el no registro o la no actualización de los medios de contacto, será una multa de \$3,420.00 a \$10,260.00. (SAT, 2023).

Para la aplicación de dicha sanción se extiende prórroga hasta el 1 de enero de 2024, de conformidad con el artículo transitorio Sexto de la Resolución Miscelánea Fiscal 2023 y sus Anexos 1, 5, 8, 15, 19, 26 y 27, publicada en el DOF el 27 de diciembre de 2022. (SAT, 2023).

Reflexiones acerca del buzón tributario

De acuerdo con lo expuesto con anterioridad, es posible observar que el Buzón Tributario ha mejorado la comunicación, seguridad y facilidad de cumplir con las obligaciones fiscales. Para los contribuyentes, esto ha significado una comunicación directa con la autoridad, un seguimiento de notificaciones y demás tramites y disponibilidad de las 24 horas del día.

En las cifras preliminares proporcionadas por el SAT para el mes de agosto de 2023, se destaca el uso del buzón tributario como medio eficaz de notificación a un total de 573,429 contribuyentes, como parte del programa de vigilancia profunda. Esta estrategia de comunicación ha resultado en un incremento significativo en la recaudación fiscal, generando un ingreso de 91.4 millones de pesos en el mes de agosto de 2023, siendo notable el repunte que presento en marzo del mismo año, con una recaudación de 465.7 millones de pesos (SAT, Informe Tributario y de Gestión, 2023).

Estos datos subrayan la importancia de la modernización y eficiencia en la administración tributaria, demostrando cómo la tecnología puede potenciar la capacidad del SAT para garantizar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de manera efectiva.

En los últimos años, México ha avanzado en la adopción de tecnología con el fin de simplificar y agilizar los trámites fiscales. La introducción del Buzón Tributario, como lo establece el artículo 17- K, ha transformado la comunicación entre los contribuyentes y el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Este sistema electrónico

se ha convertido en el principal medio de contacto para compartir información, notificaciones y documentos, lo que resulta una mayor eficacia y ahorro de tiempo y recursos para los contribuyentes.

En resumen, El Buzón Tributario representa un paso importante para la modernización de los tramites fiscales en México, pero es crucial abordar los desafíos para garantizar que todos los contribuyentes puedan beneficiarse de las ventajas de su uso. Por ejemplo, según la Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2020), que realizó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), en México 28% de la población no tiene acceso a Internet. De este total, 21% está asentada en zonas urbanas y cercanas a grandes ciudades; en zonas rurales 49.6% de la población no cuenta con Internet.

Si bien es cierto que en los últimos años las autoridades fiscales han consolidado esfuerzos para mejorar la calidad en atención a los contribuyentes, también es cierto que la posibilidad de extender las redes digitales a todo el universo de contribuyentes es una tarea primordial para el gobierno de México. Finalmente, con la implementación de tecnologías que simplifican y eficientizan el cumplimiento de las obligaciones fiscales, se incrementa la recaudación de contribuciones, lo que incide en mejores servicios a la comunidad, mayor transparencia en el uso de los recursos y por consecuencia, disminución en los niveles de pobreza y marginación.

Referencias

García, G., Alethia, D., Hernández, L., Martínez, H., & Yair, E. (s/f). BUZÓN TRIBUTARIO EN COMPARACIÓN A LAS NOTIFICACIONES TRADICIONALES. www.uv.mx. Recuperado el 11 de octubre de 2022, de https://www.uv.mx/iic/files/2018/01/horizontes_07_art18.pdf

SAT (2023). Artículo 17-K Buzón tributario, <https://www.sat.gob.mx/articulo/20961/articulo-17-k>

Faúndez-Ugalde, A., Osman-Hein, R., & Pino Moya, M. (2018). La auditoría tributaria por sistemas electrónicos frente a los derechos de los contribuyentes: Un estudio comparado en América Latina. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 7(2), 113-135.

SAT (2023). Informe Tributario y de Gestión. Consultado el 02 de noviembre de 2023, http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Paginas/datos/vinculo.html?page=giiovdoNACont.html

SAT (2023). Informe Tributario y de Gestión. Consultado el 02 de noviembre de 2023, http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Paginas/datos/vinculo.html?page=RecDerVig.html

SAT (2023). Servicios disponibles del buzón tributario. Consultado el 02 de noviembre de 2023.

<https://www.sat.gob.mx/consulta/36383/servicios-disponibles-del-buzon-tributario#>

<https://sat.gob.mx/articulo/82461/regla-2.2.7>

Tratamiento Fiscal de los Planes de Previsión Social

Daniel Barret Espericueta
Rebeca Patricia Grajeda Grajeda

Resumen

En este trabajo de investigación se busca encontrar como puede mejorar por parte del trabajador acerca del tratamiento fiscal que este tiene y pueda mejorar para sus planes de previsión social.

La previsión social su principal objetivo es fungir como herramienta para mejorar la calidad de vida de todos los empleados que componen el cuerpo de una empresa, mediante beneficios que cubran los aspectos más esenciales, como la salud, los artículos de despensa e higiene, ahorro, gastos funerarios, entre otros. Y como este puede ayudar y beneficiar y se puede hacer de tal manera que el trabajador saque el mejor provecho de dichas prestaciones.

El presente estudio tiene como objetivo analizar los tratamientos fiscales de los planes de previsión social para los distintos trabajadores mexicanos, a través de fichas de trabajo, la investigación se realizará descriptiva, de enfoque cualitativo.

Esta investigación es de tipo no experimental debido a que no existe una manipulación de variables, solo se está estudiando las modificaciones de la aplicación de la previsión social a lo largo de los años de acuerdo con su marco legal.

La presente investigación es transversal puesto que se realiza en solo momento.

Introducción

El Derecho del Trabajo en México.

La primera Ley Federal del Trabajo fue promulgada el 28 de agosto de 1931, siendo importante mencionar que buena parte de su contenido emanaban de las leyes laborales del estado de Veracruz (1918 y 1924), y las de Yucatán (1918 y 1926). Con anterioridad a esta fecha, se conocían legislaciones que regulaban los accidentes de trabajo en Veracruz (1904) y en Nuevo León (1906). Un acontecimiento que marcó la pauta para que surgieran normas jurídicas más específicas en la materia, fue la Revolución Mexicana (Marquet, 2014).

Marquet, P. (2014). Fuentes y Antecedentes del Derecho Mexicano del Trabajo, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, consultado en: <http://biblio.juridicas.unam.mx>

En relación con el derecho a la huelga, existen antecedentes acerca de que, en 1916, la propuesta del presidente Venustiano Carranza en materia laboral tocaba el tema de la libertad de trabajo. Para finales de 1917, el Congreso Constituyente reconoció el derecho a organizarse y al estallamiento de huelgas, quedando establecido en el artículo 123 de la Constitución de 1917 (Juárez, 2022).

Juárez, B. (2022). Derecho laboral en México: ¿Cómo ha sido su evolución en el tiempo?, consultado en:

<https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/Derecho-laboral-en-Mexico-Como-ha-sido-su-evolucion-en-el-tiempo-20220412-0088.html>

Según Marquet (2014), en diciembre de 1916 las diputaciones de Veracruz y de Yucatán presentaron reformas al proyecto en las que propusieron algunas normas concretas en favor de los trabajadores, como el principio de la jornada máxima de ocho horas, el descanso semanal, así como la prohibición del trabajo nocturno industrial de las mujeres y de los menores

Después de casi una década marcada por conflictos colectivos en algunas ramas industriales como la petrolera, la textil, la minera y la ferrocarrilera, entre otras, cuya resolución no les correspondía a las autoridades de los estados. Por esta razón se creó una autoridad jurisdiccional capaz de intervenir y asistir a las partes en conflicto, emitiendo resoluciones: la Junta Federal de Conciliación y Arbitraje, la cual fue creada el 17 de septiembre de 1927 por decreto del Ejecutivo Federal, Plutarco Elías Calles.

En 1929, después de las reformas a la constitución, pasaron casi dos años para que se expidiera la primera Ley Federal del Trabajo, naciendo ésta el 18 de agosto de 1931.

Como Marquet (2014) afirma, esta Ley expidió normas para prácticamente todos los aspectos principales del derecho laboral: los individuales, los colectivos, los administrativos y los procesales.

En materia laboral, esta es la ley rectora, encontrándose por encima de ella solo la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, donde se consagra el derecho al trabajo en el artículo 123 el cual ha sido reformado en varias ocasiones. Las más importantes datan del 5 de diciembre de 1960 y el 21 de noviembre de 1962, con la adición del apartado B, siendo reconocida entonces la naturaleza laboral de las relaciones entre el Estado federal y los servidores públicos

El 1 de abril de 1970, se publica una nueva Ley Federal del Trabajo en el Diario Oficial de la Federación, que sustituye a la de 1931. Las últimas reformas corresponden al 1 de mayo del 2019, mediante un decreto del presidente López Obrador, publicado en el Diario Oficial de la Federación por el cual se reformaron, adicionaron y derogaron diversas disposiciones de esta Ley Federal en materia de:

1. Transformación del sistema de impartición de justicia laboral.

2. Creación de nuevas autoridades del trabajo, entre ellas los juzgados laborales, el Centro Federal de Conciliación y Registro Laboral y los centros de conciliación a nivel local.
3. Implementación de mecanismos que aseguren el ejercicio del derecho de libertad y asociación sindical y reconocimiento efectivo a la transparencia en la negociación colectiva y elección de sindicatos y sus dirigencias.

Estas nuevas disposiciones pretenden la protección de los trabajadores y en ellas se da énfasis a la elaboración de los contratos, las obligaciones patronales, el nuevo sistema de justicia laboral y el reconocimiento de las trabajadoras del hogar como fuerza laboral con los mismos derechos que cualquier trabajador. “Es una reforma procesal con normas regentes del derecho individual al trabajo y el derecho colectivo, donde se pretende garantizar la equidad de género, la democracia laboral y la consolidación de los derechos de los trabajadores mexicanos” (Quintero, 2019).

Quintero, E. (2019). 7 Cambios Principales de la Reforma Laboral en México 2019. Consultado en: <https://www.nafta-law.com/2019/05/7-cambios-principales-de-la-reforma-laboral-en-mexico-2019/>

Otros autores del tema, manifiestan que el Derecho del Trabajo se originó a mediados del siglo XIX cuando comienza la lucha por las libertades de coalición y asociación sindical, no obstante esta lucha no logra ningún reconocimiento legal y no se establece ninguna obligación hacia los trabajadores, posteriormente se otorga el derecho a suspender el trabajo siempre que no se paren las actividades de la empresa a causa de que la huelga constituía un delito de carácter civil, posteriormente se comienza a reconocer la legislación laboral en donde aparecen las primeras leyes de contenido laboral en beneficio de los trabajadores (Ibarra Flores, 2004).

Por otra parte, para Ibarra (2004), antes de la Constitución de 1917 no existía un derecho del trabajo positivo, solo existían determinadas leyes estatales que no garantizaban en ningún momento la seguridad jurídica y social del trabajador, la primera etapa laboral inició con el artículo 123 de la Constitución de 1917 en donde se establece por primera vez en la ley el derecho al trabajo digno y socialmente útil para los trabajadores. (Ibarra Flores, 2004).

Con la declaración de la constitución de 1957 se establecieron los derechos de los trabajadores, en el artículo cuarto y quinto quedaron estipulados los derechos de libertad de profesión, industria y trabajo, así también quedó establecido el principio de que nadie puede ser obligado a prestar trabajos personales sin su pleno consentimiento además de una justa retribución por el trabajo prestado, así mismo en el artículo 17 del proyecto de Constitución de Ignacio L. Vallarta quedó establecido que la libertad de ejercer cualquier género de la industria, comercio o trabajo que sea útil y honesto no puede ser coartada por la ley, por la autoridad, ni por los particulares a títulos de propietarios (Cordero Badillo).

Antecedentes generales de la previsión social en México

En el año de 1884 en México se crea el seguro contra la invalidez, en 1889 el seguro contra la vejez, pero fue hasta 1917 que en la Constitución Mexicana se establecieron garantías de los derechos de los trabajadores, tanto de manera individual como colectivo y se incluyó por primera vez la previsión social, en el artículo 123. (Gomez, 2013).

Como ya se mencionó anteriormente, el 21 de octubre de 1960 se adiciona al artículo 123 Constitucional el apartado "B" el cual contiene los principios regulatorios de la relación de trabajo entre el estado y los servicios de los empleados públicos (Baez Martinez, 1994).

Concepto de previsión social en México:

De acuerdo con la Ley de Impuesto sobre la Renta (LISR, 2021): "Se considera previsión social las erogaciones efectuadas que tengan por objeto satisfacer contingencias o necesidades presentes o futuras, así como el otorgar beneficios a favor de los trabajadores o de los socios o miembros de las sociedades cooperativas, tendientes a su superación física, social, económica o cultural, que les permitan el mejoramiento en su calidad de vida y en la de su familia. En ningún caso se considerará previsión social a las erogaciones efectuadas a favor de personas que no tengan el carácter de trabajadores o de socios o miembros de sociedades cooperativas".

Por otra parte, el artículo 93 de la LISR, fracción VIII establece que: No se pagará el impuesto sobre la renta por la obtención de los siguientes ingresos, puntualizando el hecho de que deberán ser concedidos de manera general, debiendo ser establecidos en los contratos de trabajo:

"...subsidios por incapacidad, becas educacionales para los trabajadores o sus hijos, guarderías infantiles, actividades culturales y deportivas, y otras prestaciones de previsión social, de naturaleza análoga, que se concedan de manera general, de acuerdo con las leyes o los contratos de trabajo."

Prestaciones más comunes de la Previsión Social en el sector privado

Además del derecho a la seguridad social, pensiones, jubilaciones, incapacidades y otras prestaciones contempladas en la Ley del Seguro Social, existen otras también reguladas por la LISR que deberán ser otorgadas de manera general. Tratándose de trabajadores sindicalizados se considera que las prestaciones de previsión social se otorgan de manera general cuando las mismas se establecen de acuerdo a los contratos colectivos de trabajo o contratos ley. Además, deben ser registradas en contabilidad y restadas de los ingresos solo una vez. Entre otras, las prestaciones sociales consideradas son:

A). Vales de despensa, los cuales estarán exentos de ISR siempre y cuando el importe otorgado no exceda del 40 % del valor de la UMA (art. 27 frac. VI, LIMSS) y que éstos sean entregados mediante monedero electrónico aprobado por el Servicio de Administración Tributaria (SAT), (art. 27 frac. XI LISR).

B). Gastos por consumo de gasolina: El vehículo al que se le cargue combustible, deberá estar a nombre de la persona física o moral y utilizarse estrictamente en diligencias propias de la actividad de la empresa. El pago deberá hacerse con tarjeta o monedero electrónico y en todas las ocasiones deberá contarse con el CFDI que ampare el gasto. El gasto solo será deducible en la parte proporcional en relación con el valor deducible de auto. Los pagos cuyo monto exceda de \$2,000 pesos deberán efectuarse mediante transferencia electrónica de fondos, cheque nominativo de la cuenta del contribuyente, tarjeta de crédito, de débito, de servicios, o los denominados monederos electrónicos autorizados por el servicio de Administración Tributaria. Las personas físicas o morales que adquieran combustible pagando en efectivo, aunque el monto sea menor de \$2,000 pesos no van a poder deducirlo. **C). Fondo de ahorro.** En el caso de las aportaciones a los fondos de ahorro, éstas sólo serán deducibles cuando el monto de las aportaciones efectuadas por el contribuyente sea igual al monto aportado por los trabajadores y que la aportación del contribuyente no exceda del trece por ciento del salario del trabajador, sin que en ningún caso dicha aportación exceda del monto equivalente de 1.3 veces el salario mínimo general elevado al año y siempre que se cumplan los requisitos de permanencia que se establezcan en el Reglamento de la LISR (Art. 27 frac. XI LISR).

D). Alimentación y habitación, siendo necesario que los patrones costeen por lo menos el equivalente al 20 % del valor de la UMA (art. 27, frac. V, LSS).

E). Pagos de primas por seguros de vida. Estos pagos que se otorguen en beneficio de los trabajadores, serán deducibles sólo cuando los beneficios de dichos seguros cubran la muerte del titular o en los casos de invalidez o incapacidad del titular para realizar un trabajo personal remunerado de conformidad con las leyes de seguridad social. Deberán entregarse como pago único o en las parcialidades que al efecto acuerden las partes.

Por último, es importante mencionar que el Artículo 46 del RLISR, establece como requisitos para deducir los gastos de previsión social, que deben realizarse en territorio nacional excepto los relacionados con aquellos trabajadores que presten sus servicios en el extranjero, los cuales tienen que estar relacionados con la obtención de los ingresos del contribuyente.

Por otra parte, el mismo ordenamiento indica que deberán ser efectuados en relación con los trabajadores del contribuyente o bien, con el cónyuge o la persona con quien viva en concubinato o con los ascendientes o descendientes, cuando dependan económicamente de dichos trabajadores, incluso cuando tengan parentesco civil, así como los menores de edad que satisfaciendo el requisito de dependencia económica y que vivan en el

mismo domicilio que aquellos. En el caso de prestaciones por fallecimiento no será necesaria la dependencia económica

En el supuesto de que las prestaciones de previsión social queden gravadas para el trabajador y el empleador cubra por cuenta del mismo el impuesto correspondiente al excedente, podrá deducirse dicho excedente siempre que se considere el importe del impuesto referido como ingreso para el empleado por el mismo concepto y se efectúen las retenciones respectivas, de conformidad con el artículo 47 del RLISR.

Conclusiones:

La previsión social es el conjunto de acciones dirigidas a atender las necesidades de los integrantes de una sociedad.

La prioridad de la previsión social es lograr que las condiciones económicas, sociales y humanas mejoren brindando protección a los individuos ante problemáticas como la enfermedad, desempleo pobreza, discapacidad o situaciones específicas presentes durante la vejez.

La previsión social está incluida dentro de la Ley Federal del Trabajo; sin embargo, son objeto de regulación de diversas leyes y disposiciones inmersas dentro de la Ley del Seguro Social, Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores y la Ley de Impuesto Sobre la Renta.

La previsión social dentro de la Ley Federal del Trabajo tiene como finalidad proteger el otorgamiento de las prestaciones de ley al trabajador en sus respectivos ámbitos de aplicación.

La previsión social se encuentra dentro de la cúspide de las medidas de protección básicas de cualquier individuo.

Bibliografía

Baez Martinez, R. (1994). *Principios basicos de derecho del trabajo*. Mexico: Pac.

Cordero Badillo, G. (s.f.). Prouesta para reformar el articulo 33 de la Ley Federal del Trabajo. 2011. UNAM, Mexico.

De la cueva, M. (1969). *Derecho Mexicano del Trabajo*. Mexico: Porrúa.

Gomez, M. (2013). *Seguridad social*. Mexico: Porrúa.

Ibarra Flores, R. (2004). *La administracion de justicia laboral federal en Mexico*. Mexico: Porrúa.

Rojas Tercero, J. (2009). *Antecedentes históricos de la prevision social*. España: Porrúa.

Impactos de Plataformas digitales, comparativo 2021-2022

*Patricia Ortiz
Mónica Ballesteros*

Resumen

En el presente trabajo se analiza el impacto de la tributación de plataformas digitales; los mecanismos de recaudación de impuestos diseñados específicamente para el régimen, para determinar si son eficaces en la captación de ingresos fiscales provenientes de estas actividades económicas. La metodología para esta investigación es un estudio descriptivo, y una revisión documental, así como consulta de la información del Servicio de Administración Tributaria de su Informe tributario y de gestión con base de datos. El aumento de 950 pesos a 1,504 millones de pesos resultó ser un aumento del 46.8%. Aunque nuestra hipótesis fue rechazada porque no superaba el 50%, podemos entender que fue un aumento de un ejercicio a otro. Por otro lado, desde el primer semestre de 2022 hasta el último semestre de 2022, podemos observar los contribuyentes registrados en la Administración Tributaria del Estado y encontramos que en el año 2022 el número de contribuyentes aumentó en 61.898, pasando de 333.777 a 395.675, por lo que, en términos porcentuales, esto significaría un aumento del 18,54%.

Palabras clave: Plataformas digitales, tributación.

Introducción

En la investigación se aborda el tema del Régimen Tributario de Plataformas Digitales en México, temas de comercio electrónico, la tributación de las plataformas en México y sus modelos de negocio. Se detallan conceptos clave como el sujeto, objeto y base del impuesto, así como los mecanismos de recaudación, las obligaciones de los contribuyentes y el progreso del régimen de contribuyentes y su recaudación.

La investigación proporciona una visión más clara de la situación actual y puede influir en futuras políticas y estrategias empresariales en este sector en constante crecimiento, es relevante tanto para las autoridades fiscales como para las empresas y los consumidores que participan en el comercio electrónico a través de plataformas digitales en México. El proceso una revisión documental, así como consultar la información del Servicio de administración tributaria de su Informe tributario y de gestión con base de datos.

Se recopila información sobre el número de contribuyentes y la recaudación de impuestos relacionados con actividades empresariales a través de plataformas tecnológicas en México. Se presenta un análisis de la variación en los ingresos y la cantidad de contribuyentes en diferentes trimestres.

Hipótesis

Los mecanismos de recaudación de impuestos de las personas físicas con actividades de plataformas digitales, aumento más de un 50% en la captación de ingresos fiscales del periodo 2021 al 2022

Objetivo

Determinar si el régimen de plataformas digitales son eficaces en más de un 50% en la captación de ingresos fiscales, comparando 2021 y 2022 así como los mecanismos de recaudación de impuestos de las personas físicas con estas actividades.

Contenido

El comercio electrónico

El comercio electrónico facilita el comercio transfronterizo, aumenta la comodidad de los consumidores y permite a las empresas llegar a nuevos mercados. A pesar de su corta historia, el entorno del comercio electrónico ha logrado una rápida evolución gracias al desarrollo de nuevos modelos de negocio que a menudo integran tecnologías digitales nuevas y emergentes, así como nuevos mecanismos de pago en línea.

La gran cantidad de productos disponibles para su compra a través de algunas plataformas en línea crea importantes retos administrativos, logísticos, de distribución y de la cadena de suministro para los minoristas en línea. Las tecnologías digitales pueden transformar las operaciones administrativas para aumentar la eficiencia y permitir una entrega eficaz, a pesar del aumento en los volúmenes y el ritmo de procesamiento y producción. Los algoritmos de aprendizaje automático que mejoran con el uso también pueden optimizar las máquinas autónomas y la robótica para mejorar los procesos de almacenamiento, cumplimiento y logística.

En otros casos, las plataformas en línea han creado nuevos mercados para bienes y servicios que anteriormente no se comerciaban en línea, aumentando nuevamente el margen extensivo del comercio electrónico.

Modelos de negocio para el comercio electrónico basados en plataformas en línea. Un análisis del comercio electrónico estaría incompleto sin un debate sobre las plataformas en línea, que actúan tanto como minoristas como proveedores de mercados digitales que reúnen a compradores y vendedores en un mismo espacio en

línea. Las plataformas en línea se han convertido en actores importantes en el entorno del comercio electrónico, permitiendo una variedad de interacciones entre actores dispares. En el contexto del comercio electrónico, las plataformas en línea suelen reunir a compradores y vendedores para la compraventa de productos digitales o físicos, un fenómeno que se conoce como mercado multilateral. El trabajo en curso de la OCDE analiza las plataformas en línea y los mercados multilaterales que resultan de éstas, las cuales facilitan las interacciones entre múltiples grupos o usuarios, también llamados “lados”. (OECD, 2019)

Elementos que componen al régimen

El sujeto y objeto de la tasa del régimen tributario de plataformas digitales en México son conceptos fundamentales para comprender la importancia de este régimen. A partir del 1 de junio de 2020, en México entró en vigor un nuevo régimen fiscal aplicable a las plataformas digitales, como Uber, Airbnb, Amazon, y otras similares. A continuación, se explican cómo lo considera la Ley del Impuesto Sobre la Renta:

- Sujeto del impuesto: Personas físicas con actividades empresariales (LISR, Última Reforma DOF 12-11-2021)

El sujeto se refiere a quién está obligado a cumplir con las obligaciones fiscales. En el caso del régimen de plataformas digitales en México, las propias plataformas actúan como sujetos. Esto significa que las empresas que operan estas plataformas digitales tienen la responsabilidad de recaudar y remitir los impuestos correspondientes a las autoridades fiscales. Es decir, estas empresas deben retener el impuesto a las transacciones que se realizan a través de sus plataformas.

- Objeto: Enajenación de bienes y prestación de servicios a través de internet.

Mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares que presenten servicios de intermediación entre terceros que sean oferentes de bienes y los demanda. (LISR, Última Reforma DOF 12-11-2021).

El objeto se refiere a qué aspecto o actividad está siendo gravado por el impuesto. En el caso de este régimen fiscal, el objeto es la prestación de servicios o la venta de bienes a través de las plataformas digitales. En esencia, el impuesto recae sobre las transacciones que ocurren en estas plataformas, ya sea la renta de propiedades a través de Airbnb, la prestación de servicios de transporte con Uber, la venta de productos en línea a través de Amazon, y así sucesivamente.

- Base: Es el monto total de los ingresos que efectivamente perciban las personas físicas por conducto de las plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares, sin incluir el IVA. (LISR, Última Reforma DOF 12-11-2021).

Mecanismos de recaudación

Obligaciones de los contribuyentes

En la Sección III de la Ley de Impuesto Sobre la renta es de los ingresos por la enajenación de bienes o la prestación de servicios a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares, en el Artículo 113- A nos dice la ley cuales son las personas físicas obligadas al impuesto, así como los enlisto a continuación:

Los que enajenen bienes o presten servicios a través de:

- Internet
- mediante plataformas tecnológicas,
- aplicaciones informáticas
- y similares

que generen a través de los citados medios por la realización de las actividades mencionadas, incluidos aquellos pagos que reciban por cualquier concepto adicional a través de estos.

La secretaria de Hacienda y crédito Público en su página oficial el listado de actividades más a detalle:

- Servicio de transporte terrestre de pasajeros a través de internet, aplicaciones informáticas y similares.
 - Servicio de entrega de alimentos preparados a través de internet, aplicaciones informáticas y similares.
 - Prestación de servicios de hospedaje a través de internet, aplicaciones informáticas y similares.
 - Comercio de bienes a través de internet, aplicaciones informáticas y similares.
 - Prestación de servicios contratados a través de internet, aplicaciones informáticas y similares.
 - Servicio de entrega de bienes a través de internet, aplicaciones informáticas y similares.
- (Tributaria,2020).

El impuesto se puede pagar mediante retención que efectúen las personas morales (estas siendo residentes o no en México, con o sin establecimiento permanente que proporcionen de manera directa o indirecta el uso de las citadas plataformas)

Al monto total de los ingresos mencionados se le aplicarán las siguientes tasas de retención:

- I. Tratándose de prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros y de entrega de bienes la retención se hará por el 2.1%.
- II. Tratándose de prestación de servicios de hospedaje la retención se hará por el 4%.
- III. Tratándose de enajenación de bienes y prestación de servicios la retención se hará por el 1%.

Figura 1. Tabla de porcentaje de retenciones según la actividad.		
Prestación de servicios de transporte terrestre de pasajeros y entrega de bienes.	Prestación de servicios de hospedaje.	Enajenación de bienes y prestación de servicios.
2.1%	4%	1%

Fuente: Elaboración propia con base en la sección III De los ingresos por la enajenación de bienes o la prestación de servicios a través de Internet, mediante plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares. Artículo 113-A Fracción I II y III.

El ingreso por la prestación de servicios o la enajenación de bienes directamente de los usuarios o los adquirentes de los mismos, y el total de sus ingresos, incluyendo aquellos efectivamente percibidos por conducto de las citadas plataformas, si no excedan de trescientos mil pesos anuales, podrán optar por pagar el impuesto sobre la renta por dichos ingresos recibidos directamente de los usuarios de los servicios o adquirentes de bienes, aplicando las tasas de retención El impuesto que se pague en términos de este párrafo se considerará como pago definitivo. (LISR, Última Reforma DOF 12-11-2021)

Modalidades de pago

Pagos definitivos

- No se puede hacer uso de los gastos.
- No deben de presentar declaración anual
- No se puede realizar deducciones personales
- No se puede obtener saldo a favor
- No se presentan pagos provisionales.

Teniendo las siguientes obligaciones en constancia

Figura 2. Régimen		
Régimen	Fecha Inicio	Fecha Fin
Régimen de las Actividades Empresariales con ingresos a través de Plataformas Tecnológicas	01/12/2021	

Fuente: Elaboración propia. Régimen Ley del Impuesto Sobre la Renta: Artículo 113-A formato basado en una constancia de situación fiscal.

1. Deberán conservar el CFDI que les proporcione la plataforma tecnológica, por los ingresos efectivamente cobrados por la plataforma tecnológica de los usuarios de los bienes y servicios, incluidos aquellos pagos que reciban por cualquier concepto adicional a través de estos, y las retenciones efectuadas.
2. Deberán expedir CFDI que acrediten los ingresos que perciban, en aquellos casos en que la prestación de servicios o la enajenación de bienes se realice de manera independiente a través de las plataformas tecnológicas, aplicaciones informáticas y similares.

Pagos provisionales:

- Se puede hacer uso de los gastos (hasta la anual)
- Obligado a presentar anual
- Se puede realizar deducciones personales.
- Se presentan pagos provisionales.
- Se puede obtener un saldo a favor.

Teniendo en su constancia como obligaciones las siguientes:

Figura 3. Obligaciones	
Descripción de las obligaciones	Descripción de vencimiento
Declaración anual de ISR. Personas Físicas	A más tardar el 30 de abril del ejercicio siguiente.
Pago mensual de IVA por actividades empresariales. Régimen de Actividades Empresariales a través de Plataformas Digitales	A más tardar el día 17 del mes de calendario inmediato posterior a aquel al que corresponda el pago
Pago provisional mensual de ISR por actividades empresariales. Régimen de actividades Empresariales a través de Plataformas tecnológicas.	A más tardar el día 17 del mes de calendario inmediato posterior a aquel al que corresponda el pago
Declaración de proveedores de IVA.	A más tardar el último día del mes inmediato posterior al periodo que corresponda

Fuente: Elaboración propia. Ley del Impuesto Sobre la Renta Artículo 150 y artículo 14.

Código Fiscal de la Federación Artículo 32.

Una vez ejercida la opción no podrá variarse durante un período de cinco años contados a partir de la fecha en que el contribuyente haya presentado el aviso.

Primer Trimestre 2022

El 12 de junio de 2021, se actualizó el cuestionario de actividades de personas morales para que los contribuyentes con establecimiento permanente en el país puedan dar de alta las actividades económicas de plataformas tecnológicas. Al 28 de febrero de 2022 se cuenta con las siguientes plataformas tecnológicas inscritas al RFC:

- 141 contribuyentes personas morales residentes en el extranjero sin establecimiento en el país; este listado de prestadores de servicios digitales inscritos en el RFC se publicó en el DOF el 9 de marzo de 2022.

- 1,507 contribuyentes personas morales residentes en México.

Al primer trimestre del 2022, **existen 333,777** contribuyentes personas físicas activas en el RFC que obtienen ingresos a través de plataformas tecnológicas.

Segundo trimestre 2022

A mediados de 2021, se actualizó el cuestionario de actividades de personas morales para que los contribuyentes con establecimiento permanente en el país puedan dar de alta las actividades económicas de plataformas tecnológicas.

Al cierre del segundo trimestre de 2022, se cuenta con las siguientes plataformas tecnológicas inscritas al RFC:

- 155 contribuyentes personas morales residentes en el extranjero sin establecimiento en México.
- 1,983 contribuyentes personas morales residentes en México.

En este mismo periodo, existen 348 mil 421 personas físicas activas en el RFC que obtienen ingresos a través de plataformas tecnológicas.

Tercer trimestre 2022

A mediados de 2021, se actualizó el cuestionario de actividades de personas morales para que los contribuyentes con establecimiento permanente en el país puedan dar de alta las actividades económicas de plataformas tecnológicas.

Al cierre del tercer trimestre de 2022, se cuenta con las siguientes plataformas tecnológicas inscritas al RFC:

- 159 contribuyentes personas morales residentes en el extranjero sin establecimiento en el país.
- 2,161 contribuyentes personas morales residentes en México.

En este mismo periodo, existen 371 mil 256 personas físicas activas en el RFC que obtienen ingresos a través de plataformas tecnológicas.

Cuatro trimestres 2022

A mediados de 2021, se actualizó el cuestionario de actividades de personas morales para que los contribuyentes con establecimiento permanente en el país puedan dar de alta las actividades económicas de plataformas tecnológicas.

Al 31 de diciembre de 2022, se cuenta con las siguientes plataformas tecnológicas inscritas al RFC:

- 2,603 contribuyentes personas morales residentes en México.

- 177 contribuyentes personas morales residentes en el extranjero sin establecimiento en el país.

En este mismo periodo, existen **395 mil 675** personas físicas activas en el RFC que obtienen ingresos a través de plataformas tecnológicas.

Metodología

Para esta investigación es un estudio descriptivo, una revisión documental, así como consultar la información del Servicio de administración tributaria de su Informe tributario y de gestión con base de datos.

Resultado Obtenidos

Con respecto a los ingresos comparados de 2021 y 2022. Se encontró lo siguiente:

Figura 4. Ingresos tributarios por régimen				
Contribuyente / Régimen	Millones de pesos		Variación	
	2021	2022	Absoluta	Real (%)
Actividades Empresariales con Ingresos a través de Plataformas Tecnológicas	950	1,504	554	46.8

Fuente: secretaria de Hacienda y Crédito Público. Servicio de Administración Tributaria. Informe Tributario y de Gestión. Cuarto trimestre 2022. Página 9.

Se encontró como podemos ver en la figura 4 que la recaudación de contribuyentes de actividades empresariales con ingresos a través de plataformas digitales comparando el año 2021 un crecimiento de 950 a 1,504 millones de pesos representando en términos porcentuales un incremento del 46.8 %, que, aunque nuestra hipótesis se rechaza, por no ser superior al 50%, sin embargo, podemos darnos cuenta de que fue un crecimiento significativo de un ejercicio al otro.

Figura 5. Contribuyentes inscritos						
Trimestres					Variación	
Contribuyente	1º	2º	3º	4º	Real	%
Inscritos	333,777	348,421	371,256	395,675	61,898	18.54

Fuente: Elaboración propia en base a: secretaria de Hacienda y Crédito Público. Servicio de Administración Tributaria. Informe Tributario y de Gestión. Primer trimestre página 22. Segundo trimestre página 24. Tercer trimestre página 22. Cuarto trimestre página 24.

En la figura 5, podemos observar por otra parte a los contribuyentes inscritos en el SAT desde el primer semestre del 2022 al último semestre del 2022 y determinamos un aumento 61,898 contribuyentes en el año del 2022 iniciamos 333,777 contribuyentes y terminamos con 395,675 contribuyentes, por lo que de forma porcentual esto representaría un crecimiento de 18.54%.

Conclusiones

La implementación del régimen de plataformas digitales en México es una medida importante para adaptar la regulación fiscal a la economía digital y garantizar la equidad tributaria. Porque así podremos determinar si el régimen es eficaz, así como los mecanismos de recaudación de impuestos y por consecuencia reducir la evasión fiscal. Si continúa avanzando como el análisis de los trimestres, su éxito a largo plazo dependerá de la cooperación entre las autoridades fiscales, las empresas y los usuarios, así como de la capacidad de adaptación a medida que la economía digital continúa evolucionando.

Bibliografía:

OCDE, P. o. (2019). inglés con el título: Unpacking E-Commerce: Business. Español: Panorama del comercio electrónico. OCDE, París: 2020 Asociación Mexicana de Internet para esta edición en español.

Europea, C. (21 de 03 de 2018). Relativa al sistema común del impuesto sobre los servicios digitales que grava los ingresos procedentes de determinados servicios digitales. DIRECTIVA DEL CONSEJO, pág. 1.

LISR, C. d. (Última Reforma DOF 12-11-2021). Ley del Impuesto Sobre la Renta. Diario Oficial de la Federación, Art. 113-A,B,C.

Tributaria, S. d. (01 de junio de 2020). SAT Plataformas Tecnológicas Personas Físicas. Obtenido de Plataformas digitales:
<http://omawww.sat.gob.mx/plataformastecnologicas/Paginas/PersonasFisicas>.

Informes de transparencia y base de datos trimestrales del Servicio de administración Tributaria

Análisis comparativo sobre el crecimiento económico en función a la recaudación de impuestos entre México y Estados Unidos 2021 – 2023

*Jorge Juan Olivares Hernández
María del Carmen Morales Tostado*

Resumen

El análisis económico comparativo entre Estados Unidos y México muestra diferencias, debido a que el país de Estados Unidos representa ser una economía grande y avanzada, mientras que México es una economía en desarrollo. En términos del Producto Interno Bruto (PIB), Estados Unidos supera a México, destacándose por su economía diversificada y una mayor producción per cápita.

Esta investigación adquiere una importancia crítica debido a la situación en la que México ha estado en la sombra económica de los Estados Unidos. Expertos en la materia han llevado a cabo investigaciones para proyectar información sobre este fenómeno.

En 2021, México ante la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) registró la menor recaudación tributaria en relación con su PIB, ubicándolo en la última posición entre los 35 países miembros, lo que hace notar sus desafíos fiscales.

La pandemia del COVID-19 y sus medidas de contención han causado una contracción económica sin precedentes a nivel mundial afectando drásticamente la fuerza laboral. Esta crisis ha exacerbado los desafíos económicos que México ya enfrentaba, destacando la relevancia de la investigación para comprender y abordar los problemas económicos actuales del país.

Palabras Clave: Análisis económico, recaudación de impuestos, recursos fiscales, sistema impositivo.

Planteamiento del problema

La relación entre la recaudación de impuestos y el crecimiento económico es un tema fundamental en la economía, ya que los recursos fiscales son esenciales para financiar el gasto público y proporcionar los servicios gubernamentales necesarios para el desarrollo de un país. México y Estados Unidos, como dos naciones vecinas con sistemas fiscales y realidades económicas distintas, brindan un contexto propicio para un análisis comparativo sobre cómo la recaudación de impuestos influye en su crecimiento económico respectivo.

Esta investigación se adentrará en los sistemas impositivos de ambos países, examinando sus estructuras y políticas fiscales, para comprender cómo estas variables han impactado en sus trayectorias de crecimiento

económico a lo largo del tiempo. Además, se explorarán las lecciones aprendidas de cada nación, con el objetivo de contribuir al debate sobre la eficacia de las políticas fiscales en el desarrollo económico y la equidad en la distribución de la riqueza.

Esta investigación se origina a partir de una preocupación compartida por el futuro económico de México y Estados Unidos, destacando las diferencias culturales y tributarias que influyen en ambas economías. La pandemia de COVID-19 ha acentuado la necesidad de explorar factores que inciden en este contexto.

Objetivo general.

El propósito principal es realizar un análisis comparativo de la recaudación económica entre México y Estados Unidos en los ejercicios fiscales del 2021 al 2023, para exponer las problemáticas y diferencias entre ambos países.

Para alcanzar este objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un análisis comparativo de los sistemas impositivos de México y Estados Unidos.
- Evaluar la recaudación del ingreso directo en cada país durante los ejercicios fiscales 2021-2023.
- Analizar la problemática recaudatoria y las diferencias en el ámbito económico entre ambos países.

Antecedentes

México

El sistema impositivo mexicano se originó en el siglo XVI como una fusión de los sistemas fiscales azteca y español. Los aztecas recolectaban tributos que luego se incorporaron a la Real Hacienda Colonial, y estos tributos eran recolectados por los líderes de las comunidades indígenas. Esto implicaba una recaudación regional con implicaciones políticas. Con la llegada de los españoles, hubo una tendencia hacia la centralización de la recaudación bajo una figura política general.

De acuerdo con Rafael Lara (2009), durante la época colonial de la conquista se establecieron nuevos tributos, clasificándose estos mismos en dos tipos impuestos directos e impuestos indirectos.

Durante la época del virreinato en la república de México, se vivió un proceso de modernización fiscal impulsado por las reformas borbónicas. Estas reformas estaban relacionadas con aspectos administrativos, fiscales, militares e internacionales, ya que implicaban transferencias de recursos fiscales a otras partes del imperio español. Un punto destacado de este período fue el establecimiento del monopolio del tabaco en 1767, que se convirtió en la principal fuente de ingresos de la hacienda virreinal, proporcionando

aproximadamente el 30% de los ingresos brutos. La fábrica estatal de tabaco en la Ciudad de México empleaba a miles de trabajadores.

El monopolio estatal sobre productos perjudiciales para la salud y la sociedad, como el tabaco, generaba altos ingresos fiscales debido a su alto consumo. Sin embargo, esto tuvo un alto costo para una sociedad que enfrentaba una distribución de ingresos extremadamente desigual e injusta, lo que generó descontento social.

El estallido de movimientos armados en 1810 en el México central condujo a una crisis fiscal en el Virreinato, y la administración fiscal colonial comenzó a desmoronarse. Las tesorerías regionales, que eran parte del sistema fiscal colonial, sirvieron como base para las nuevas tesorerías en los estados de la incipiente república mexicana.

A lo largo de las décadas, el sistema impositivo mexicano ha ido cambiando, más, sin embargo, los cimientos que fortalecieron desde el inicio de la Nueva España aún quedan vigentes dentro del marco fiscal moderno, a diferencia de ciertos países que lo han ido cambiando para adecuarlo a las necesidades particulares de cada país.

Estados Unidos de América

En este país, la implementación de impuestos surgió como respuesta a la protesta colonial contra la política tributaria británica en la década de 1760, que a su vez desencadenó la Revolución Americana. Después de la independencia, la nación recaudaba impuestos sobre importaciones, conocidos como "aranceles", sobre el whisky y, durante un tiempo, sobre las ventas de vidrio. A nivel estatal y local, se recaudaban impuestos electorales a los votantes y sobre la propiedad, especialmente en terrenos y edificios comerciales.

Aproximadamente en el año de 1760 da origen a la Tributación Colonial, época en la que los impuestos fueron bajos a nivel local, colonial e imperial durante toda la era. El hecho que llevó a la Revolución fue si el parlamento tenía derecho a imponer impuestos a los estadounidenses cuando no estaban representados en el parlamento. Rabushka, Alvin (2008).

En el año 1765 fue la cuarta Ley de sellos aprobada por el Parlamento de Gran Bretaña y requería que todos los documentos legales, permisos, contratos comerciales, periódicos, testamentos, folletos e incluso naipes en las colonias americanas llevaran un sello de impuestos. Fue promulgada el 1 de noviembre de 1765, al final de la guerra de los siete años entre franceses y británicos.

Posterior a lo mencionado surge la Ley de Ingresos de Townshend. Donde esta ley de ingresos se componía de dos leyes fiscales aprobadas por el Parlamento en 1767, fueron propuestas por Charles Townshend, ministro de Hacienda. Impusieron un impuesto sobre los productos comunes importados a las colonias americanas,

como el plomo, el papel, la pintura, el vidrio y el té. De cierta manera las leyes no eran un impuesto directo que la gente pagaba diariamente, si no un impuesto sobre las importaciones que se cobraba al capitán del barco cuando descargaba la carga.

En sus primeras décadas, Estados Unidos tenía pocos impuestos en su historia. Desde 1791 hasta 1802, el gobierno aplicó impuestos internos a bebidas alcohólicas, carros, azúcar refinada y tabaco. Sin embargo, fue la alta factura de la Guerra de 1812 lo que llevó a los primeros impuestos sobre ventas nacionales, gravando oro, plata, joyas y relojes. A principios del siglo XX, el presidente Theodore Roosevelt abogó por un impuesto federal progresivo a la herencia, dando origen a la Modernización del sistema impositivo.

Y el desarrollo del impuesto sobre la renta moderno se dio en 1913, durante la 16ª Enmienda a la Constitución estableció el impuesto sobre la renta como parte permanente del sistema tributario de los Estados Unidos. Esta enmienda dio al Congreso la autoridad para gravar los ingresos y condujo a una ley de ingresos que aplicaba un impuesto a los ingresos de individuos y corporaciones.

Inicialmente, el Congreso impuso un impuesto del 1% sobre los ingresos personales netos superiores a \$3,000, con un recargo del 6% para ingresos superiores a \$500,000. Durante la Segunda Guerra Mundial, se introdujeron impuestos de retención de nómina y pagos trimestrales. El presidente Franklin D. Roosevelt propuso un impuesto del 100% sobre los ingresos superiores a \$25,000 en busca de igualdad, pero cuando el Congreso no lo aprobó, emitió una orden ejecutiva para establecer un tope salarial en ciertos salarios relacionados con contratos federales.

Durante el gobierno del presidente George W. Bush en 2001, el Congreso acordó reducir gradualmente la tasa máxima del impuesto sobre la renta al 35%. Las tasas variaron desde el 39,1% en 2001, al 38,6% en 2002 y finalmente al 35% en los años 2003 a 2010. Esta medida tenía una disposición de expiración programada para 2011, pero fue renovada por la Ley de Reducción de Impuestos, Reautorización del Seguro de Desempleo y Creación de Empleo de 2010, firmada por el presidente Barack Obama el 17 de diciembre de 2010.

Marco Teórico

Un marco teórico sobre los sistemas impositivos de México y Estados Unidos implica entender las estructuras fiscales y las políticas tributarias de ambos países. A continuación, se presenta un marco teórico que aborda los aspectos clave de los sistemas impositivos de México y Estados Unidos.

Definición de sistema impositivo:

Un sistema impositivo se refiere al conjunto de leyes, regulaciones y políticas gubernamentales relacionadas con la recaudación de impuestos. Estos sistemas son cruciales para financiar el gasto público y el funcionamiento del gobierno, así como para influir en la distribución de la riqueza y la equidad económica.

México:

Estructura del sistema impositivo en México:

- México cuenta con una combinación de impuestos federales y estatales. Los impuestos federales incluyen el Impuesto sobre la Renta (ISR), el Impuesto al Valor Agregado (IVA), y el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), entre otros.
- A nivel estatal, existen impuestos sobre nómina, hospedaje, y tenencia vehicular, que pueden variar de un estado a otro.

Principales características del sistema impositivo mexicano:

- México ha buscado mejorar la recaudación fiscal a través de reformas, como la implementación de un sistema de facturación electrónica y el combate a la evasión fiscal.
- El sistema impositivo mexicano tiene un IVA general del 16%, que es un impuesto regresivo que afecta de manera desproporcionada a las personas de bajos ingresos.

Desafíos y problemas del sistema impositivo en México:

- La informalidad laboral y económica en México representa un desafío para la recaudación de impuestos, ya que muchas actividades económicas escapan al control del gobierno.
- La evasión y la elusión fiscal son problemas persistentes que reducen los ingresos fiscales del gobierno.

Estados Unidos:

- El sistema impositivo de Estados Unidos se basa en impuestos federales y estatales. Los impuestos federales más importantes incluyen el Impuesto sobre la Renta Federal (Federal Income Tax), el Impuesto sobre la Nómina (Payroll Tax), y el Impuesto sobre el Capital Ganado (Capital Gains Tax).
- A nivel estatal, cada estado tiene su propio sistema fiscal, que puede incluir impuestos sobre la renta estatal, impuestos sobre ventas y otros impuestos específicos.

Principales características del sistema impositivo estadounidense:

- El sistema impositivo federal de Estados Unidos es progresivo, lo que significa que los contribuyentes con mayores ingresos pagan tasas impositivas más altas.

- Las deducciones fiscales, como las hipotecas y las donaciones caritativas, son comunes y permiten a los contribuyentes reducir su carga tributaria.

Desafíos y problemas del sistema impositivo en Estados Unidos:

- La complejidad del código tributario estadounidense ha sido objeto de críticas, ya que dificulta el cumplimiento y puede llevar a lagunas fiscales.
- La evasión y la planificación fiscal agresiva son desafíos que el gobierno estadounidense enfrenta para garantizar una recaudación fiscal efectiva.

Este marco teórico proporciona una visión general de los sistemas impositivos de México y Estados Unidos, pero es importante recordar que la política fiscal es un campo complejo y en constante evolución, y los detalles específicos pueden variar con el tiempo y las reformas gubernamentales.

Metodología del proyecto de investigación.

Se utilizó como método de investigación cualitativa para describir los diferentes tipos de sistemas impositivos entre los países participantes y cuáles han sido las causas y consecuencias de dichos sistemas tributarios, así como tener en cuenta las acciones que los gobiernos de ambos países han tenido que implementar para mantener su estatus económico.

Posteriormente, el presente proyecto de investigación dio inicio desde un enfoque mixto, que tomó a considerar información estadística y analizar sucesos políticos-sociales que influyeron en el tema central a investigar.

De acuerdo con Sampieri (2014), el alcance de este proyecto de investigación es de tipo explicativo, puesto que va más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre los sucesos analizados.

Técnica de investigación.

La técnica de investigación que se utilizó en este proyecto fue la mixta. Enseguida se enlistan las fuentes de información y los instrumentos utilizados para la recolección y análisis de los datos de información.

Fuentes de información para la recolección de datos.

- Base de datos estadísticos del INEGI.
- Base de datos del Banco Mundial
- Reportes estadísticos tributarios de la organización para la cooperación económica y del desarrollo (OCDE)

- Base de datos del Servicio de Impuestos Internos (IRS)

Instrumentos de investigación.

- Fichas de Trabajo
- Hojas de Cálculo (Software Excel)

Conclusiones

En resumen, el análisis de los sistemas impositivos de Estados Unidos y México arroja conclusiones económicas significativas. Estados Unidos opera un sistema fiscal complejo y diversificado, con un enfoque en la progresividad de los impuestos y una economía altamente desarrollada, aunque con desafíos en la distribución de ingresos. México, por su parte, ha trabajado en la expansión de su base impositiva y la recaudación del IVA, pero se enfrenta a problemas persistentes de informalidad laboral y desigualdad económica. Ambos países comparten el desafío de equilibrar la recaudación fiscal con la equidad económica y la promoción del crecimiento.

Estas diferencias y similitudes en sus sistemas fiscales reflejan las realidades económicas y sociales de cada nación y subrayan la importancia de diseñar políticas tributarias que se adapten a las necesidades específicas de cada país en busca de un desarrollo económico sostenible y una distribución más equitativa de la riqueza.

Bibliografías

- Tello, Carlos y Hernández, Domingo, “Sobre la Reforma tributaria en México”, Economía UNAM, México, Universidad Nacional Autónoma de México, vol. 7, no. 21, 2010, p. 43.
- Delgado Lobo, María Luisa, Fernández-Cuartero Paramio, Marta, Maldonado Gacía-Verdugo, Ascensión, et. al, “La educación fiscal en España”, Documento no. 29/05, Madrid, España, Instituto de Estudios Fiscales, 2001, p. 5.
- UDEM. (13 de enero de 2023). Estos son los retos de la economía mexicana en el 2023. Recuperado de <https://www.udem.edu.mx/es/institucional/noticia/estos-son-los-retos-de-la-economia-mexicana-en-el-2023>
- López-Dóriga Ostolaza, J. (10 de enero de 2023). Estados Unidos: Panorama Económico 2023. El Economista.
- Patiño, D. (2023, 18 de julio). El crecimiento de EU impulsa las expectativas para la economía de México. Expansión.

- Bazán, A. (2023, 4 de mayo). ¿En verdad la economía de Estados Unidos va hacia una recesión?. Recuperado de: <https://expansion.mx/economia/2023/05/04/en-verdad-la-economia-de-estados-unidos-va-hacia-una-recesion>
- Ayala Espino, José. "El sector público de la economía mexicana". Facultad de economía, UNAM, Primera edición, 1999.

El ISR en la bolsa mexicana de valores

Diana Marlen González Libreros

Roberto Ramírez Rodríguez

Martín Guillermo Duran Acosta

Resumen

Esta investigación va dirigida a todas las personas que desconocen el proceso de recaudación y las tasas aplicables a las inversiones en el rubro del Impuestos Sobre la Renta (ISR) en la bolsa Mexicana de Valores y los montos recaudados por el concepto de ISR en inversiones.

Se investigan las principales bolsas de valores del mundo, obteniendo con ello información comparativa de sus mercados.

Este trabajo se obtendrá datos interpretativos en base al tema de estudios y será útil para las autoridades fiscales de México con base en las leyes que regulan las inversiones, asimismo en el tratamiento fiscal en México en la compra y venta de acciones.

Cuyo objeto es hacer del conocimiento de los contribuyentes que deseen invertir en la bolsa mexicana de valores la información referente al ISR en la bolsa Mexicana de Valores y los principales certificados por las autoridades competentes.

Palabras claves: Mercado de Valores, ISR en la Bolsa Mexicana de Valores

Antecedentes

De acuerdo a (Gómez, 2021) El impuesto a las ganancias de capital por la venta de acciones en bolsa tardó alrededor de cincuenta años en implementarse en México. Desde la década de 1960, las autoridades correpondientes coincidían en que la baja recaudación recaía en el diseño del ISR y la falta de incorporación de las ganancias de capital dentro de este esquema (Aboites, 2003).

Ante este contexto el economista Nicholar Kaldor, advertía en su propuesta de reforma fiscal para México la necesidad de contar con un sistema de imposición comprensivo lo que en su momento podría haber aumentado la recaudación en un 0.67% del PIB de 1959 (Aboites y Gutiérrez, 2011) y (Aboites y Unda, 2011).

De aquí la necesidad de tener una tasa que aplicara a las ganancias por los ingresos en bolsa de Valores.

Planteamiento del problema

En los últimos años los avances en las tecnologías de la información, ha generado a los contribuyentes un alcance mayor en la forma de obtener ingresos, he aquí la generación de polémica y la falta de información en las nuevas inversiones tecnológicas, el contribuyente se está enfrentando a nuevos desafíos a la hora de invertir su dinero.

La falta de información genera falta de alternativas en inversiones, así como pocas empresas que coticen en bolsa, la mayoría de las empresas no sabe de los beneficios, desventajas y todo el proceso que conlleva cotizar en bolsa.

Las empresas desconocen los impuestos causados cuando se cotiza en bolsa, así como los impuestos generados al comprar y vender acciones.

El alce de tecnología y las nuevas aplicaciones de corredores de bolsa abre el mercado a posibles inversionistas de población joven, sin embargo, el desconocimiento del tema en materia fiscal provoca la mala administración y la informalidad de estas, con ello encadenado a dejar las inversiones por el desconocimiento de este.

Es por eso que actualmente algunas de las empresas cotizantes en bolsa debido a la baja operación en el mercado bursátil han informado que tienen pensado concluir su participación.

La participación en la bolsa mexicana de valores cada vez se vuelve más pequeña, menos empresas cotizantes y menos personas interesadas en la compra y venta de acciones.

Si esta tendencia continua la baja actividad en la bolsa mexicana de valores provocara un descenso en el crecimiento económico la baja de empleos.

En México actualmente el gobierno comparte un informe trimestral en el cual se desglosan los impuestos y montos recaudados de la federación, adicional a eso se hace un desglose del impuesto recaudado por régimen, cabe destacar que en cuanto se refiere a temas de inversiones en bolsa de valores, dicho informe no presenta el impuesto recaudado por el régimen de ingresos en la enajenación de acciones en bolsa, provocando el mismo desconocimiento a la población del impuesto sobre la renta recaudado por estas operaciones.

La autoridad no logra implementar en sus reportes de transparencia dicha información por lo que para los ciudadanos y contribuyentes es aún más difícil informarse de los impuestos que conlleva las operaciones realizadas en bolsa de valores.

El sistema actual y la poca información brindada por el gobierno de México desencadena que este tipo de ingresos no tengan un crecimiento y presenten una desaceleración en las empresas que cotizan en bolsa de

valores, así como las personas físicas que realizan operaciones de compra y venta de acciones en bolsa de valores.

Objetivos de investigación

Esta investigación tiene como objetivo general proporcionar las tasas de impuestos generadas por el Mercado de Valores en México para hacer del conocimiento de las implicaciones fiscales en las inversiones a los contribuyentes que deseen invertir en este mercado.

Esta investigación también servirá para comparar el impuesto recaudado por inversiones en el mercado de valores de Madrid.

Este estudio servirá para motivar e incentivar a la población mexicana a realizar inversiones en el mercado de valores.

Preguntas de investigación

¿Cuáles son las tasas de IRS en el Mercado de Valores en México?

¿Cuánto ISR es recaudado por concepto de inversiones en la bolsa mexicana de valores?

¿Cuáles son las principales bolsas de valores en el mundo?

¿Qué porcentaje de recaudación tiene Madrid por concepto de inversiones en ISR Vs México?

Justificación de la investigación

La necesidad de conocer las tasas de ISR aplicadas a las inversiones en mercado de valores, en la compra y venta de acciones, puesto que el desconocimiento de estas provoca que muy pocas personas inviertan en el mercado, generando una desaceleración en el crecimiento económico del país.

Esta investigación servirá a todos los contribuyentes para la toma de decisiones en sus futuras inversiones, por lo que se plantea saber todos sus beneficios y desventajas fiscales.

La importancia de este tema de investigación es a su vez el desconocimiento de esta, con esta investigación se pretende ayudar a todo aquel que esté interesado en el mercado de valores en hacer del conocimiento de ellos las implicaciones fiscales en la compra y venta de acciones en México en el rubro del ISR.

Marco Teórico

Antecedentes

Principales bolsas de valores según (Monex, 2018)

Bolsa de New York: Mejor conocida como [Wall Street](#), es la de mayor mercado en volumen monetario y el sitio en donde más empresas cotizan. Dow Jones y Nasdaq dos de los indicadores más importantes del mundo.

Bolsa NASDAQ: El National Association of Securities Dealers Automated Quotation (NASDAQ) es un mercado global que vende y compra Acciones de empresas mediante Internet. Comprende, principalmente, al sector tecnológico, informático, de telecomunicaciones y de biotecnología. Opera en 24 mercados de todo el mundo.

Bolsa de Tokio: Es la Bolsa de Valores más grande e importante para los asiáticos. En ella cotiza el Nikkei, el principal índice bursátil de Japón. Ahí se negocian exclusivamente Acciones y Valores convertible

Bolsa de Londres: Es de las más antiguas del mundo. El principal índice es el Financial Times Stock Exchange, considerado el más importante de Reino Unido.

Bolsa de Hong Kong: Es la tercera Bolsa de Valores más importante en Asia por detrás de la de Tokio y de la Bolsa de Shanghái. El Hang Seng Index es el principal índice bursátil chino, éste graba y monitorea diario los cambios de las compañías más grandes e importantes de Hong Kong en el mercado de Acciones.

Bolsa de Shanghái: Es la Bolsa de Valores más grande de China ya que indexa a 860 empresas. Un dato curioso es que en ella únicamente cotizan de la República Popular China y no está totalmente abierta a inversionistas extranjeros. Los valores que cotizan en ella incluyen las tres principales categorías de Acciones, Bonos y fondos.

Bolsa de Toronto: Es la tercer Bolsa de Valores más grande de América del Norte y la séptima más grande del mundo por capitalización bursátil. Es líder en el sector de minería, petróleo y gas. Muchas de las empresas que cotizan en esta bolsa, en especial los índices S y P/TSX 60 tienen una cotización secundaria en la Bolsa de Nueva York.

La bolsa de valores en México según el (BMV, 2019)

El 31 de octubre de 1894 se establece el inicio de la Institucional Bolsa Mexicana de Valores, esta nace con el propósito de crear un centro estable de operaciones y negociaciones, capaz de generar un mercado de valores serio y bien regulado, y así, poder fomentar la inversión a extranjeros y nacionales, naciendo así una sociedad anónima conformada por agentes de valores y hombres de negocios.

La Bolsa Mexicana de Valores es una empresa privada del sector financiero y bursátil, que opera bajo la Concesión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Fue creada en la CDMX hace más de 125 años. Los primeros títulos que se negociaron y que instauraron las bases del mercado de valores mexicano fueron los mineros y los de las cerveceras de Toluca y Moctezuma y hoy en día están listadas empresas de todos los tamaños.

Independientemente del país en el que se encuentren las empresas que incursionan en la Bolsa de Valores por regla hacen públicos sus estados financieros; por lo tanto, es un sitio en el que se promueve el desarrollo de un mercado ágil, transparente, ordenado, competitivo y público (Monex, 2018).

La importancia de la bolsa de valores según (BMV, 2019).

El Mercado de Valores en México, **es fundamental para el crecimiento de la economía, porque a través del financiamiento en Bolsa, las empresas generan empleos, abren nuevas fábricas o tiendas y al final, crea un círculo de prosperidad entre los inversionistas, empresarios, trabajadores y clientes**

Empresas Mexicanas en la Bolsa de Valores

De acuerdo con la (EDIFAC, 2023) son aproximante 138 empresas mexicanas que cotizan en el Mercado de Valores en México.

Principales corredores en el Mercado de Valores de México según (GBM, 2023)

Principales casas de bolsa en México:

- **GBM:** es una empresa mexicana con más de 35 años en el mercado. Su propósito es **democratizar las inversiones** para que todo aquel que desee participar en el mercado de valores, pueda hacerlo. Establece como monto **mínimo de inversión MXN \$100** y tiene herramientas sin comisión como Smart Cash.
- **Actinver:** Es mexicana y sus fondos mínimos de inversión son MX\$10,000. Sus comisiones están entre 0.10% y 0.25%.
- **BBVA Bancomer:** Tiene más de 80 años en el mercado mexicano. Ofrece análisis fundamental, *trading*, compraventa de acciones, entre otros. El monto de inversión mínimo es de MXN \$1,000.
- **Banamex:** el Banco Nacional de México, Banamex, fue fundado el 2 de junio de 1884. En agosto de 2001, luego de la integración del Grupo Financiero Banamex-Accival a Citigroup, se creó Grupo Financiero Banamex.
- **Monex:** es una entidad fundada hace 37 años, con sede en la Colonia Cuauhtémoc, Ciudad de México.

- **Finamex:** es una casa de bolsa creada en 1974, que presta servicios de intermediación de valores y otros servicios, de manera directa o mediante sus subsidiarias.

Legalidad aplicable a las inversiones en bolsa de valores en México.

Leyes regulatorias

- La Ley del Mercado de Valores (LMV) es el principal marco jurídico bajo el cual se rigen las bolsas de valores mexicanas (BMV y BIVA), junto con otras leyes como la de Marco jurídico del Mercado de Valores en México
- Las leyes que rigen al Mercado de Valores pueden ser Especiales, Generales y Por disposiciones secundarias:
- Leyes Especiales
- Ley del Mercado de Valores (LMV).
- Ley de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).
- Ley de Sociedades de Inversión (LSI).
- Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros.
- Leyes Generales
- Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.
- Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM).
- Disposiciones secundarias
- Circulares de la CNBV.
- Circulares del Banco de México, Sociedades de Inversión.

Tasa aplicable de ISR a la enajenación de acciones en bolsa de Acuerdo con (Ley de ISR, 2021) Artículo 129 Enajenación de acciones en Bolsa de Valores:

Las personas físicas estarán obligadas a pagar el impuesto sobre la renta, cuyo pago se considerará como definitivo, aplicando la tasa del 10% a las ganancias obtenidas en el ejercicio derivadas de:

1. La enajenación de acciones emitidas por sociedades mexicanas o de títulos que representen exclusivamente a dichas acciones, cuando su enajenación se realice en las bolsas de valores concesionadas o mercados de derivados reconocidos en los términos de la Ley del Mercado de Valores o de acciones emitidas por sociedades extranjeras cotizadas en dichas bolsas de valores o mercados de derivados.
2. La enajenación de títulos que representen índices accionarios enajenados en las bolsas de valores o mercados de derivados a que se refiere la fracción anterior.

3. La enajenación de acciones emitidas por sociedades mexicanas o de títulos que representen exclusivamente a dichas acciones, siempre que la enajenación de las acciones o títulos citados se realice en bolsas de valores o mercados de derivados ubicados en mercados reconocidos a que se refiere la fracción II del artículo 16-C del Código Fiscal de la Federación de países con los que México tenga en vigor un tratado para evitar la doble tributación.
4. Las operaciones financieras derivadas de capital referidas a acciones colocadas en bolsas de valores concesionadas conforme a la Ley del Mercado de Valores, así como por aquéllas referidas a índices accionarios que representen a las citadas acciones, siempre que se realicen en los mercados reconocidos a que se refieren las fracciones I y II del Artículo 16-C del Código Fiscal de la Federación.

Inversiones en la Bolsa de Valores y sus impuestos

Principales Instrumentos financieros según (GBM, 2023)

Estos son algunos de los instrumentos financieros en los que puedes invertir en México:

Instrumentos de renta fija

Estos refieren a inversiones emitidas por entidades financieras, gobiernos, empresas privadas en forma de deuda, entre los más utilizados están:

Certificados de la tesorería de la Federación o CETES: son **instrumentos de deuda gubernamental** que emite la Secretaría de Hacienda mexicana. Su nivel de riesgo es muy bajo, ya que el Gobierno se compromete a devolver tu inversión y sus rendimientos.

Bonos gubernamentales: Al igual que los CETES, son instrumentos de deuda que emite el Gobierno, pero a distintos niveles: estatal y federal. También son de **bajo riesgo**.

Pagarés bancarios: **utilizados cuando** los inversionistas prestan su dinero a una institución financiera y, a cambio, ésta se compromete en pagar con intereses en un plazo determinados

Bonos corporativos: Son papeles de **deuda de empresas del sector privado**. El plazo y el esquema del pago varía de emisor a emisor, pues cada uno define los términos.

Instrumentos de renta variable

La renta variable es un tipo de inversión donde la recuperación del capital invertido depende de factores como la evolución de la empresa en la que se invierte, su situación económica y el comportamiento de los mercados financieros. Algunos de estos instrumentos son:

Acciones: Una acción representa la parte proporcional de una empresa. Esta es una de las opciones más conocidas, sobre todo para aquellos que buscan rendimiento a largo plazo.

Exchange Traded Fund o Fondo cotizado: refiere a un fondo de inversión que está listado en una bolsa de valores o mercado de valores.

Fondos de inversión: Se refiere cuando se quiere incursionar en el mundo de las inversiones, y tienes una cantidad de dinero determinada. Este reúne el dinero de muchos inversionistas, y sigue una estrategia que buscará optimizar los rendimientos.

Fibras o fideicomisos. Los Fideicomisos de Infraestructura y Bienes Raíces (FIBRAS) son utilizados para el financiamiento de proyectos inmobiliarios con fines de arrendamiento. La participación de tu inversión generará rendimientos proporcionales sobre aquellos que tengan los inmuebles.

Instrumentos complejos

Estos instrumentos son conocidos como derivados financieros y están conformados de la siguiente manera:

Futuros: se acuerda el intercambio de un activo financiero en una fecha futura y a un precio establecido de antemano.

Opciones: La opción le da el derecho (más no la obligación) al inversionista de realizar una transacción en una fecha futura y a un precio predefinido.

Swap: hay una obligación bilateral de intercambiar flujos de efectivo basados en tipos de cambios, rendimientos de acciones o tipos de interés.

Los mercados financieros en México según (Padilla, 2018)

Un mercado financiero es un espacio físico o sistema virtual en el cual convergen compradores y vendedores de instrumentos financieros para su intercambio. Allí se determinan los precios de los activos financieros. Los mercados más relevantes son los mercados de deuda, de acciones y el mercado cambiario.

El mercado cambiario en México

El mercado cambiario mexicano forma parte del mercado internacional de divisas. La mayor parte de sus operaciones se realizan en el mercado peso-dólar ya que la actividad en los mercados con otras divisas es muy baja.

La función del Banco de México en los mercados

El Banco de México tiene como una de sus finalidades promover el sano desarrollo del sistema financiero de nuestro país. Contar con mercados financieros desarrollados es fundamental para cumplir con sus objetivos y funciones.

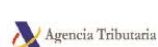
Resultado de la Investigación

La recaudación del ISR por enajenación de Acciones en bolsa Madrid

La fiscalidad de los fondos de inversión

Los fondos de inversión tributan en IRPF, dentro de las rentas del ahorro, como ganancias o pérdidas patrimoniales. En el momento del rescate se practicará una retención del 19%, y la tributación final quedará sujeta a la siguiente escala dependiendo de la cuantía de la ganancia:

- Hasta 6.000 €: 19 %.
- De 6.000€ a 50.000€: 21 %.
- Más de 50.000€: 23 %.



CUADRO 1.4. INGRESOS TRIBUTARIOS POR CONCEPTOS Y DISTRIBUCIÓN ENTRE ADMINISTRACIONES. DETALLE. ACUMULADO.

(En miles de euros)

Año: 2020 Desde ENERO hasta DICIEMBRE

DESIGNACIÓN DE LOS INGRESOS	RECAUDACIÓN								%	
	AÑO 2020				AÑO 2019				ESTADO	TOTAL
	ESTADO	CC-AA	CC-LL	TOTAL	ESTADO	CC-AA	CC-LL	TOTAL		
IRPF	36.699.574	50.234.492	1.037.557	87.971.623	40.735.963	45.164.677	991.567	86.892.207	-9,9	1,2
- Retenciones trabajo	78.512.513			78.512.513	77.328.978			77.328.978	1,5	1,5
- Retenciones de arrendamientos	1.787.205			1.787.205	1.930.391			1.930.391	-7,4	-7,4
- Retenciones Fondos Inversión	564.821			564.821	506.043			506.043	11,8	11,8
- Retenciones capital	2.606.543			2.606.543	3.259.071			3.259.071	-20,0	-20,0
- Gravamen s/Loterías	336.468			336.468	343.141			343.141	-1,9	-1,9
- Pagos fraccionados	2.816.545			2.816.545	3.128.709			3.128.709	-10,0	-10,0
- Resultado declaración anual	1.151.062			1.151.062	-215.353			-215.353	-	-
- Liquidaciones practicadas por la Administración	615.235			615.235	884.114			884.114	-30,4	-30,4
- Otros ingresos de IRPF	0			0	0			0	-	-
- Otras devoluciones y minoraciones	-51.690.818	50.234.492	1.037.557	-418.769	-46.429.131	45.164.677	991.567	-272.887	-11,3	-53,5
Impuesto sobre Sociedades	15.857.718			15.857.718	23.732.923			23.732.923	-33,2	-33,2
- Retenciones de arrendamientos	668.768			668.768	784.865			784.865	-14,8	-14,8
- Retenciones Fondos Inversión	239.890			239.890	215.427			215.427	11,4	11,4
- Retenciones capital	1.075.418			1.075.418	1.369.567			1.369.567	-21,5	-21,5
- Gravamen s/Loterías	77.455			77.455	22.115			22.115	-	-
- Pagos fraccionados	16.365.314			16.365.314	22.440.106			22.440.106	-27,1	-27,1
- Resultado declaración anual	-4.439.709			-4.439.709	-1.361.288			-1.361.288	-	-
- Liquidaciones practicadas por la Administración	1.870.022			1.870.022	262.785			262.785	-	-
- Otros ingresos del IS	560			560	-654			-654	-	-
Impuesto Renta no Residentes	1.511.243			1.511.243	2.368.967			2.368.967	-36,2	-36,2
- Retenciones, pagos fraccionados e ing.a cuenta	1.810.888			1.810.888	2.612.973			2.612.973	-30,7	-30,7
- Declaración anual, actas y otros	-299.645			-299.645	-244.006			-244.006	-22,8	-22,8
- Impuestos Medioambientales	1.441.434			1.441.434	1.019.301			1.019.301	41,4	41,4
- Resto del Capítulo I	118.715			118.715	39.800			39.800	-	-
TOTAL CAPITULO I	55.628.684	50.234.492	1.037.557	106.900.733	67.896.956	45.164.677	991.567	114.053.198	-18,1	-6,3

Comparativo recaudación Madrid- México

Recaudación neta de ISR por enajenación de acciones en la bolsa de valores 2020

	México	México	Madrid	%	Diferencia
	En millones de pesos	En miles de Euros	En miles de Euros		
Total contribuyentes	848.60	42.57	804,711	0.0000529	804,668.43
Físicas			564,821		
Morales			239,890		
Totales	848.60	42.57	804,711.00	0.0000529	804,668.43

Promedio Euro 31-12-2020

19.94

Autor Diana González Libreros 2023

Conclusiones

Derivado de la investigación realizada, se respondieron las preguntas de investigación y el objetivo se cumplió, la recaudación por concepto de inversiones por los ingresos de enajenación de acciones es bajo, comparada con la recaudación que tiene Madrid según los resultados compartidos al ejercicio 2020.

Dejando en evidencia que en México no se promueve la inversión en la bolsa de valores de México, cabe señalar que para México representa un área de oportunidad para aumentar su recaudación así mismo para los contribuyentes representa una buena área de oportunidad para invertir capital.

Bibliografía

- BME. (01 de 01 de 2023). *BME Bolsas y Mercados Españoles* . Obtenido de BME Bolsas y Mercados Españoles : <https://www.bolsasymercados.es/bme-exchange/es/Bolsa-Madrid/Sobre-Nosotros>
- BMV. (08 de 08 de 2019). *BMV*. Obtenido de BMV: <https://blog.bmv.com.mx/2019/08/1894-ano-en-el-que-se-fundo-la-bolsa-mexicana-de-valores/>
- Camara de diputados, Congreso de la union. (2021). *Ley de impuesto sobre la renta*. Diario Oficial de la federacion .
- Dejavu, M. (26 de 12 de 2022). *es bolsa.com*. Obtenido de es bolsa.com: <https://esbolsa.com/>
- EDIFAC. (01 de 03 de 2023). *EDIFAC*. Obtenido de EDIFAC: <https://www.edifact.com.mx/masinfo/empresas-mexicanas-que-cotizan-en-la-bolsa-de-valores.html>
- FORBES. (14 de 10 de 2021). *FORBES*. Obtenido de FORBES: <https://www.forbes.com.mx/conoce-los-instrumentos-de-inversion-de-la-bolsa-mexicana-de-valores/>
- FXCM. (27 de 01 de 2021). *fxcm*. Obtenido de fxcm: <https://www.fxcm.com/es/insights/bolsa-de-valores-de-tokyo-tse/#historia>
- GBM. (02 de 01 de 2023). *BBM*. Obtenido de GBM: <https://gbm.com/academy/cuales-son-las-casas-de-bolsa-en-mexico/>
- Gómez, I. B. (2021). *Tributación de las ganancias por venta de acciones* . Ciudad de Mexico : Fundar.

Monex. (28 de 09 de 2018). *Monex.com.mx*. Obtenido de Monex.com.mx:

<https://blog.monex.com.mx/mercados-financieros/las-bolsas-de-valores-m%C3%A1s-famosas-del-mundo>

Padilla, J. R. (01 de 09 de 2018). *Educa Banxico*. Obtenido de Educa Banxico:

http://educa.banxico.org.mx/banxico_educa_educacion_financiera/blog-24-mercados-financieros.html

La discrecionalidad de la autoridad ante el Artículo 69-B

Juana Durán Rojas

Martín Eduardo Zalazar Zalazar

Resumen

En el presente trabajo de investigación, abordaremos como tema principal el procedimiento previsto en el artículo 69-B del Código Fiscal de la Federación, que se actualiza cuando la autoridad fiscal detecta que un contribuyente ha emitido comprobantes sin contar con los activos, personal, infraestructura o capacidad material, directa o indirectamente, para prestar los servicios o producir, comercializar o entregar los bienes que amparan tales comprobantes, o bien, que dichos contribuyentes se encuentren no localizados.

Para lo cual será necesario precisar la definición de impuestos, sus elementos, las principales obligaciones fiscales de los contribuyentes, así como la definición legal de domicilio fiscal,

Las consideraciones anteriores nos servirán como base para poder analizar cada etapa del procedimiento previsto en el artículo 69-B del Código Fiscal de la Federación, y podamos definir a las partes que intervienen en las operaciones simuladas, los **EFOS** (Empresas que facturan operaciones simuladas y **EDOS** (Empresas que deducen de operaciones simuladas).

Estableceremos el concepto de materialidad, que si bien es cierto no existe una definición legal de la misma, si existen criterios de los tribunales que referencia a dicho concepto, todo para lograr un análisis exhaustivo y claro de su aplicación por parte de las autoridades fiscales.

Palabras clave: Facultades de la autoridad, discrecionalidad, materialidad.

Objetivo

Examinar el actuar de la autoridad fiscal, al aplicar el procedimiento del artículo 69-B, para determinar si viola algunos de los derechos del contribuyente afecto al procedimiento, máxime si consideramos que la facultad de la autoridad administrativa para determinar la inexistencia de uno o más actos jurídicos y por consecuencia considerar que éstos no tendrán efectos fiscales, resulta una facultad discrecional que puede fácilmente resultar en una violación de los derechos del contribuyente si se utiliza inadecuada y excesivamente, así como el dejarlos expuestos ante la luz pública, al publicar sus nombres, tanto en el DOF, como en la lista de la página web del Servicio de Administración Tributaria.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 31, fracción IV, señala que una de las obligaciones de todos los mexicanos, es el de contribuir al gasto público, de manera proporcional y equitativa, según lo dispongan las leyes mexicanas.

“Artículo 31. Son obligaciones de los mexicanos:

IV. Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes.”

Marco conceptual

Concepto de impuestos

Los impuestos son una contribución (pago) en dinero o en especie, de carácter obligatorio, con la que cooperamos para fortalecer la economía del país. Los impuestos, en todos los sistemas económicos de los países, sirven para proveer de recursos al gobierno y éste pueda alcanzar los objetivos propuestos en su planeación. (sat.gob.mx/consulta/61977/conceptos-tributarios, s.f.)

Elementos del impuesto

El Código Fiscal de la Federación establece en el primer párrafo del artículo 5, los elementos del impuesto, aplicable a toda aquella disposición fiscal **que establezca cargas a los particulares**, así como infracciones y sanciones.

*“Artículo 5o.- Las disposiciones fiscales que establezcan cargas a los particulares y las que señalan excepciones a las mismas, así como las que fijan las infracciones y sanciones, son de aplicación estricta. Se considera que establecen cargas a los particulares las normas que se refieren al **sujeto, objeto, base, tasa o tarifa.**”*

I.- EL SUJETO: Son los agentes que participan en el proceso de recaudación. De este modo tenemos que, existen dos tipos de sujetos:

- 1) Sujeto activo. – Son aquellos que tienen el derecho de exigir el pago de los tributos. En este grupo tenemos a la federación, las entidades y a los municipios.

2) Sujeto pasivo: Son los causantes o contribuyentes, que pueden ser personas físicas o morales, mexicanas o extranjeras que tienen legalmente la obligación de pagar algún impuesto.

(<https://www.diputados.gob.mx/bibliot/publica/inveyana/econycom/reportes/impuesto.htm>, s.f.)

El Código Fiscal de la Federación en el primer párrafo del artículo 1, señala como sujetos del impuesto a **las personas físicas y morales**, conforme a las leyes fiscales respectivas.

“Artículo 1o.- Las personas físicas y las morales, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas. ...”.

II.- EL OBJETO DEL IMPUESTO: Es aquella actividad que señala la ley, misma que sitúa al sujeto, en el supuesto de generar el impuesto.

III.- BASE. - La base del impuesto es aquella cantidad, sobre la cual se va a aplicar la tasa, la tabla o la tarifa establecida en ley, mismas que nos llevarán a determinar el impuesto causado.

Es la cuantía sobre la que se determina el impuesto a cargo de un sujeto. (Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas, 2004)

BASE GRAVABLE. - La base de un tributo es definida como la cantidad o monto a la cual se aplica la cuota, tarifa o tabla, para determinar el monto de la contribución a pagar.

(<https://www.tfja.gob.mx/investigaciones/historico/pdf/aplicaciondelimpuestoalvaloragregadoaunatasa.pdf>, s.f.)

IV.- TASA O TARIFA. - Es el porcentaje establecido en la ley específica, que se aplica a la base, con el propósito de que el Estado reciba una determinada cantidad de dinero, por cada unidad tributaria.

(<https://www.tfja.gob.mx/investigaciones/historico/pdf/aplicaciondelimpuestoalvaloragregadoaunatasa.pdf>, s.f.)

DOMICILIO FISCAL. –

El artículo 10 del Código Fiscal de la Federación establece lo que se considera un domicilio fiscal, tanto para la persona física, como para la persona moral:

I. Tratándose de personas físicas:

- a) El lugar donde realice su principal negocio, tratando de actividad empresarial.*
- b) Si no realiza actividad empresarial, el local donde desempeñe la actividad.*
- c) Su casa habitación, en caso de no contar con local establecido.*

En caso de que el contribuyente no haya manifestado domicilio alguno, o no haya sido localizado en el manifestado, se considerará el que se encuentre en las entidades financieras o sociedades cooperativas de ahorro y préstamo que utilice el contribuyente.

II. En el caso de personas morales:

- a) *Cuando sean residentes en el país, el local donde se encuentre la administración principal del negocio.*
- b) *En caso de ser residentes en el extranjero, el establecimiento donde se lleve a cabo la actividad, o bien donde se encuentra la administración principal del negocio en el país, en caso de contar con dos o más establecimientos, o bien, el que designe.*

Cuando no se designe domicilio fiscal, se designe uno diferente al mencionado en los incisos anteriores, o bien designe un domicilio ficticio, la autoridad podrá practicar diligencias en cualquier lugar en el que realice su actividad, o en el lugar en el que se considere su domicilio.

Principales obligaciones del contribuyente.

Dentro de las principales obligaciones con las que cuenta el contribuyente se encuentran:

1. Inscribirse en el RFC; 2. Expedir comprobantes fiscales; 3. Llevar contabilidad; 4. Presentar declaraciones y pagos mensuales, y declaración anual; 5. Retener y enterar el impuesto a cargo de terceros y expedir comprobante fiscal que corresponda; 6. Presentar declaración informativa de operaciones con terceros; 7. Presentar declaraciones informativas anuales; 8. Determinar la utilidad fiscal y PTU del ejercicio; entre otras.

Facultades de la autoridad

El Código Fiscal de la Federación en su artículo 42 otorga a la autoridad dos facultades, la de gestión y comprobación, para que a fin de comprobar que el contribuyente, los responsables solidarios y terceros, hayan cumplido correctamente con las disposiciones fiscales y aduaneras, pueda llevar a cabo la corrección de datos aritméticos o bien la revisión de sus actividades, ya sea en revisiones de la contabilidad por medio de visita domiciliaria, revisión de gabinete, revisión de dictámenes o bien en revisiones electrónicas.

VISITAS DOMICILIARIAS. – El mismo artículo 42 del Código Fiscal de la Federación, nos señala que son visitas domiciliarias las que practique la autoridad, a los contribuyentes, responsables solidarios o terceros relacionados con los mismos, con el fin de revisar su contabilidad, los bienes y la mercancía del contribuyente, misma que se practicará en el domicilio del mismo.

REVISIÓN DE GABINETE. – Es la revisión que practica la autoridad al contribuyentes, responsables solidarios o terceros relacionados con los mismos, misma que se llevará a cabo mediante requerimiento de presentar la contabilidad, documentos, datos e informes necesarios para llevar a cabo dicha revisión, la cual se realizará en las propias instalaciones de la autoridad.

REVISIÓN DE DICTÁMENES. – Son las revisiones que realiza la autoridad, a los dictámenes formulados por contadores públicos certificados, a los estados financieros de los contribuyentes, y a las operaciones de enajenación de acciones que realicen, así mismo a cualquier otro dictamen que tenga repercusión para efectos fiscales.

REVISIONES ELECTRÓNICAS. – Son las revisiones que realiza la autoridad a los contribuyentes, responsables solidarios o terceros relacionados con los mismos, tomando como base la información con la que cuenta la autoridad, en su base de datos electrónicos, esta se puede realizar de manera presencial, en las oficinas de la misma, o bien por medio de una entrevista a través de medios electrónicos, a la cual ingresará por una liga o dirección electrónica proporcionada por la autoridad.

Requisitos para llevar a cabo las actividades según Artículo 69-B, contar con: comprobante fiscal

Es el documento que debe de expedir quien realice actos o actividades, por los ingresos que se perciban, así como por las retenciones de contribuciones que efectúen los contribuyentes, mismo que se deberá emitir mediante documento digital a través de la página de internet del Servicio de Administración Tributaria.

Activos

Son los recursos con los que cuenta una entidad, cuantificados en términos monetarios, de los cuales se espera obtener beneficios económicos, en corto o largo plazo.

- a) **Activo circulante.** – Representa el dinero de la entidad, aquella que se hará efectiva en cualquier momento, ya sea en efectivo, en bienes que serán vendidos, o bien en aquellas que serán consumidas.
- b) **Activo fijo.** – Es el que representa los bienes tangibles de la empresa, es decir, las propiedades y equipos de la misma, como los edificios, ya sea para uso propio o de terceros, así como aquella maquinaria y equipo que se utiliza para producir bienes.

PERSONAL. – Cuando el artículo 69-B del Código Fiscal Federal se refiere al personal necesario, que debe tener el contribuyente para respaldar las actividades que sustente en el CFDI, se refiere a la fuerza de trabajo, la parte humana que llevará a cabo tal servicio o la comercialización de los bienes que ampare dicho comprobante.

INFRAESTRUCTURA. – Si bien es cierto que, en el ámbito fiscal, no se define el concepto de infraestructura, se debe entender como aquella instalación donde el contribuyente lleve a cabo su actividad económica.

CAPACIDAD MATERIAL. – Lo podemos definir como el reconocimiento contable, de las operaciones con efectos fiscales, realizadas por la entidad.

Resumen del procedimiento

Cuando nos referimos al procedimiento establecido en el artículo 69-B, mismo que realizará la autoridad cuando detecte que las actividades realizadas por el contribuyente no cuenten con los activos, personal, infraestructura o capacidad material, directa o indirectamente, para prestar los servicios o producir, comercializar o entregar los bienes, procederá a notificarle vía Buzón Tributario, de la página de internet del Servicio de Administración Tributaria, así como mediante publicación en el Diario Oficial de la Federación, con el objeto de que dichos contribuyentes presenten en un plazo de 15 días después de la última publicación, las pruebas necesarias, para desvirtuar los hechos ante la autoridad, mismos que los sitúan en el supuesto.

En caso de que no se cuente con toda la información necesaria, el contribuyente puede presentar dentro del plazo de los 15 días, por única ocasión, una solicitud de prórroga, que le otorgaría 5 días más de plazo, es decir 20 en total, para lo cual no será necesaria la aceptación por escrito de la autoridad, pues se entenderá por concedida de manera tacita, dicho computo iniciará una vez vencidos los 15 días otorgados por la autoridad.

Ahora bien, una vez que transcurran los 15 días del plazo y los 5 de la prórroga otorgada, cuando sea el caso, la autoridad cuenta con 50 días para valorar las pruebas aportadas por el contribuyente, notificando al mismo, su resultado, vía buzón tributario. En caso de que la autoridad requiera más información, lo deberá hacer dentro de los primeros 20 días de los 50, mediante requerimiento vía buzón tributario, para lo cual, el contribuyente contará con 10 días para presentar dicha información, dicho plazo inicia una vez que surta efectos la notificación, por lo que el plazo de los 50 días, se suspende hasta que se venza el plazo de los 10 días otorgados al contribuyente.

La autoridad publicará en el Diario Oficial de la Federación, así como en la página de internet del Servicio de Administración Tributaria, el listado de los contribuyentes que no hayan desvirtuado los hechos que se les imputaron, por lo que se consideran dentro del supuesto de llevar a cabo operaciones inexistentes. Dicha publicación deberá realizarse después de los 30 días de la notificación de la resolución emitida por la autoridad.

El efecto que produce esta publicación es el de dar a conocer a los demás contribuyentes, que las operaciones realizadas con este contribuyente, no producirán efectos fiscales alguno.

La autoridad deberá publicar cada tres meses, un listado de los contribuyentes que logren desvirtuar los hechos que se le imputaban, así como aquellos que presentaron un medio de defensa, y que obtuvieron sentencia firme, dejando sin efecto la resolución de la autoridad.

En caso de que la autoridad no notifique la resolución correspondiente, dentro del plazo de los 50 días, dejará sin efecto la presunción de los hechos inexistentes de dichos comprobantes fiscales.

Respecto a los EDOS: (Empresa que deduce operaciones simuladas), el procedimiento en estudio estatuye lo siguiente:

En el caso de los terceros involucrados que hayan adquirido productos o servicios por el contribuyente publicado en la lista de la autoridad, y hayan dado efectos fiscales a dichos comprobantes, contará con 30 días, después de dicha publicación, para presentar ante la autoridad la información necesaria para afirmar que las operaciones si se realizaron conforme a la ley, o bien dentro del mismo plazo, deberán presentar las declaraciones complementarias necesarias, dejando sin efecto dichos comprobantes fiscales.

En caso de que la autoridad ejerza sus facultades de comprobación y detecte que la persona física o moral no comprobó la veracidad de sus actos, podrá determinar los créditos fiscales correspondientes, pudiendo considerar, dichos actos como simulados, y tipificarlos como los delitos previstos en el Código Fiscal de la Federación.

Por otro lado, también se consideran operaciones inexistentes, cuando la autoridad fiscal detecte que un contribuyente ha estado emitiendo comprobantes que soportan operaciones realizadas por otro contribuyente durante el periodo en el cual a este último se le hayan dejado sin efectos o le haya sido restringido temporalmente el uso de los certificados de sello digital en términos de lo dispuesto por los artículos 17-H y 17-H Bis, CFF, sin que éste haya desvirtuado los hechos que se le imputan.

Definición de materialidad:

Si bien en la legislación nacional no existe definición para el concepto de materialidad, para (Montes de Oca, 2021), (https://www.tfja.gob.mx/investigaciones/pdf/r_30-trabajo-7.pdf, 2021), es aquel atributo que reúnen las operaciones que efectuó determinado individuo sea persona física o moral, ya sea con sus clientes o sus proveedores, que cuentan con suficiente evidencia material para demostrar su efectiva realización, así en el ámbito fiscal. En este sentido podemos señalar que, la materialidad hace referencia a acreditar que los servicios prestados por una determinada persona o empresa a otra, efectivamente se hayan realizado, es decir, que no se trate de una simulación de las operaciones.

Ahora, para (Montes de Oca, 2021) señala que la documentación idónea para demostrar la materialidad ante la autoridad dependerá de la operación que se trate (adquisición de bienes, otorgamiento de uso o goce, servicios, etcétera). Señala también que, respecto de los servicios al ser por naturaleza intangibles, se encuentra en ellos mayores complicaciones para acreditar su materialidad.

De manera enunciativa y no limitativa, a continuación, se establecen ejemplos de pruebas para acreditar la materialidad de operaciones:

- a) Fotografías; b) Información del personal; c) Bitácoras; d) Comunicados; e) Correos electrónicos; f) Presentaciones; g) En minutas de reuniones; h) Cotizaciones; i) Órdenes de compra, j) reportes, etcétera.

Implicaciones fiscales que conlleva NO acreditar la materialidad de operaciones ante la autoridad:

- a) El rechazo de deducciones para efectos del impuesto sobre la renta; b) Lo que repercute en ingresos u omisión de estos; c) Una base más alta para el cálculo de este impuesto; d) La improcedencia del impuesto al valor agregado acreditable correspondiente; y, e) Consecuentemente, la negativa en devoluciones de éste; f) Generalmente, representa un impacto económico considerable en los contribuyentes.

Lo anterior como ya se señaló, deberá ser atendiendo al tipo de operación realizada entre las partes, es decir, si fue prestación de servicios o adquisición de bienes, etc.

QUE PARTES INTERVIENEN EN EL PROCEDIMIENTO DEL 69-B DEL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN.

Si bien en la legislación no se definen de esa manera, para efectos prácticos y de estudio son los siguientes:

EFOS: Empresa que factura operaciones simuladas, es decir, que emiten facturas sin contar con los activos, personal, infraestructura o capacidad material, directa o indirectamente, para prestar los servicios o producir, comercializar o entregar los bienes que amparan tales comprobantes.

EDOS: Empresa que deduce operaciones simuladas, la que da efectos fiscales al CFDI.

Conclusiones

De lo anteriormente precisado, es advertible que el procedimiento previsto en el artículo 69-B del Código Fiscal de la Federación, en principio es una facultad **discrecional** por parte de la autoridad, en virtud de que puede ejercerlo cuando la autoridad fiscal considere –a su juicio- que un contribuyente ha emitido comprobantes fiscales sin contar con los elementos necesarios para realizar las actividades que amparan dichos comprobantes.

En este sentido nos encontramos ante una presunción iuris tantum, es decir, que está prevista en la Ley, que en este caso es el CFF, y que admite prueba en contrario, el problema radica en los casos en que, para que el contribuyente afecto al procedimiento esté en posibilidad de desvirtuar la referida presunción, la autoridad puede actuar arbitrariamente y solicitar pruebas documentales de difícil e incluso de imposible obtención por parte del particular, ya máxime que actualmente no existe en la ley disposición legal que establezca como desvirtuar la presunción, provocando incertidumbre al contribuyente que se le aplique el procedimiento.

En virtud de lo anterior, se deben tomar en cuenta los criterios y Tesis que emiten tanto los Tribunales del Poder Judicial de la Federación, como el Tribunal Federal de Justicia Administrativa, en cuanto a la materialidad de operaciones y de qué manera se logra desvirtuar la presunción de inexistencia de las operaciones. manera se contrarreste el indebido y excesivo actuar de la autoridad.

Referencias consultadas

(Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2023)

(Código Fiscal de la Federación, 2023)

(sat.gob.mx/consulta/61977/conceptos-tributarios, s.f.)

(<https://www.diputados.gob.mx/bibliot/publica/inveyana/econycom/reportes/impuesto.htm>, s.f.)

(<https://www.tfja.gob.mx/investigaciones/historico/pdf/aplicaciondelimpuestoalvaloragregadoaunatasa.pdf>, s.f.)

(Cómo acreditar la materialidad de las operaciones para efectos fiscales, 2021)

(https://www.tfja.gob.mx/investigaciones/pdf/r_30-trabajo-7.pdf, s.f.)

Impuestos Verdes. Análisis de su técnica fiscal y sus características.

Raúl Alberto Flores Rojas
Roberto Ramírez Rodríguez

Resumen

A diferencia de otros impuestos, la finalidad de los impuestos verdes no debe ser solamente recaudatoria, sino que, debe perseguir como finalidad el deber público de protección ambiental, teniendo estos impuestos la característica de ser extrafiscales.

Por lo tanto, el problema de investigación total, es identificar si realmente las entidades federativas que actualmente aplican los impuestos verdes cumplen con el principio de protección ambiental, sin aplicar los impuestos únicamente como estrategia recaudatoria.

En esa tónica, el objetivo principal de la investigación es analizar y determinar si los impuestos verdes vigentes al ejercicio fiscal 2022 incluyen en su técnica fiscal un deber público de protección ambiental y establecer si la finalidad de los mismos es realmente extrafiscal o es recaudatoria.

En cuanto a la metodología, será necesario resolver las siguientes interrogantes: 1. ¿Cuáles entidades federativas cuentan con impuestos verdes vigentes en su legislación? 2. ¿Los impuestos verdes vigentes en las entidades federativas cumplen con el deber público de protección ambiental?

Palabras clave. Impuestos verdes. Extrafiscales. Protección ambiental

Introducción

Resulta evidente que, en la actualidad, entre los temas globales de mayor importancia se encuentra el aspecto climático, así como las acciones que cada país emprende o debe emprender para reducir el cambio climático. La Organización de las Naciones Unidas (ONU), considerada como la mayor organización internacional, ha establecido que nos encontramos en un momento decisivo para afrontar con éxito el mayor desafío de nuestros tiempos, es decir, el cambio climático. Que cada día el planeta nos manda mensajes sobre las grandes transformaciones que está sufriendo, desde pautas meteorológicas cambiantes que amenazan la producción de alimentos; el aumento en el nivel del mar que genera inundaciones. Concluyendo en que los efectos del cambio climático nos afectan a todos, por lo que se deben tomar medidas drásticas inmediatas, ya que después será mucho más difícil y costoso adaptarse a los efectos en el futuro.

De lo anterior podemos advertir algunos de los efectos adversos que genera el cambio climático, por lo que, si continúa aumentando descontroladamente, se pudiera generar un caos mundial en los aspectos señalados por la ONU. Resultando necesario emprender medidas drásticas e inmediatas para desacelerar el cambio climático.

Bajo esa tesitura, el Secretario General de las Naciones Unidas António Guterres, propuso que los gobiernos pueden implementar seis medidas favorables para el clima, las cuales son las siguientes:

- *Transición verde: las inversiones deben acelerar la descarbonización de todos los aspectos de nuestra economía.*
- *Empleos verdes y crecimiento sostenible e inclusivo.*
- *Economía verde: hacer que las sociedades y los pueblos sean más resilientes mediante una transición justa para todos y que no deje a nadie atrás.*
- *Invertir en soluciones sostenibles: los subsidios a los combustibles fósiles deben desaparecer y **los contaminadores deben pagar por su contaminación.***
- *Afrontar todos los riesgos climáticos.*
- *Cooperación: ningún país puede triunfar por sí solo.*

Aunado a lo anterior, para corregir la externalidad negativa, entendiéndose por externalidad negativa que, *durante el proceso de producción o consumo de algún producto o servicio, se crean costos a terceros que no están incluidos en el precio de mercado del mismo*, como una medida de control de lo anterior, los gobiernos cuentan con la finalidad de establecer impuestos verdes o ecológicos.

El antecedente más importante respecto a los impuestos verdes, es el impuesto pigouviano, el cual es *“una tasa que el gobierno impone a las empresas según el daño que produce su actividad sobre el medio ambiente o el que cause a la ciudadanía. Este concepto queda muy claro en la frase: -quien contamina, paga-, ya que tendrá que pagar más aquella empresa o persona que más contamine.”*

De lo anterior podemos colegir uno de los conceptos más importantes respecto a los impuestos verdes, que es *“quien contamina, paga”*.

Algunos ejemplos de impuestos pigouvianos son:

- Contaminación ambiental.
- Uso y abuso de los recursos naturales.
- Polución del aire.
- Uso de coches de gasolina o diésel.
- Inadecuado tratamiento de los residuos.

➤ Destrucción de los hábitats.

En este sentido, una de las medidas que se están tomando por parte del gobierno respecto al problema climático planteado, es la de la implementación de impuestos verdes, los cuales atienden al principio de quien contamina paga y se crean con la finalidad de reducir las mencionadas externalidades negativas, es por ello que en el presente trabajo de investigación, abordaremos temas interesantes en torno a los impuestos verdes en México, sus antecedentes y cuál ha sido su aplicación por parte de las entidades federativas.

Por lo tanto, previo a analizar los impuestos verdes, es necesario estudiar los impuestos en general:

Marco de referencia conceptual y teórica

(Robledo, 2016) define los impuestos como: Una figura que adquiere cuerpo en la norma jurídica, y que permite obtener recursos económicos de los particulares para el gasto público. El Estado emerge como una necesidad forzosa de organización de la colectividad, y paralelo a él, nace el impuesto como instrumento indispensable para su subsistencia; el gravamen se sujeta a las reglas de la justicia según las cualidades subjetivas u objetivas del obligado.

Los impuestos ambientales (también denominados "impuestos verdes" o "ecotributos") son instrumentos económicos o de mercado que nacen de la intención de incluir en los precios los costos ambientales negativos de la producción o el uso de bienes. Permiten, por un lado, incidir en el comportamiento de los consumidores y productores desincentivando el consumo de productos o actividades que deterioran el ambiente, y por otro, aumentan la recaudación gubernamental haciendo posible destinar los recursos obtenidos hacia mejoras del sector ambiental. El indicador mide la participación de los impuestos ambientales, expresada en porcentaje, sobre el total de la recaudación tributaria de México. Fuente: (SEMARNAT, s.f.).

De la anterior definición podemos colegir que, el impuesto ecológico tiene como finalidad de incluir en los precios, los costos ambientales negativos de la producción o el uso de bienes. Lo anterior en un intento de desincentivar el consumo de productos o actividades que dañan el medio ambiente.

Para (Figuroa Neri, 2005), los impuestos ecológicos difieren del resto de las contribuciones, pues incorporan además de un objetivo recaudatorio una finalidad extra-fiscal de protección ambiental, misma que puede clasificarse de acuerdo a dos categorías: incentivos y redistributivos.

Los incentivos buscan cambiar la conducta del contaminador y los redistributivos buscan la obtención de recursos para integrar al gasto público y eventualmente dirigirlo a objetivos ambientales como resarcir el deterioro ambiental

Por otra parte, resulta importante mencionar que, fiscalmente los impuestos ecológicos no deben perseguir meramente un fin recaudatorio, sino que, deben incluir en su base un deber público de protección ambiental, como se establece en la jurisprudencia con número de tesis 2a./J. 53/2020, publicada en Semanario Judicial de la Federación el 23 de octubre de 2020, emitida por la Suprema Corte de Justicia de la Nación:

Impuestos ecológicos o costo eficientes. su diseño de cálculo incluye un deber público de protección ambiental, por lo que sus fines no son meramente recaudatorios.

Hechos: Personas morales promovieron juicio de amparo indirecto contra, entre otros, los artículos 8 a 34 de la Ley de Hacienda del Estado de Zacatecas con motivo de su entrada en vigor, aduciendo que los tributos que se imponen son meramente recaudatorios. Criterio jurídico: La Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación resuelve que los impuestos previstos en las disposiciones reclamadas no buscan exclusivamente mayor recaudación, sino que su diseño de cálculo incluye un deber público de protección ambiental.

Justificación

La base de los impuestos ecológicos se encuentra íntimamente relacionada con la emisión de sustancias, la extracción de materiales o con cualquiera que sea el elemento o circunstancia que genere o sea susceptible de ocasionar un impacto ecológico negativo, lo cual, además de pretender el reconocimiento de los costos originados por las externalidades negativas, busca generar un incentivo para mejorar los procesos productivos contaminantes. Lo anterior, en virtud de que en la medida en que los productores inviertan en el desarrollo de tecnología que reduzca, minimice o incluso elimine los impactos que ocasionan en el medio ambiente, disminuirá también la base del impuesto y, en consecuencia, los propios costos de producción. Por ende, los impuestos ecológicos en estricto sentido son aquellos que incluyen en la configuración de su base el deber público de protección ambiental, velando con ello por el acceso y goce a que tienen derecho todos los ciudadanos (no sólo quienes realicen procesos productivos contaminantes) respecto de los bienes públicos ambientales, lo que se traduce en el acceso a un medio ambiente sano. En consecuencia, tales tributos no tienen fines meramente recaudatorios, porque el impacto positivo en el cuidado del medio ambiente está inserto en el propio diseño de la base y, mientras más eficaz sea el tributo, menos se recaudará, hasta que se llegue a la neutralidad fiscal (que el impuesto no genere mayores cargas económicas porque ya no existan efectos ecológicos negativos externos que gravar o que sean tan reducidos que resulte más gravoso para la administración tributaria respectiva su recaudación).

Segunda sala

Tesis de jurisprudencia 53/2020 (10a.). Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del treinta de septiembre de dos mil veinte.

De lo anterior se desprende una parte muy importante de los impuestos ecológicos, y es que, a diferencia de otros impuestos, la finalidad de éstos no debe ser meramente recaudatoria, sino que, debe perseguir como fin el deber público de protección ambiental.

Realizando una interpretación a contrario sensu, el gobierno de México no debe bajo ninguna circunstancia, de utilizar los impuestos ecológicos como una estrategia recaudatoria. Debiendo establecerlos únicamente con la finalidad de proteger en la mayor medida posible el medio ambiente y buscar reducir el impacto negativo que se genera con la realización de actividades o enajenación de bienes de los son objeto los impuestos correspondientes.

Ahora bien, para continuar con la presente investigación, se proceden a definir los elementos de los impuestos, como sigue:

Elementos de los impuestos que constituyen a los impuestos verdes

Los impuestos tienen elementos necesarios indispensables para su existencia, sin los cuales no puede considerarse como un impuesto y por lo tanto es Estado no estaría en posibilidades de cobrar los importes correspondientes. Es por ello que, al ser de vital importancia, a continuación, analizaremos los referidos elementos:

Sujeto: La persona física o moral, obligadas al pago del impuesto.

Objeto: Uresti (pag. 89) a su vez citando a Flores Zavala (Flores Zavala Ernesto, Elementos de las finanzas públicas mexicanas, editorial Porrúa, SA DE CV, 13ª edición, México, 1993., señala que *“El objeto del impuesto es la situación que la ley señala como hecho generador del crédito fiscal”*.⁸

También podemos definir como objeto del impuesto, al acto o actividad que genera la obligación de pago del impuesto.

Base: Es la cantidad sobre la cual se determinará el impuesto.

Tasa o tarifa: Porcentaje que se aplica para la determinación del impuesto. (puede ser fija a la cual se denomina tasa, o puede ser progresiva a la cual se le denomina tarifa).

Época de pago: Es el plazo o el momento en que debe ser pagado el impuesto correspondiente.

Ahora bien, para continuar con el análisis, se procede a definir las cuotas fijas y tarifas:

La cuota fija es la que se presenta en cantidad determinada y se aplica por cada unidad gravada. (Robledo, 2016).

Las tarifas contienen cuotas en cantidades o porcentajes, y se presentan regularmente en un cuadro donde se establecen e orden ascendente o descendente las distintas bases impositiva (Robledo, 2016).

A su vez, (Maldonado, 2021), establece esencialmente que, en la legislación Mexicana se diferencia entre tarifa, tasa y cuota. La similitud entre tasa y tarifa es que se trata de un parámetro o unidad que debe aplicarse a la base imponible para obtener la cuantía del impuesto a pagar. Cuando esa unidad o parámetro es un porcentaje de la base, se le denomina tasa, y cuando esa unidad es una cantidad fija y determinada, estamos frente a una cuota. por último, cuando esa unidad o parámetro resulta de la combinación entre tasa y cuota, se obtiene una tarifa. En este sentido, del mismo autor libro se desprende lo siguiente:

Tasa	Cuota	Tarifa
Porcentaje de la base que permanece constante a pesar de que la base varíe, de manera que la obligación aumenta en proporción constante al aumentar la base imponible.	Monto fijo determinado para ser aplicado a la base. El monto se indica siempre pesos y centavos	Aumenta al aumentar la base imponible. A aumentos sucesivos e iguales de la base, corresponden aumentos más que proporcionales en la cuantía de la obligación.

Una vez definidos los elementos de los impuestos, así como las definiciones y diferencias entre cuotas, tasas y tarifas, procedo a señalar los elementos del **Impuesto por remediación ambiental en la extracción de materiales** vigente en las Entidades Federativas de Baja California, Zacatecas y Coahuila:

Impuesto por remediación ambiental en la extracción de materiales

	Sujeto	Objeto	Base	Cuota/Tarifa
Baja California	Quienes, con fines de lucro, realicen las actividades señaladas en el capítulo XXIV de la LHEBC.	La extracción y aprovechamiento de Material pétreo que se realice en el Estado.	El volumen mensual determinado en metros cúbicos, de extracción y aprovechamiento de material pétreo.	\$4.78 pesos por metro cúbico extraído que sea aprovechado. (Cuota fija)
	Quienes extraigan del suelo y subsuelo	La extracción del suelo y subsuelo de		Varía dependiendo el

Zacatecas	materiales que constituyan depósitos de igual o semejante naturaleza a los componentes del terreno.	materiales que constituyan depósitos de igual naturaleza a los componentes de los terrenos.	El volumen de metros cúbicos de material extraído.	material extraído, oscilando entre \$11.25 y \$399.67 por metro cúbico extraído. (Cuota variable atendiendo al material extraído).
Coahuila	Quienes dentro del territorio del Estado extraigan, exploten o aprovechen los materiales pétreos y los derivados que se establecen en el artículo 41 de la LHEC.	La extracción, explotación o aprovechamiento - a cielo abierto- de materiales pétreos, así como los productos derivados que se precisan en el capítulo quinto de la LHEC.	El volumen de materiales pétreos o de los derivados, que se extraigan, exploten o aprovechen en territorio del Estado, y que se determinará conforme al volumen extraído.	Varía dependiendo el material extraído, oscilando entre 0.03 UMA y 4.45 UMA. (Cuota variable atendiendo al material extraído).

Resultado de la comparativa de impuestos verdes de los estados de Baja California, Zacatecas y Coahuila.

Realizaremos una comparación de los elementos que configuran a los impuestos verdes en las tres entidades federativas mencionadas, tal como sigue:

- Respecto al **sujeto** del impuesto en comparación: En el Estado de Baja California se establece expresamente que la extracción de materiales objeto del impuesto deberá ser **con fines de lucro**, por lo que respecta a Zacatecas y Coahuila no hacen distinción al respecto.
- Respecto al **objeto** del impuesto en comparación: En el estado de Baja California se establece como objeto la extracción y aprovechamiento de materiales pétreos, al respecto Coahuila amplía el objeto a extracción, explotación o aprovechamiento, es decir, cualquiera de esas tres actividades que se realice independientemente causará el impuesto a diferencia de Baja California que ambas actividades (extracción y aprovechamiento) deberán ser simultáneas para que se cause el impuesto. Por lo que hace a Zacatecas únicamente establece como objeto la extracción del suelo y subsuelo de los materiales, independientemente si existe aprovechamiento o explotación de dichos materiales.
- Respecto a la **base** del impuesto en comparación: En el Estado de Baja California se establece el volumen en metros cúbicos de material extraído y aprovechado mensualmente. En Coahuila se establece de igual forma en metros cúbicos, pero de material extraído, explotado o aprovechado. En Zacatecas no hace distinción, únicamente establece que el volumen en metros cúbicos extraídos.

- Respecto a la **cuota o tarifa** del impuesto en comparación: En el Estado de Baja California se establece una cuota de \$4.78 pesos por metro cúbico extraído, siempre y cuando **sea aprovechado**. Para los Estados de Zacatecas y Coahuila, varía dependiendo e metro cúbico del material extraído, para el primero oscila entre \$11.25 y \$399.67 y para el segundo entre 0.03 UMA y 4.45 UMA.

Al respecto, observamos diferencias notables entre quien se considera sujeto del impuesto en cada entidad federativa, así como en el objeto del impuesto, pues en Baja California el material extraído debe ser aprovechado para ser objeto del impuesto, en Zacatecas puede ser solo extraído, aprovechado o explotado, por último, Coahuila no hace distinción al respecto. Motivos anteriores por los que se encuentran varias diferencias entre el diseño del impuesto en cada Entidad Federativa de las comparadas en el presente trabajo de investigación.

Aunado a lo anterior, es importante resaltar que, tanto el Estado de Baja California como el de Zacatecas establecen expresamente en su Ley de Hacienda respectiva, cuál será el destino de los importes recaudados con motivos de los impuestos ecológicos analizados en el presente trabajo de investigación, sin embargo, por lo que hace al Estado de Coahuila, éste último no establece cuál sería el destino de los recursos recaudados por concepto de impuesto ecológico.

Asimismo, el único Estado que establece estímulos fiscales por la disminución en la contaminación por parte de los sujetos del impuesto ecológico es Zacatecas, por lo que hace a Baja California y Coahuila, ninguno de estos dos establece estímulo fiscal alguno.

Resultados y conclusiones.

Como pudimos observar, en México es reciente la implementación de los impuestos ecológicos por parte de las Entidades Federativas, incluso solo el 35% de los Estados (incluida la CDMX) han implementado impuestos ecológicos. Por lo que falta mucho trabajo por hacer respecto a ese tema, es decir, la implementación de impuestos ecológicos por parte del resto de los Estados.

Asimismo, logramos identificar algunas diferencias en el diseño de cada impuesto ecológico analizado en el presente trabajo de investigación, al existir diferencias en el sujeto, objeto, base, tasa o cuota de los impuestos en comento. Lo anterior en virtud de que cada Estado adecuó la estructura de dichos impuestos de la manera que consideraron más conveniente.

No obstante, lo anterior, es importante señalar que, tratándose del destino de los recursos recaudados con motivo de los impuestos ecológicos en estudio, por lo que respecta a Baja California y Zacatecas, sus leyes de Hacienda Estatales establecen que se utilizarán para 1.- la promoción y desarrollo de programas en favor del medio ambiente y 2.- destinarse a las áreas de mayor afectación ambiental y de rezago económico, respectivamente. Sin embargo, en el caso de Coahuila no se establece expresamente en su Ley de Hacienda, el destino específico que se le daría a los recursos recaudados con motivo de sus impuestos ecológicos.

Tampoco pasa desapercibido, que en el Estado de Zacatecas se establecen estímulos fiscales –los cuales fueron definidos con anterioridad- cuando exista una disminución de los contaminantes objeto de los impuestos y esta sea equivalente a un 20 por ciento o más entre un año fiscal. Por lo que respecta Baja California y Coahuila, en estos Estados no se establece estímulo fiscal alguno para los sujetos del impuesto que reduzcan la contaminación que generan y que es objeto de los impuestos respectivos.

En este sentido, se puede concluir que, en las legislaciones vigentes de Coahuila y de Baja California, no se cumple con una de las características más importantes de los impuestos ecológicos en México, la cual es que el impuesto debe estar diseñado para que cada vez se recaude menos hasta llegar a la **neutralidad fiscal**, lo anterior se lograría al reducir los efectos ecológicos negativos externos. Lo anterior pues del diseño de los impuestos ecológicos en las Entidades federativas en mención, no se desprende la manera en que habrá de reducirse el pago de los impuestos cuando los pagadores de los mismos logren disminuir significativamente la contaminación causante de los impuestos.

Fuentes consultadas

Maldonado, J. M. (2021). Explicación jurídica de los impuestos. Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Robledo, H. U. (2016). Impuestos en México (Cuarta ed.). Taxxx Editores.

SEMARNAT. (s.f.). Innovación, oportunidades y políticas. Obtenido de https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/indicadores_verdes16/indicadores/04_innovacion/4.1.1.html#:~:text=Justificaci%C3%B3n,o%20el%20uso%20de%20bienes

Diferencias, Ventajas y desventajas sobre el IVA en México en su tasa al 0% y su tasa exenta, tanto para el contribuyente como para el SAT

*C.P. Francia Yazmin Castro Pino
Dr. Juan Carlos Martínez Verdugo*

Resumen

El Impuesto al Valor Agregado puede ser un tema bastante sencillo para muchas personas, pero en ciertos casos, puede llegar a resultar un tanto confuso por sus distintas tasas y sus aplicaciones dependen del contexto del que se esté hablando. Para esta investigación, se planteará solamente dos esquemas del IVA, el cual, es sobre su tasa aplicada al 0% y en su forma exenta, específicamente, sobre sus diferencias y sus distintas aplicaciones por lo cual, no son el mismo concepto.

Esta investigación tiene como propósito, plantear y explicar las distintas diferencias que existen sobre estos dos conceptos, ya que, a simple vista, tendrían la misma aplicación, ya que ambos no están generando dicho impuesto. Primeramente, hay que explicar en qué consiste el Impuesto al Valor Agregado, para así, poder ir explicando poco a poco el planteamiento del problema de dicha investigación.

De acuerdo con Juan Paura García, 1998, “Análisis de la exención, su aplicación y efectos en el I.V.A.”, Universidad Autónoma de Nuevo León” dice que, desde un punto de vista económico, el Impuesto al Valor Agregado es el gravamen que corresponde al valor que se genera o agrega en el acto o actividad realizado por una persona en cada etapa de la actividad económica. De las disposiciones de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, este gravamen es el saldo a cargo o a favor del contribuyente que resulta de restar del impuesto recaudado en el ejercicio fiscal, el que le fue trasladado por sus 'proveedores de bienes o prestadores de servicios y el pagado por el propio contribuyente en sus importaciones, en ese mismo ejercicio.

Dicho impuesto, lleva bastante tiempo implementándose en México, ya que como lo explica Elías Torres Sandoval en “Antecedentes a la implementación del estímulo fiscal del Impuesto al Valor Agregado a la Tasa del 8% en la región fronteriza norte”,

Palabras clave: Impuesto, tasa, México, contribuyente.

Problema por tratar

Como se puede demostrar, a lo largo de la historia, este impuesto ha pasado por múltiples fases y tasas, por lo cual, a pesar de que parezca un tema sencillo, pueden surgir bastantes dudas a la hora de ponerlo en práctica.

Todo esto lleva a uno de los propósitos por el cual se realiza esta investigación, la cual su problema es ¿Cuáles son las diferencias que existen entre el Impuesto al Valor Agregado en su tasa 0% y en su forma exenta en México?

Objetivos generales y específicos

Objetivo general

Analizar, explicar y dar a conocer las diferencias que existen sobre el Impuesto al Valor Agregado en México en su tasa al cero por ciento, así como en su forma exenta, además de dar a conocer sus distintas actividades en el que gravan dichas tasas.

Objetivos específicos

- Estudiar y describir el Impuesto al Valor Agregado, tanto su historia, como sus acontecimientos más relevantes.
- Analizar y estudiar las distintas tasas que existen en el Impuesto al Valor Agregado.
- Analizar y estudiar a gran profundidad la Tasa 0% del Impuesto al Valor Agregado, así como también en su forma Exenta.
- Estudiar el origen de ambas tasas para poder así comprender el por qué existen diferencias entre ambas.
- Plantear las diferencias de ambas tasas para poder comprobar y demostrar el objetivo de esta investigación.
- Dar a conocer la razón por la cual existen los distintos tipos de IVA en México.
- Analizar las ventajas y desventajas de cada tasa, tanto del contribuyente, tanto como para Hacienda.
- Evaluar qué tasa es más conveniente para cada sector (contribuyente y Hacienda).

Marco referencial y teórico

Marco normativo

El marco normativo de la aplicación del IVA se contiene en leyes, reglamentos y disposiciones que rigen la aplicación, administración y recaudación de este impuesto. A continuación, se proporciona una descripción general del marco normativo del gravamen en México:

Ley de Ingresos de la Federación. Es la legislación fiscal que establece las disposiciones relativas a la recaudación de ingresos federales para el gobierno. Contiene las estimaciones sobre la cantidad de ingresos que se esperan recaudar a través del IVA para el año fiscal correspondiente. Estas estimaciones son fundamentales para la planificación presupuestaria del gobierno.

Ley del Impuesto al Valor Agregado. Es la ley principal que regula el IVA en México. Define la base imponible, las tasas aplicables, los contribuyentes obligados a pagar el impuesto, las exenciones y los requisitos de facturación, entre otros aspectos.

Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado. Establece las disposiciones complementarias y procedimientos para la aplicación de la LIVA. Detalla aspectos como la forma de determinar la base gravable, la expedición de comprobantes fiscales, las obligaciones de los contribuyentes y las reglas para la retención y entero del impuesto.

Miscelánea Fiscal. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) emite anualmente estas disposiciones, incluyen normas complementarias y actualizaciones relacionadas con el IVA y otros impuestos. Estas disposiciones pueden modificar aspectos específicos de la LIVA y el RLIVA.

Código Fiscal de la Federación. Establece las normas generales de fiscalización y control de los impuestos federales en México. Contiene disposiciones relacionadas con la fiscalización del IVA, los procedimientos para verificar el cumplimiento de obligaciones fiscales y las sanciones en caso de incumplimiento.

Resoluciones circulares. El Servicio de Administración Tributaria (SAT) emite resoluciones y circulares que interpretan y aclaran la aplicación de la LIVA y el RLIVA. Estas resoluciones proporcionan orientación a los contribuyentes sobre cómo cumplir con sus obligaciones fiscales.

Metodología por utilizar

En este trabajo se busca explicar y dar a conocer las distintas diferencias que existen entre la tasa al cero por ciento y la tasa exenta. Además de ello, también se dará a conocer las razones por las cuales existen distintos tipos de IVA en México, así como también la posibles ventajas y desventajas que cada tasa tiene para ambos lados, tanto del contribuyente, como de Hacienda.

La metodología que se abordará en esta investigación es de tipo descriptiva, ya que su objetivo es describir, explicar, comparar y analizar fenómenos o eventos de manera precisa y detallada, la cual, es utilizada para poder comprender y documentar eventos de manera precisa y detallada.

Muy frecuentemente el propósito del investigador es describir situaciones y eventos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986). Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así -y valga la redundancia- describir lo que se investiga.

La información necesaria para esta investigación se recopilará desde la página de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, ya que este organismo es el encargado de publicar anualmente las Leyes correspondientes, que, en este caso, es la Ley al Impuesto al Valor Agregado, el Código Fiscal de la Federación, así como sus respectivos reglamentos.

Por último, una vez recopilada la información necesaria de ambos conceptos, se realizará una comparativa para así, poder cumplir con el objetivo principal de esta investigación y llegar a las respectivas conclusiones de las distintas diferencias que existen entre ambas tasas presentadas y sus posibles beneficios para cada sector.

Resultados obtenidos

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) es un impuesto indirecto que se aplica sobre la base del valor añadido en cada etapa de producción o comercialización de bienes y servicios, hasta la venta final para su consumo. Su objetivo es gravar, en primer lugar, los ingresos obtenidos por el valor que se agrega en las distintas fases de producción y, en segundo lugar, la manifestación de un nivel dado de riqueza o ingreso, a través del consumo o compra de bienes y servicios, por parte de los contribuyentes. Para, de esta forma, financiar parte de las funciones del Estado.

Los contribuyentes de este impuesto son tanto personas físicas como morales que realizan diversas actividades económicas: enajenan bienes, manufacturan, prestan servicios de manera independiente, conceden el uso o goce temporal de bienes a terceros importan bienes y servicios.

En México, existen varias tasas aplicables de IVA que permiten un sistema tributario que busca adaptarse a distintos sectores sociales y económicos y los cuales, sus propósitos son adaptarse a distintos sectores.

Las distintas tasas que existen son las siguientes:

Tasa general del 16%- Esta es la tasa estándar que se aplica a la mayoría de los bienes y servicios que no están contemplados dentro de las tasas reducidas o la tasa cero. Es la tasa más utilizada y gravada en transacciones cotidianas de bienes y servicios en el país.

Tasa del 8% (zona fronteriza). Esta medida tiene como objetivo incentivar la economía y el comercio en las regiones de frontera del país, fomentando la competitividad y atrayendo consumidores de las zonas colindantes de otros países.

Tasa cero. Se aplica a la venta de ciertos bienes y servicios, por lo que, aunque la operación no genera un impuesto a pagar, si implica la obligación de los contribuyentes de presentar la declaración anual. Siendo esta obligación la que permite a los contribuyentes recuperar el IVA pagado por los insumos utilizados en el proceso de producción, transformación o la presentación de servicios.

Bienes y servicios exentos del IVA, siendo aquellos a los cuales no se les aplica una tasa de IVA, refiriendo al producto de los actos a los que aplica la Ley del IVA pero no tienen el derecho de acreditar el impuesto trasladado por las erogaciones identificadas con esos actos.

Conclusiones

Como se pudo demostrar, hoy en día el Impuesto al Valor Agregado es de suma importancia para la recaudación de Ingresos, además de ello, se dio a conocer las distintas tasas que existen en México y como se puede ver, cada tasa se enfoca en un sector distinto.

Además de ello, tanto el gasto exento de IVA como la tasa 0% tienen los mismos efectos en cuanto a números y cálculos, pero lo cierto es que, conceptualmente, no son lo mismo.

La tasa 0% conlleva que una operación no genera un impuesto a pagar, pero sí la obligación de inclusión en la declaración mensual o anual. Por su parte, las exenciones no causan obligación de informar nada.

Dado que la investigación no está terminada no es posible concluir con datos detallados, sin embargo, lo proporcionado es el avance que se tiene a esta fecha.

La Ley Federal de los Derechos del Contribuyente en México ante las exigencias del SAT

*Juan Carlos Ostler López
Fernando David Mendoza Encinas
José Humberto López Caballero
Sergio Félix Enríquez*

Resumen

La Ley Federal de los Derechos del Contribuyente (LFDC) fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en el año 2005. A la fecha se han legislado reformas en materia fiscal, mostrando que la LFDC se encuentra rebasada ante la nueva realidad a los cambios suscitados en materia fiscal en las últimas dos décadas.

Esta investigación se focaliza en trámites de los contribuyentes en su interacción con la plataforma digital del SAT, donde se muestra que su uso violenta los derechos de éstos, debido a las reformas fiscales legisladas con posterioridad a la publicación de la LFDC, y que no están reguladas por la misma.

Cuyo propósito es determinar las irregularidades de la LFDC con base al uso de la plataforma digital del SAT.

Para la investigación se analizaron los trámites que los contribuyentes pueden realizar a través de la plataforma digital del SAT, y con ello evidenciar las necesidades de regulación que la LFDC para proteger los derechos de los contribuyentes.

Como resultado se concluye que la LFDC no se adecúa a las condiciones y necesidades actuales que presentan los contribuyentes en México, derivadas de las reformas fiscales acontecidas con posterioridad a su publicación.

Palabras claves: Obsolescencia de la Ley Federal de los Derechos de los Contribuyentes, Plataforma Digital del SAT, Violaciones a los Derechos del Contribuyentes.

Introducción

Ante la obligatoriedad de todo mexicano el de contribuir al gasto público de manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes y de la latente exigencia del Sistema de Administración Tributaria (SAT) en México, el de coordinar y verificar el cumplimiento correcto y oportuno de las obligaciones fiscales por parte de los contribuyentes, implementa el sistema de plataforma digital con el propósito de elevar la eficacia y eficiencia recaudatoria nacional (Sistema Nacional de Coordinación Fiscal, 2023).

Respondiendo a ello el SAT hace uso de tecnologías de la información para dotar a los contribuyentes de una herramienta que les permitan atender de forma más rápida, económica y sencilla, los diversos trámites y servicios requeridos por éstos ante el SAT.

El uso de esas tecnologías representa ciertas ventajas, en especial para las autoridades fiscales, las cuales han incrementado su eficiencia recaudatoria y el alcance en la fiscalización y control de obligaciones, para el contribuyente, es decir, han redundado en mayores cargas administrativas y costos económicos para poder cumplir con sus obligaciones fiscales.

Los contribuyentes, han tenido que adaptarse al uso de la Plataforma Digital impuesta por la autoridad fiscal, que en muchos de los casos facilitan el cumplimiento de sus obligaciones, pero que también llegan a generar situaciones que afectan el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, o que incluso, impiden el cumplimiento correcto y oportuno de los contribuyentes, violando así las garantías.

En atención a la problemática planteada, existen normas fiscales complejas y evolutivas, correspondiendo a la autoridad como perito en la materia, dotar de los elementos que faciliten a los contribuyentes el cumplimiento de sus obligaciones, tal es el caso de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON) (<https://www.prodecon.gob.mx>).

Objetivos e hipótesis

El objetivo general del presente trabajo es determinar la obsolescencia de la Ley Federal de los Derechos del Contribuyente, derivado de su falta de actualización para contemplar los cambios en materia fiscal, que han acontecido desde su publicación, con base en hechos que violentan los derechos de los contribuyentes, en su interacción con el Servicios de Administración Tributaria al hacer uso de la Plataforma digital.

Antecedentes

La LFDC en vigor, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación del día 23 de junio de 2005. Durante el tiempo transcurrido se han legislado reformas en materia fiscal, entre ellas ha implicado la implementación de nuevas herramientas tecnológicas.

En el ámbito federal, el SAT tiene mayor impacto e interacción con la generalidad de los contribuyentes (Domínguez Lerma y Mariani Ochoa, 2022). Se ha consolidado por ser una de las autoridades fiscales dinámica e innovadora en el desarrollo e implementación de la Plataforma digital con apertura a la realización de trámites para los contribuyentes al cumplimiento de las obligaciones fiscales (SAT, 2015).

Entre las herramientas tecnológicas operantes que el SAT ha implementado en los últimos años, se pueden mencionar el portal trámites y servicios, el uso del CFDI o factura electrónica con sus diversos complementos,

la contabilidad electrónica, el buzón tributario, los certificados de sellos digitales, incluyendo los procesos para su restricción y/o cancelación y las declaraciones electrónicas con información precargada, entre otras.

En el contexto mencionado, las autoridades fiscales, en especial el SAT, ejercen el control de obligaciones fiscales y la fiscalización a los contribuyentes mediante el uso de herramientas tecnológicas sofisticadas, que no son del dominio común de los contribuyentes, generando situaciones que pueden atentar los Derechos de éstos, por lo que se requiere analizar si la legislación respectiva es suficiente para proteger a quienes se ven en ese tipo de situaciones, o en su defecto, si requiere ser reformada o actualizada, con el fin de proteger a los contribuyentes de abusos de parte de la autoridad.

Resulta necesario identificar aquellas situaciones que violentan los derechos de los contribuyentes, en su interacción con el SAT, que involucran el uso de herramientas tecnológicas implementadas por dicha autoridad derivado de reformas fiscales legisladas con posterioridad a la publicación de la Ley Federal de los Derechos del Contribuyente, y que no están contempladas o reguladas por la misma. Con base en ello, se pretende evidenciar dicha Ley resulta obsoleta y, por lo tanto, requiere actualizarse con el fin de cumplir con su objeto de regular los derechos y garantías básicos de los contribuyentes en sus relaciones con las autoridades fiscales.

Entre los problemas generados es la falta de disponibilidad de citas en el portal del SAT, para poder realizar trámites como el de inscripción al RFC y/o para obtener o renovar la Firma Electrónica, dos obligaciones básicas de los contribuyentes, que resulta fundamental señalar, a la fecha no permite realizar estos dos trámites fiscales sin previa cita, y no contempla un mecanismo alternativo para su pago, lo cual somete a los contribuyentes a consultar continuamente el portal en busca de una cita próxima, o a “formarse en la fila virtual” para espera se le asigne una cita.

Dichos cambios tecnológicos han redundado hacia el contribuyente en complejidad e incremento en el costo para poder cumplir sus obligaciones fiscales.

Entre los mecanismos que denotan estas características están los procedimientos de restricción y cancelación de sellos digitales, en los cuales el contribuyente se ve impedido para expedir comprobantes fiscales en cualquiera de sus modalidades, afectando su operación y por ende su economía.

La cancelación del certificado de sello digital es una de las sanciones más temidas por los contribuyentes, ya que tiene como consecuencia la imposibilidad de emitir facturas electrónicas, que son indispensables para comercializar productos y servicios. (Reyes, 2022)

Puede decirse, que los supuestos para la restricción temporal del certificado de sello digital son cuantiosos y muy complejos, aunado a que dicha figura ha sido implementada excesivamente por la

autoridad fiscal como una “sanción para el contribuyente”, pues las principales consecuencias involucradas en la Cancelación del Certificado de Sello Digital, se ven reflejados en la operatividad comercial, laboral y fiscal del contribuyente, generando falta de liquidez por pagos de clientes, retrasos en el pago de proveedores, salarios de trabajadores, entre otros, impidiendo con ello la actividad normal del contribuyente afectado. (Orozco, 2022)

Esta herramienta puede llegar a generar situaciones de abuso cuando derivado precisamente de la complejidad en su cumplimiento, el contribuyente se ubique en alguno de los más de 200 supuestos que contempla y se vea en la incapacidad técnica de solventar la o las irregularidades dentro del plazo otorgado por la autoridad, como sucede cuando la autoridad fiscal dentro de un proceso de vigilancia profunda o derivado de una carta invitación, le señala al contribuyente diferencias entre la información que según el SAT se plasmó en los CFDI, y las cifras enteradas por el contribuyentes en sus declaraciones, sin que la autoridad le de los elementos suficientes para aclarar tales diferencias, como pudiera ser el detalle de los CFDI considerados, la fecha de corte de la información, etc.

Asimismo, la Opinión del Cumplimiento de Obligaciones Fiscales se ha sumado a los requisitos para la realización de cualquier trámite fiscal, obtener alguna autorización en materia de impuestos internos, comercio exterior, el otorgamiento de subsidios y estímulos; al igual que para la adjudicación de contratos del gobierno federal. (Ortega de la Torre, 2019).

En la actualidad es común solicitar la opinión del cumplimiento fiscal de algún proveedor para tener certeza de que el contribuyente con el que se tiene una relación comercial no se encuentre en algún supuesto de incumplimiento que pudiera poner en riesgo la operación del mismo por falta de información. (TLC Asociados SC, 2020).

Son algunas las situaciones que impactan a los contribuyentes, que pueden dar lugar a una violación de sus derechos en su interacción con el SAT, y que por ello resaltan la necesidad de investigar si la actual LFDC se encuentra rebasada ante la nueva realidad que han originado todos estos cambios que se han suscitado en los últimos años en la materia fiscal, caracterizados principalmente por el uso de herramientas tecnológicas sofisticadas, y con ello, evidenciar de que dicha Ley resulta obsoleta.

Derivado de las diversas reformas legales en materia fiscal, y de la implementación de una sofisticada plataforma electrónica, el SAT ha logrado establecer mecanismos que eficientizan su labor fiscalizadora y también de recaudación, como se muestra en el informe tributario y de gestión del cuarto trimestre del ejercicio 2022 emitido por el SAT, en el cual se puede observar que en dicho trimestre se recuperaron 128.8

pesos por cada peso invertido por la autoridad en fiscalización, lo cual representó un incremento del 92.3% con relación al mismo trimestre del ejercicio 2018 (SAT, 2023).

Entre cinco mecanismos que la autoridad ha implementado, por mencionar algunos por su relevancia son: Comprobante Fiscal Digital por Internet (CFDI), Sistema de Declaraciones y Pagos, Restricción y/o cancelación de sellos digitales, Reporte de Opinión de Cumplimiento de Obligaciones Fiscales y Portal de Trámites y Servicios.

Ninguno de estos mecanismos está contemplado en la Ley Federal de los Derecho del Contribuyente y su aplicación vulnera los derechos de los contribuyentes.

El uso de la Plataforma digital del SAT se hizo obligatorio para todo tipo de contribuyentes, sin considerar su capacidad económica y/o administrativa, generando en algunos sectores costos adicionales

En la práctica, los contribuyentes enfrentan errores de sistemas lo que no les es posible generar su opinión de cumplimiento positiva, obstaculizando su operación e incluso la viabilidad económica. Ante esta situación se requiere que la Ley Federal de Derechos del Contribuyente contemple una regulación al respecto para proteger a los contribuyentes de abusos de este tipo, ya que la autoridad no debe obstaculizar la operación de los contribuyentes, sino en todo caso recurrir a otro medios coacción para obligar al contribuyente a cumplir con sus obligaciones.

Por otra parte, existen también situaciones que deben revisarse dentro de las facultades otorgadas a la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, con el fin de verificar el alcance de las mismas, y en su caso proponer reformas o adiciones que permitan dotar a dicha autoridad de los recursos y facultades suficientes para que pueda cumplir con su objetivo de garantizar el respeto a los derechos de los contribuyentes.

Metodología

Se utilizó el método de investigación tipo exploratorio y correlacional con enfoque cualitativo de investigación, para la comprensión, amplitud e interpretar al tema utilizando datos narrativos y planteamientos abiertos que focalizados en esta investigación. Confrontando situaciones identificadas como violaciones a los derechos del contribuyente, con base en la propia Ley de los Derechos del Contribuyente, y otras disposiciones legales que aluden a los derechos de los contribuyentes, tales como la Constitución Política, el Código Fiscal de la Federación y la Ley Orgánica de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, con el fin de contextualizar de mejor manera la

posible obsolescencia de la primera. Se accedió a consulta literaria para conocer el fenómeno de estudio, correlacionar las variables y explicar el problema a investigar (Cazau, 2006).

Resultados

Se enlistaron las reformas fiscales de mayor afectación a la generalidad de los contribuyentes, en su interacción con el SAT legisladas con posterioridad a la publicación de la LFDC y caracterizadas por el uso de herramientas tecnológicas, siendo éstas las siguientes:

- Portal de Trámites y Servicios (servicios digitales a través del portal del SAT).
- Comprobantes Fiscales Digitales por Internet (CFDI)
- Declaraciones electrónicas
- Restricción y/o cancelación de sellos digitales
- Emisión automatizada de la constancia de cumplimiento de obligaciones fiscales.

Se pudo constatar que si bien, algunas causas para aplicar dicha medida por parte de la autoridad fiscal, son muy entendibles y justificadas, por otra parte, se pueden generar más de 200 casos de incumplimiento, y algunos de ellos pudieran derivar en abusos por parte de la autoridad fiscal, como son los siguientes:

- Cuando el ingreso declarado, el valor de las actividades declaradas e impuestos retenidos en las declaraciones no corresponden al importe señalado en los CFDI.
- Cuando el contribuyente incurra en Los supuestos previstos en los artículos 79, 81 y 83 del CFF.
- Cuando se trate de una persona moral que tiene un socio que cuenta con control efectivo y se encuentre en las listas de [EDOS](#).

Conclusiones

El objetivo general de la investigación fue determinar la obsolescencia de la Ley Federal de los Derechos del Contribuyente, derivado de su falta de actualización o modificación para contemplar los cambios en materia fiscal, que han acontecido desde su publicación en el año 2005.

En el análisis realizado, se identificaron diversas situaciones que violentan los derechos de los contribuyentes en México, derivadas de reformas fiscales que involucran el uso de herramientas tecnológicas implementadas por el SAT, legisladas con posterioridad a la fecha de publicación de la Ley Federal de los Derechos del Contribuyente.

De la confronta de la información se determinó que la Ley Federal de los Derechos del Contribuyente, no contempla algún tipo de regulación específica que garantice la protección de los derechos de los contribuyentes en las situaciones analizadas, toda omisión del contribuyente repercute en perjuicio de forma indebida.

Con base en lo anterior, se concluye que, en efecto, la LFDC resulta obsoleta, ya que no se ajusta a las condiciones y necesidades actuales que presentan los contribuyentes en México, derivadas de las reformas fiscales acontecidas con posterioridad a su publicación en el Diario Oficial de la Federación el 23 de junio de 2005.

El resultado de la presente investigación permitió evidenciar que existen situaciones que transgreden los derechos de los contribuyentes en México y que la LFDC no contempla de manera específica, tornándola obsoleta, o lo que podría ser peor, en riesgo de incumplir con su objeto en perjuicio de los contribuyentes.

Referencias consultadas

Cámara de Diputados, 2003. Gaceta Parlamentaria de la, del 4 de diciembre de 2003. Ley Federal de los Derechos del Contribuyente, Exposición de motivos. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <http://gaceta.diputados.gob.mx/Gaceta/59/2003/dic/20031204.html>.

Cazau, Pablo. 2006. Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales. Tercera Edición. Buenos Aires, marzo 2006. Módulo 404 Red de Psicología online. Fecha de consulta: 27 de julio de 2023. Recuperada de: www.galeon.com/pcazau

Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos, 2023. Última reforma publicada en el DOF del día 08 de mayo 2023. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>

Consultorio Fiscal UNAM, 2023. Fecha de consulta: 23 de septiembre de 2023. Recuperada de: https://consultoriorfiscal.unam.mx/articulo.php?id_articulo=2199

Cueto Ernesto, 2023. Artículo Todo lo que tienes que hacer si no avanza la fila virtual SAT en el 2023. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.soynobe.com/blog/no-avanza-fila-virtual-sat-2023/>

Diccionario Lengua Española, 2023. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <http://dle.rae.es>.

Domínguez Lerma y Mariani Ochoa, 2022, el SAT y su impacto fiscal en México. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://revistahorizontes.uv.mx/index.php/horizont/article/viewFile/58/102>

Fernández Sergio, 2022. Artículo SAT ¿alternativa ante la falta de citas?. Fecha de Consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperado de: <https://loftonsc.com/blog/consultorias/oficina-virtual-del-sat-alternativa-ante-la-falta-de-citas/>

Hernández-Sampieri, Mendoza, 2018. Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill Interamericana Editores. 2018.

Ley Federal de los Derechos del Contribuyente, 2005. Publicación en el Diario Oficial de la Federación del día 23 de junio de 2005. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFDC.pdf>

Ley Orgánica de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente. Última reforma de fecha 11 de mayo de 2022. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LOPDC.pdf>

[Munizuri](#) Manuel, 2013. La historia de la Factura Electrónica en México Dic 19, 2013. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://realvirtual.com.mx/la-historia-de-la-factura-electronica-en-mexico/>

Olivera Reyes Gabriela, 2015. Tesis sobre el Procedimiento de Queja ante la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, como mecanismo alternativo de solución de controversias en materia fiscal federal para la protección de los derechos fundamentales de los contribuyentes. Universidad Autónoma de México, 2015.

Orozco León Dulce M. 2022, Estratego Asesores. Revista no. 10. septiembre 2022, página 43. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <http://www.stratego-st.com/wp-content/uploads/2022/08/Stratosfera-Julio-2022-v2.pdf>

Ortega de la Torre Héctor, 2019. La opinión de cumplimiento de obligaciones fiscales. Cámara de Comercio de la Ciudad de México. Publicación Electrónica. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://ccmexico.com.mx/blog/la-opinion-del-cumplimiento-de-obligaciones-fiscales>

Plascencia Rodríguez, José Francisco (2021). Análisis y comentarios a la Ley Federal de los Derechos del Contribuyente. Editorial Themis. primera edición agosto 2021. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://books.google.com.mx/books>.

Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON). 2014. Los Derechos de los Contribuyentes y su defensa, segunda edición, Manual emitido por PRODECON en 2014. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperado en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/64666/Libro_5_Manual_del_docente.pdf

Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON), 2016. Carta de los Derechos de los Contribuyentes. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.gob.mx/prodecon/documentos/carta-de-los-derechos-del-contribuyente>

Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON), 2020, LFDC comentada, Cuadernillo Institucional publicado por la PRODECON en septiembre 2020. Recuperado de: <https://www.prodecon.gob.mx/gobmx/biblioteca/>

Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON), 2023 Cuadernillo Todo lo que el Contribuyente debe saber. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/64513/Lo_que_Todo_Contribuyente_debe_de_saber.pdf

Rentería Nolasco Santiago, 2023. Artículo aumento la baja disponibilidad para conseguir cita en el SAT. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Aumento-la-baja-disponibilidad-para-conseguir-cita-en-el-SAT-20230410-0085.html>

Rentería Nolasco Santiago, 2023. El Economista, publicación electrónica de fecha 23 de febrero de 2023, artículo Plantearán reforma de fondo a la Ley Federal de los Derechos del Contribuyente, Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Plantearan-reforma-de-fondo-a-la-Ley-Federal-de-Derechos-del-Contribuyente-20230223-0079.html>

Reyes Fernando, 2022. El Financiero, publicación electrónica del día 11 de febrero de 2022, Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.elfinanciero.com.mx/monterrey/2022/02/11/fernando-reyes-novedades-sobre-la-cancelacion-de-certificados-de-sellos-digitales/>

Senado de la República Gaceta del Martes 17 de noviembre de 2009 / Documento: LXI/1PPO-51-758/23042, Recuperado de: https://www.senado.gob.mx/65/gaceta_del_senado/documento/23042

SAT (SAT), 2014. Documentos oficiales denominados "Servicio de Declaraciones y Pagos." (SAT 2014). Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. encontrado en las siguientes direcciones electrónicas: http://omawww.sat.gob.mx/fichas_tematicas/pago_referenciado/Documents/PyR_DyPpm2013.pdf
http://omawww.sat.gob.mx/fichas_tematicas/pago_referenciado/Documents/DyP2014.pdf

SAT (SAT), 2015. La Nueva Administración Tributaria en México. El ADN Digital, eje de transformación de los servicios tributarios. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://imcp.org.mx/wp-content/uploads/2015/08/ANEXO-NOTICIAS-FISCALES-270.pdf>

SAT (SAT), 2022. Comunicado el SAT informa sobre las citas. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: <https://www.gob.mx/sat/prensa/el-sat-informa-sobre-las-citas-para-atencion-a-contribuyentes-052-2022?idiom=es>

SAT (SAT) 2023. Informe tributario y de gestión del cuarto trimestre del ejercicio 2022. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023. Recuperada de: http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Documents/ITG_2022_4T.pdf

Sistema Nacional de Coordinación Fiscal, 2023. Página electrónica. Antecedentes y Objetivos. Fecha de consulta: 20 de mayo de 2015. Recuperada de: https://www.sncf.gob.mx/#id_objetivos

TLC Asociados SC, 2020. Artículo ¿Por qué es importante la opinión de cumplimiento fiscal? Publicación Electrónica recuperado de: <https://www.tlcasociados.com.mx/por-que-es-importante-la-opinion-del-cumplimiento-fiscal>

Tributación de las niñas, niños y adolescentes (NNA) ante el Registro Federal de Contribuyentes

*Francisco Xavier Limón Molina
María del Carmen Morales Tostado*

Resumen

La presente ponencia realizó un análisis sobre la situación actual que enfrentan las niñas, niños y adolescentes, en lo subsecuente NNA por sus siglas, en su carácter de contribuyentes ante el Fisco Federal. Si bien las NNA deben ser tratados de igual forma que un adulto, el estado velando por el interés superior del menor, tiene la obligación constitucional de proteger a los mismos por los actos que sus padres ejerzan en su nombre ante las autoridades fiscales.

Mediante esta ponencia se identificaron los trámites fiscales en que los padres, tutores y representantes de las NNA podían realizar en nombre de ellos para después corroborar si la legislación fiscal vigente contenía disposiciones que efectivamente protegieran el interés superior de las NNA en su faceta como contribuyentes.

A partir de la presentación de una solicitud de acceso o a la información pública al fisco federal, se constató que ante ese sujeto obligado efectivamente existen menores que cuentan con créditos fiscales que fueron determinados en su contra por actos de sus padres.

Finalmente, y a partir de las respuestas a las preguntas de investigación, así como a las conclusiones a las que se arribó quedó demostrado que las NNA en la materia fiscal no cuentan con mecanismos que salvaguarden su interés superior como contribuyentes, ISN en lo subsecuente.

Planteamiento del problema

De acuerdo con la obra del año 2015 denominada interés superior del menor. Su alcance y función normativa aplicable en materia de patria potestad, reconocimiento de paternidad y guarda y custodia, cuya investigación y redacción estuvo a cargo de la Coordinación de Compilación y Sistematización de Tesis de la Suprema Corte de Justicia de la Nación y el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México; la reforma a la Constitución Federal en materia de derechos humanos que fuera publicada en el Diario Oficial de la Federación del día 10 de junio de 2011, vino a establecer que las disposiciones en esta materia debían interpretarse de acuerdo con esa misma Norma Fundamental junto con los tratados internacionales de los que México fuera parte, de tal forma que se favoreciera ampliamente a la persona, conociéndose este dogma como el principio pro persona (Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2015).

Así y bajo ese paradigma, observamos que el primer tratado internacional que reconoció y previó diversos derechos en materia de menores fue la Convención sobre los Derechos del Niño, pacto que fuera aprobado por el Senado de la República el 31 de julio de 1990 y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 25 de

enero de 1991; cadena de sucesos que trajo como consecuencia que el artículo 4 de nuestra Carta Magna sufriera cambios los días 7 de abril de 2000 y de 12 de octubre de 2011, reformas conforme a las cuales se estableció el deber del Estado de hacer cumplir y velar por el interés superior del menor, garantizando así el pleno ejercicio de los derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes de México.

Entre los diversos derechos con que los menores cuentan, se encuentran los relativos contar con una familia, gozar de un nombre, tener una identidad, nacionalidad y filiación, mismos que a su vez generan otras figuras jurídicas o prerrogativas en torno a éstos como lo son la patria potestad, el reconocimiento de paternidad, la guarda y custodia, alimentos y derechos económicos, entre otros.

No obstante, y pese a que hoy en día los derechos de los menores se deben ver y proteger bajo este nuevo paradigma del interés superior de éstos, aún existen aspectos poco explorados como lo son los relativos al trabajo infantil y los tributarios que son inherentes a cualquier actividad económica. Así y partir de estos aspectos de naturaleza impositiva es de donde precisamente surge la problemática que se plantea.

Al respecto y si bien a hoy fecha los órganos jurisdiccionales han venido aplicando el referido principio pro persona en sus fallos y resoluciones beneficiando a los menores con la interpretación que más beneficie al mismo cuando ante dichos tribunales se presenten casos de normas jurídicas que se encuentran en algún conflicto de interpretación; las autoridades fiscales y administrativas no han hecho lo propio, ya que la mayoría de las veces éstas no velan por las NNA cuando ante ellas se presentan situaciones en las que sus derechos se encuentran en riesgo, bastando como ejemplo el caso de su inscripción ante el Registro Federal de Contribuyentes.

Actualmente el anexo 1-A de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2021, el cual fuera publicado en el Diario Oficial de la Federación del día el 29 de diciembre de 2020, incluye la ficha o trámite denominado 39/CFF Solicitud de inscripción en el RFC de personas físicas, mismo que en su cuerpo enumera los requisitos que deben llenarse a efecto de que las personas físicas puedan obtener su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes y así recibir los documentos que comprueban el registro con motivo de dicha solicitud.

Al respecto, es menester exponer en primer término que dicho trámite flagrantemente vulnera los derechos del menor al no exigir el mismo la presentación de la manifestación de la voluntad del menor con respecto a la relación del mismo frente a sus padres, tutores o quienes ejerzan su patria potestad, así como la incorporación del compromiso que asuma el solicitante de respetar a favor del mismo menor los derechos que la Constitución, los convenios internacionales y las leyes federales y locales reconozcan a favor de la niñez, ello en términos de lo establecido por el artículo 175 Bis de la Ley Federal del Trabajo.

Por otra parte, también debe de darse énfasis al hecho de que si bien las NNA son personas físicas con *capitis diminutio*, los mismos pueden llegar a ser sujetos de derechos y de beneficios económicos, por lo que la referida ficha permite en consecuencia su inscripción ante el referido padrón de contribuyentes; no obstante, la legislación fiscal actual no ve o protege el interés superior de éstos con respecto al mal manejo de sus obligaciones fiscales por parte de las personas que ejercen su representación originaria mediante las figuras de la patria potestad, tutela o representación.

Así, el actual marco fiscal permite que los padres, tutores o representantes utilicen a los menores como interpósitas personas a efecto de realizar operaciones bajo cuestionables planeaciones fiscales o bien que éstas caigan incluso en supuestos de esquemas, operaciones que al ser fiscalizadas por las autoridades fiscales mediante el ejercicio de sus facultades de comprobación podrían traer como consecuencia la generación de créditos fiscales por parte del Servicio de Administración Tributaria, el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores o bien por el Instituto Mexicano del Seguro Social, créditos que a su vez son reportados por dichas autoridades fiscales ante las Sociedades de Información Crediticia, afectándose así el historial crediticio del menor así como su situación jurídica ante las diferentes autoridades fiscales.

Al respecto, se puede precisar que en el Estado de Sonora actualmente no se cuenta con mecanismos que protejan el interés superior de las NNA en materia tributaria, por los actos de sus padres, tutores o representantes ejercen en su representación originaria, de ello que la presente investigación tenga por objeto el proponer la creación de mecanismos preventivos o protocolos que efectivamente tutelén los derechos y obligaciones tributarios de éstos y así las autoridades fiscales y administrativas los protejan respecto de los actos que sus padres pudieran ejercer en su beneficio

Objetivos

Sobre los anteriores antecedentes se fijaron los siguientes objetivos:

1. Identificar cuáles son los trámites fiscales que los padres, tutores o representantes las niñas, niños y adolescentes pueden realizar en nombre de ellos.
2. Corroborar si la legislación fiscal vigente contiene disposiciones que efectivamente protejan el interés superior de las niñas, niños y adolescentes como contribuyentes.
3. Formular una propuesta de reforma integral a la legislación fiscal actual a efecto de que tanto las autoridades fiscales como la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, PRODECON en lo subsecuente, en ejercicio de su representación coadyuvante, salvaguarden en forma destacada el interés superior de las niñas, niños y adolescentes.

Metodología

Enfoque de investigación mixto

Dado que el enfoque de investigación mixto resulta ser el más factible para lograr una mejor comprensión de los conceptos y problemas investigados por las ciencias sociales, se determinó elegir este método de investigación por encima de los otros.

Así mismo y dado que también este tipo de enfoque combina los datos cuantitativos con los cualitativos y los integra en diseños específicos que pueden contener supuestos filosóficos y estructuras teóricas, es que este tipo de enfoque resultó ser el que mejor se adaptó a mi investigación.

Resultados

A partir del planteamiento de las preguntas de investigación, se llegó a los siguientes resultados en los subsecuentes rubros:

Trámites fiscales que pueden realizar los padres, tutores o representantes las niñas, niños y adolescentes en materia fiscal

Código Fiscal de la Federación y su Reglamento

A pesar de que el Código Fiscal de la Federación fue creado con el objetivo primordial de regular el cumplimiento de las obligaciones fiscales en torno al pago de las diferentes contribuciones federales, es decir que éste se encarga de las cuestiones relativas al cómo y dónde se deben pagar los impuestos, dejando las cuestiones sobre el qué, cuándo y quiénes a las leyes sustantivas, se concluye que el mismo no hace una especial distinción sobre qué tipo de trámites los menores de edad pueden realizar ante el registro federal de contribuyentes por conducto de sus padres, por lo que en consecuencia se deduce que dicha codificación da en principio un trato indiferenciado tanto a menores como mayores de edad como contribuyentes, lo que como se ha venido señalado no es algo propiamente malo o incorrecto, ya que el principio de equidad tributaria precisamente radica en que todos los contribuyentes de un mismo impuesto, en este caso tanto mayores como menores de edad, deben guardar una situación de igualdad frente a la norma jurídica que lo establece y regula; no obstante, tal máxima no justifica que las autoridades fiscales se encuentran excluidas en velar por el ISN.

Tal conclusión se robustece a partir del hecho de que al buscar las palabras menor de edad, niña, niño y adolescente dentro del cuerpo de referido Código Fiscal de la Federación, se encuentran cero resultados en relación con dichos vocablos.

Por su parte, el reglamento del citado código fiscal federal tiene como finalidad proveer en la esfera administrativa la exacta observancia de las leyes tributarias que el Congreso de la Unión haya expedido, es decir

ver por el cómo, cuándo y hasta el dónde los contribuyentes deberán cumplir con su obligación primordial que es pagar sus impuestos; no obstante, este reglamento es igualmente omiso en velar por el ISN ya que éste es consistente con el código que el misma regula al excluir también los términos menor de edad, niña, niño y adolescente, circunstancia que de nuevo permite concluir que las autoridades fiscales no velan destacadamente por el ISN ya que tanto la referida codificación y su reglamento no dan un trato diferenciado a las NNA en su carácter de contribuyentes en materia de trámites fiscales.

Resolución miscelánea fiscal

Tal y como se abordara en el sentido de que si bien la Ley Federal de Trabajo por un lado prohíbe el trabajo infantil y por el otro permite el mismo bajo ciertos parámetros y directrices, regulando incluso que los menores sean susceptibles de recibir una contraprestación por las actividades que estos mismos realicen, la cual nunca podrá ser menor a las que por concepto de salario recibiría un mayor de quince y menor de dieciocho años; la Resolución Miscelánea Fiscal para el ejercicio fiscal 2023, apenas cita el vocablo menores de edad seis veces, tal expresión solo se utiliza particularmente en las reglas 2.4.4., 2.4.11. y 2.5.21., que respectivamente corresponden a los apartados denominados Inscripción en el RFC de personas físicas menores de edad en el régimen de salarios, Inscripción en el RFC y Personas relevadas de presentar aviso de suspensión o disminución de obligaciones.

Por otro lado, el Anexo 1-A de la Resolución Miscelánea Fiscal, incluye la ficha o trámite denominado 39/CFF Solicitud de inscripción en el RFC de personas físicas, la cual de acuerdo a su nomenclatura norma el trámite Solicitud de inscripción ante el RFC de personas físicas, permitiendo la inscripción de menores de edad.

Por su parte, la similar 105/CFF que se denomina Solicitud de generación del Certificado de e.firma para personas físicas del mismo Anexo 1-A de esta misma Resolución Miscelánea Fiscal, dispone que la persona física que ejerza la patria potestad o tutela de algún menor de edad podrá obtener la firma electrónica de éste menor previo cumplimiento de los requisitos previstos en dicha disposición, debiendo observarse lo establecido por el artículo 17-J del Código Fiscal de la Federación, de ello que concluyamos que un menor de edad puede prácticamente tributar bajo cualquier régimen fiscal por conducto de sus padres, tutores o representantes.

Al respecto y si bien en términos de lo dispuesto por el artículo 26 del Código Fiscal de la Federación, fracciones VI y X, y último párrafo, los padres, tutores o representantes son fiscalmente responsables por sus hijos por el mal manejo de su identidad tributaria, no se debe dejar de ver que el menor de edad seguiría siendo ante el fisco federal el responsable directo por las contribuciones causadas por el mismo, mientras que su padre, madre o tutor solo serían responsables por las multas que derivaran del incumplimiento de obligaciones fiscales, de esto que sea imperante una reforma que proteja el ISN respecto a este tipo de escenarios.

De todo lo anterior que se concluya que el Código Fiscal de la Federación en unión con la Resolución Miscelánea Fiscal, permiten la inscripción de NNA como contribuyentes sin distinción alguna, lo que a la luz del principio de equidad tributaria sería correcto; no obstante y tal como se insiste, no se debe confundir la premisa de tratar igual a los iguales con la ausencia de medidas que protejan a las NNA frente a los actos de sus padres, tutores y representantes en su faceta de contribuyentes, circunstancia por la cual tanto las autoridades fiscales como la Procuraduría de Defensa al Contribuyente debieran salvaguardar el interés superior del menor con la creación de medidas protectoras engranadas en la legislación fiscal así como la implementación de protocolos de actuación que involucren NNA.

Al respecto y en relación con esta conclusión, se adminiculó una diversa solicitud de acceso a la información pública gubernamental, la cual se presentó por medio del Portal Nacional de Transparencia, procediéndose al análisis de las respuestas que el mismo Servicio de Administración Tributaria rindió a siete preguntas concretas que el autor formuló al referido órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en marzo de 2023.

Al respecto y si bien el sujeto obligado evadió dar puntual respuesta a cada una de las anteriores interrogantes bajo argumentos técnicos en el manejo de información y referencia a padrones de contribuyentes que supuestamente ya se encontraban disponibles en el portal del SAT, mismos que en ningún momento permitieron segregar o filtrar a contribuyentes menores de edad, hecho que nuestro juicio constituye una confesión expresa; tenemos que el sujeto obligado sí respondió otra de las preguntas orientando al solicitante en el sentido de que conforme a lo previsto por el artículo 23 del Código Civil Federal de aplicación supletoria en materia fiscal y en términos del artículo 5 del Código Fiscal de la Federación, los menores de edad, efectivamente podían ejercer sus derechos o contraer obligaciones por medio de sus representantes.

Aunado a lo anterior, el SAT como sujeto obligado, informó que el artículo 19 del Código Fiscal de la Federación, previa que la representación de las personas físicas o morales ante las autoridades fiscales debía realizarse mediante escritura pública o bien mediante carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas del otorgante y testigos ante las autoridades fiscales, precisando que en el caso particular, conforme lo dispuesto por la ficha de trámite 105/CFF Solicitud de generación del Certificado de e.firma para personas físicas del Anexo 1-A de la Resolución Miscelánea Fiscal vigente, la persona física que ejerciese la patria potestad o tutela de algún menor de edad podría obtener la firma electrónica previo cumplimiento de los requisitos previstos en tal disposición, debiendo a su vez observar lo establecido por el artículo 17-J del Código Fiscal de la Federación; de todo esto que se concluya que, el Servicio de Administración Tributaria, de un trato de adultos a las NNA, esto aún y cuando la referida autoridad fiscal debiera salvaguardar el interés superior de los menores con al menos la creación de protocolos de protección a NNA en su Resolución Miscelánea Fiscal.

Disposiciones fiscales que protegen el interés superior de las niñas, niños y adolescentes como contribuyentes

En reparo de los resultados obtenidos en el punto 7.1. inmediato anterior, se concluye que en la actualidad no existen disposiciones o artículos dentro de la legislación fiscal que protejan en forma dedicada el interés superior de las niñas, niños y adolescentes como contribuyentes, de ello que dicha legislación tributaria otorgue un trato indiferenciado a los contribuyentes menores de edad frente al de sus pares mayores de edad.

Al respecto, se administró una entrevista practicada al entonces Presidente del Colegio de Notarios de Sonora, audiencia que resultó ser muy rica en cuanto a experiencias, ello debido a que el Presidente del Colegio de Notarios de Sonora confirmó que es muy común que padres de NNA inscriban a los mismos ante el Registro Federal de Contribuyentes con la finalidad de que éstos participen dentro de esquemas o estrategias de planeación fiscal, participando incluso como accionistas en sociedades mercantiles y de producción rural.

Al respecto, es debido precisar que si bien y tal como el trabajo de investigación concluye, tal coyuntura es perfectamente legal debido a que la legislación tributaria así lo permite, postura con la que primordialmente coincidimos debido a que un menor debe y puede ser sujeto de derechos económicos; tales estrategias en principio legales pueden a su vez poner en riesgo el patrimonio e identidad tributaria de las NNA, escenario adverso que eventualmente podría acarrear la imposición de multas y determinación de créditos fiscales en su contra, esto como consecuencia directa del indebido y negligente manejo de sus sellos digitales o bien del incorrecto registro contable de sus actividades.

Esta entrevista de alguna forma acrecentó el interés en la selección de este tema de tributación de menores ante el Registro Federal de Contribuyentes como línea de investigación para el presente trabajo, mismo que a su vez sirvió de base para la formulación de las preguntas de la solicitud de acceso a la información pública gubernamental que también se analizó en el presente capítulo.

Marco normativo específico que regula la representación coadyuvante de niñas, niños y adolescentes por parte de la procuraduría de la defensa del contribuyente ante las autoridades fiscales

En unión con los anteriores resultados, así como del análisis practicado tanto a la Ley Orgánica de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, así como a su Estatuto Orgánico, se concluye que actualmente no existe un marco normativo específico que regule la representación coadyuvante de niñas, niños y adolescentes por parte de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente ante las autoridades fiscales.

Al respecto, el artículo 1 del referido Estatuto Orgánico de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente que fuera publicado en el Diario Oficial de la Federación del día Viernes 24 de julio de 2020, dispone que dicho estatuto tiene por objeto establecer las bases de organización, así como la estructura y facultades de las

unidades administrativas de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, siendo el objeto mismo de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, el garantizar el derecho de los contribuyentes a recibir justicia en materia fiscal en el orden federal, mediante los servicios de orientación y asesoría, consulta, representación y defensa Legal, recepción de quejas y reclamaciones por actos u omisiones de las autoridades fiscales y la emisión de recomendaciones; así como la tramitación de acuerdos conclusivos y la investigación y propuesta de solución a problemas sistémicos, todo lo anterior en términos de lo dispuesto por la Ley Orgánica de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, el mismo Estatuto Orgánico, los Lineamientos que regulan el ejercicio de las atribuciones sustantivas de dicha Procuraduría de la Defensa del Contribuyente así como las demás disposiciones aplicables; sin embargo, vemos con preocupación que ninguno de los cuerpos legales referidos regulen o bien contemplen en su estructura orgánica la representación destacada y coadyuvante de niñas, niños y adolescentes por parte de dicha PRODECON.

Propuesta

De acuerdo con los hallazgos de la investigación y a efecto de corregir la inequidad con que la legislación tributaria actual trata a las NNA, esto a razón de equipararlos como adultos para efectos tributarios en vez de proteger a los mismos bajo el principio constitucional del interés superior del menor, se formuló una propuesta de DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Derechos de los Contribuyentes y del Código Fiscal de la Federación, propuesta que incluso contempla modificaciones de carácter organizacional a la PRODECON.

Conclusiones y recomendaciones

A partir de la investigación realizada, se concluyó que, en materia fiscal, las niñas, niños y adolescentes no cuentan con mecanismos que salvaguarden su interés superior como contribuyentes, ello debido a que en principio existen trámites fiscales en los que los padres, tutores o representantes de éstos pueden representarlos bajo el principio *fumus boni iuris* o doctrina de la apariencia de buen derecho; no obstante y a partir del análisis de los resultados, podemos concluir que es más que evidente que la actual legislación fiscal no impone medidas cautelares o protocolo alguno en favor de las NAA que defiendan su interés superior.

Por otra parte y en estricta unión con la anterior conclusión, se constató que el actual marco tributario no contempla disposiciones fiscales que protejan el interés superior de las niñas, niños y adolescentes como contribuyentes, ello por el simple hecho de que las mismas dan un trato indiferenciado a los contribuyentes menores de edad y sus pares mayores de edad, circunstancia que hace necesario un cambio a legislación fiscal para que la misma reconozca a las niñas, niños y adolescentes como contribuyentes sujetos a medidas de protección por su condición de vulnerabilidad por los actos de sus padres, tutores o representantes.

Así mismo y a partir del análisis de los resultados se evidenció la total ausencia de disposiciones dentro del actual marco normativo específico que regula la representación coadyuvante de niñas, niños y adolescentes por parte de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente ante las autoridades fiscales.

De todo lo anterior que una reforma integral al actual marco jurídico tributario sea apremiante y necesaria para que así tanto las autoridades fiscales como la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON), en ejercicio de su representación coadyuvante, salvaguarden en forma destacada el interés superior de las niñas, niños y adolescentes con la representación coadyuvante y en suplencia incluso ante la falta de ésta última.

Finalmente, a partir de las respuestas a las preguntas de investigación, así como de las conclusiones mismas, es que se presentó una propuesta de reforma a la Ley Federal de Derechos del Contribuyente, así como al Código Fiscal de la Federación en materia de protección de las niñas, niños y adolescentes, ello debido a que tal y como se demostró, las NNA en la materia fiscal, no cuentan con mecanismos que salvaguarden su interés superior como contribuyentes.

Capacidad contributiva de las personas físicas

Luis Eduardo Ayón Anguamea

Sergio Félix Enríquez

Resumen

En esta investigación, se estarán mencionando diversas interrogantes que se obtuvieron bajo fruto de meses de estudio ante la necesidad de conocer los orígenes de dicha problemática.

La principal cuestión que encontraremos en este proyecto se basa en si realmente es equitativo el pago de las contribuciones ante las necesidades que cada persona tiene en su vida diaria, tomando en cuenta factores básicos para subsistir.

Desafortunadamente estos factores no son tomados en cuenta al momento de que la autoridad encargada de determinar y aceptar una deducción, pueda considerar alguno de estos mencionados.

Ya que la duda nace del análisis de una ganancia neta ante los gastos personales, pero de la naturaleza ya mencionada que se le presente a cada empresario que siempre es menospreciada, aunque cada uno de nosotros las considere como estándares mínimos para desarrollarse en un entorno saludable.

Finalmente, se darán a conocer los resultados obtenidos tras meses de investigación y las propuestas que se definen como posibles soluciones que el autor consideró tomando en cuenta la realidad del país y facilidad de alcance para combatir con la desigualdad contributiva al momento de toda persona física realizar sus contribuciones con respecto a la ley

Planteamiento del problema:

Con relación al origen de la deducción de impuestos en nuestro país, nos resulta imposible comprender los motivos de su surgimiento sin antes retomar los antecedentes y acontecimientos históricos más trascendentales en la historia de nuestro país, por mencionar la relación de las culturas prehispánicas con la conquista española que surge de la imposición ante un pueblo colonizado de exigirle una retribución de sus propios bienes a la autoridad por sustentar un sistema económico que ellos mismos estaban afectando, encareciendo a sus pobladores nativos para enriquecer el sector colonizador.

Esta realidad nos aterriza en la falta de consciencia en la población trabajadora que ha existido no sólo en México, sino en muchas culturas alrededor del mundo, por imponerles la sustentabilidad colectiva del pueblo en vez de permitirles crecer de forma económica sin responsabilidad tributaria.

El siguiente fragmento fue rescatado de la organización *Simposio Fiscal*, donde se narra un poco de la historia del derecho fiscal que nos será imprescindible para partir de nuestro objetivo central.

Se considera que la definición de derecho fiscal no es igual al concepto de derecho tributario, de tal forma que México adoptó el derecho fiscal como aquella esfera jurídica que engloba el derecho tributario, siendo así una rama jurídica que regula las normas para cumplir con las obligaciones fiscales, que forma parte del derecho financiero, con el objetivo de que el contribuyente cumpla con el pago de tributos para las mejoras del estado.

Continuando a lo largo de los años con este esquema de recaudación, hasta el día de hoy, la capacidad contributiva de cada persona surge del deber de aportar al gasto público, para formar parte de las mejoras a la federación, cumpliendo así con el principio de igualdad en cuanto a las cargas públicas.

Si bien, es deber de todos los ciudadanos que laboran día a día para sobrevivir, contribuir al gasto público, se pretende que esta contribución sea de manera solidaria y equitativa, cuidando siempre su capacidad de pago sin que esto afecte su economía personal.

Se podría definir, que la capacidad contributiva es la aptitud económica personal para aportar a las cargas públicas en mayor o menor grado, tomando en consideración las condiciones particulares de cada contribuyente.

Partiendo del origen, y definiendo de qué manera se encuentra conformado la administración de los recursos por parte del gobierno:

El Estado, por medio del poder legislativo, es la única autoridad que tiene la facultad de implementar, cambiar y anular contribuciones por medio de los impuestos, con el fin de subsanar el gasto público.

Este poder adquisitivo que adquiere el gobierno es conocido como soberanía fiscal o poder tributario, el cual obliga a toda persona jurídica ya sea física o moral a contribuir al gasto público por medio del impuesto.

De igual manera, el cálculo del impuesto no cumple con los principios de proporcionalidad de tributación, pues, aunque aplica una tarifa progresiva, el objetivo no se logra porque la base no refleja la verdadera capacidad tributaria del contribuyente.

Ante lo expuesto se planteó la siguiente problemática: ¿Es justa la contribución que hace una persona física en proporción a sus ingresos?

Objetivos y preguntas de investigación

Objetivo general:

Este estudio pretende elaborar un análisis de la contribución de un trabajador de clase media en el régimen de ingresos por sueldos y salarios. Partiendo del hecho que en México el régimen de salarios tiene un esquema muy limitado de deducciones y el trabajador paga impuestos prácticamente sobre casi todo su ingreso bruto. Lo anterior, con la excepción de aquellos trabajadores que tienen un salario bajo, a los cuales el Estado mexicano los subsidia mediante el decreto del subsidio para el empleo.

Objetivos específicos:

- Determinar el impacto que representa el pago de contribuciones, para una persona física que obtiene ingresos por sueldos y salarios.
- Identificar si es equitativo el pago de contribuciones por conceptos de Impuesto Sobre la Renta.
- Proponer alternativas para crear un pago de contribuciones más justo para los trabajadores en México.

Preguntas de investigación:

1. ¿Las contribuciones aportadas por el trabajador promedio mexicano son realmente justas y equitativas de acuerdo para una calidad de vida digna?
2. ¿Cuál sería la estrategia más eficiente para lograr una equitativa contribución de impuestos?
3. ¿Es justa la contribución que aporta una persona física en base a su utilidad fiscal?
4. ¿De qué manera impacta la contribución de impuestos a un trabajador mexicano con ingresos promedio?

Justificación

Definimos por capacidad contributiva a la aptitud de convertirte en sujeto pasivo de obligaciones tributarias y aportar a los gastos del estado.

Esto implica que, si una persona no cuenta con los ingresos suficientes para sus gastos vitales, no tiene la capacidad de gravar un hecho imponible que no revela la mencionada aptitud.

Damos inicio a esta investigación citando a Villegas “La capacidad contributiva, también llamada ‘capacidad de pago’ por los anglosajones (ability to pay), puede ser entendida como la aptitud económica de los miembros de la comunidad para contribuir a la cobertura de los gastos públicos”.

Derivado de la información mencionada anteriormente se considera necesario realizar un estudio de cuánto es lo que realmente se está pagando de contribuciones por cada contribuyente persona física y si es equitativo a lo que percibe, de tal manera que el contribuyente tenga la capacidad de subsanar las erogaciones necesarias de su actividad, así como los gastos indispensables para el desarrollo de la persona y de las personas que dependen de él.

Es importante reconocer que existen negocios con ganancias millonarias, que a simple vista uno garantizaría el éxito y sustentabilidad dicha organización, pero muchas veces sus erogaciones superan por completo las ganancias netas, que ni para el pago de sueldos suele ser suficiente.

Marco teórico

Definiciones

Este trabajo de investigación está fundamentado en base al análisis e interpretación de las leyes en las cuales están regulados y relacionados las personas físicas que contribuyen al gasto público, como lo son:

- Ley de Impuesto Sobre la Renta.
- Ley del Impuesto al Valor Agregado.
- Ley Federal del Trabajo.
- Ley del Seguro Social.
- Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.
- Código Fiscal de la Federación;

Salario

El salario, entendido como el precio a pagar a cambio del trabajo realizado por una persona, se determina según la oferta y demanda de trabajo. Todo ello, dado por diversos factores como la disponibilidad de mano de obra, los convenios sindicales, la formación o experiencia del trabajador y la legislación laboral del país.

Además, en el estudio económico, los salarios adquieren una especial relevancia. Relevancia tanto desde el punto de vista empresarial (donde constituyen una parte significativa de los costes de producción), como desde

la óptica de las familias (ya que determinan la capacidad de consumo de éstas y, por extensión, la demanda agregada de una economía). Ferrari, F. J. C. (2022). *Salario o sueldo. Economipedia*.

Ingreso Bruto

El ingreso bruto, por decirlo con otras palabras, es el dinero total que llega a nuestra cuenta corriente. En el caso de una empresa, sería el dinero total que entra en la caja. Este tipo de ingreso, por tanto, no tiene en cuenta los pagos de impuestos, los intereses, las comisiones ni ningún gasto asociado.

Por ejemplo, imaginemos que vendemos un coche por 20.000 dólares. Nuestro ingreso bruto será de 20.000 dólares. No estamos teniendo en cuenta el precio al que compramos el coche, los gastos de reparación, los impuestos asociados, ni nada parecido. López, J. F. (2022). Ingreso bruto. Economipedia.

Metodología

Para el presente proyecto de investigación es necesario dejar en claro las distintas técnicas de investigación que se abordaron para obtener los resultados obtenidos tras meses de investigación.

Sin embargo, resulta casi imposible garantizar el éxito y la calidad de una investigación sin definir desde un principio las técnicas que se utilizarán.

En esta ocasión y debido a la naturaleza que lo ameritaba, se decidió por dos principales técnicas metodológicas de investigación.

- Observación
- Revisión documental
- Encuestas

Análisis y resultados

Analizando las diversas premisas y análisis en este estudio se puede concluir que la legislación actual en el régimen de ingresos por sueldos y salarios en México, no es un régimen que respete la capacidad contributiva de las personas físicas, especialmente de aquellas personas de clase media a las que ya no se les otorga subsidio al empleo y tienen que contribuir con una tasa alta en base de sus ingresos netos, puesto que el régimen otorga limitadas deducciones personales y no existe un reconocimiento del mínimo personal y familiar al contribuyente.

De igual manera, la calidad de los servicios públicos que recibimos en el país discrepa mucho de los recibidos en países de primer mundo como en España, lo cual obliga aún más a las personas de clase

media a incurrir en gastos porque el Estado no satisface todas las necesidades de la población de forma óptima.

Esta problemática de la estructuración y clasificación de la capacidad contributiva puede solucionarse mediante diversas técnicas legislativas y modificación de propuestas de mejora ante las autoridades correspondiente, la más común podría ser a desgravar una parte de la tarifa, a fin de asegurar la presencia de un índice de solvencia económica suficiente para satisfacer las necesidades básicas de una persona física y de las personas que dependen de él.

Conclusiones

Es evidente y lamentable que el Estado mexicano le está “cargando la mano” a los contribuyentes personas físicas, como se señaló en la introducción de este trabajo de investigación, estos diversos regímenes han contribuido más en términos absolutos a la carga fiscal del país incluso que las personas morales.

En México, la Constitución que rige a nuestro país, señala se encuentra omitiendo que la tributación se fije apegada a criterios de progresividad, se limita a señalar el control de la equidad contributiva de diversas leyes que se imponen. Sin embargo, aun cuando esta misma constitución no lo indica explícitamente, el sistema tributario determina tarifas progresivas como medio de establecer la carga tributaria a este principio de capacidad contributiva.

Sin embargo, por parte de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, no se define la progresividad como una base para repartir las cargas públicas de manera tributaria, sino atiende, de manera particular, al estudio de tarifas progresivas, sobre todo en lo concerniente al ISR de personas físicas.

Recomendaciones

Se recomienda de forma urgente evaluar y hacer un estudio socioeconómico las deducciones personales de conformidad en la LISR actual de México, pues como se demostró, no se pueden aplicar una cantidad equitativa de elementos neutralizadores (deducciones) de su base gravable y se está pagando sobre una renta bruta.

Una segunda propuesta sería disminuir la base imponible, por medio de deducciones autorizadas, a fin de que la carga tributaria disminuye eficazmente sobre la utilidad neta y, bajo un último supuesto, que brinda mayor eficiencia al anterior, se eliminen de manera progresiva las deducciones permitidas de la base conforme la utilidad aumenta.

Esto causaría que el mínimo exento, por motivo de la progresividad, se convierta en un beneficio fiscal para las clases pudiente.

Bibliografía

Colaboradores de Wikipedia. (2023b). Blockbuster (empresa). *Wikipedia, la enciclopedia libre*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Blockbuster_\(empresa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Blockbuster_(empresa))

Communications. (2023, 20 febrero). ¿Qué son los gastos deducibles y qué tipos existen? BBVA NOTICIAS. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-son-los-gastos-deducibles-y-que-tipos-existen/#>

Colaboradores de Wikipedia. (2023). Persona física. *Wikipedia, la enciclopedia libre*. https://es.wikipedia.org/wiki/Persona_f%C3%ADsica

Colaboradores de Wikipedia. (2023b). Impuesto. *Wikipedia, la enciclopedia libre*. <https://es.wikipedia.org/wiki/Impuesto>

¿Qué es el Impuesto sobre la Renta o ISR? (s. f.). Infoautónomos México. <https://www.infoautonomos.mx/obligaciones-fiscales/isr-impuesto-sobre-renta/>

Significados. (2019). Sueldo. Significados. <https://www.significados.com/sueldo/>

Ferrari, F. J. C. (2022). Salario o sueldo.

Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/salario-o-sueldo.html>

López, J. F. (2022). Ingreso bruto. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/ingreso-bruto.html>

Ingreso neto (definición). (s. f.). IG. <https://www.ig.com/es/glosario-trading/definicion-de-ingresos-neto>

Margen bruto (definición). (s. f.). IG. <https://www.ig.com/es/glosario-trading/definicion-de-margen-bruto>

J, P. P., & Merino, M. (2022). Contribución - Qué es, tipos, definición y concepto. Definición.de. <https://definicion.de/contribucion/>

Pedrosa, S. J. (2023). Gasto. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>

Serrano, V. (2023, 7 marzo). Utilidades ▷ Qué es, Ejemplos 【 2023 】. Guía del Empresario. <https://guiadelempresario.com/contabilidad/utilidades/>

El Economista. (2022, 16 marzo). ¿Qué es el gasto público? *El Economista*.

<https://www.eleconomista.com.mx/economia/Que-es-el-gasto-publico-20220316-0064.html>

Rojas, R. (2023). Los países con la atención médica más cara del mundo. *Saludiaro*.

<https://www.saludiaro.com/paises-atencion-medica-mas-cara/>

Merino, Á. (2021, 12 abril). *Los países más y menos felices del mundo - Mapas de El Orden Mundial - EOM*. El Orden Mundial - EOM.

<https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/paises-mas-menos-felices-mundo/>

Guía de los derechos y obligaciones ante el SAT de los empleados académicos y administrativos de la Universidad de Sonora

Jessica Coronado Romero

Amelia Guereña Gardea

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar una Guía Metodológica para los empleados de la Universidad de Sonora, que servirá como herramienta de orientación sobre los procedimientos, obligaciones y beneficios fiscales pertinentes, adaptados a las particularidades y necesidades propias de cada empleado como contribuyente ante el Sistema de Administración Tributaria (SAT).

Para llevar a cabo este propósito, se realizará un análisis de la normativa fiscal vigente en México, así como un estudio detallado de los requerimientos específicos para los contribuyentes universitarios según su contrato establecido con la Universidad.

La guía estará integrada con base en los diferentes niveles de ingresos normados por la ley del SAT, de tal manera que plasme la forma de como los contribuyentes puedan tributar sus derechos y obligaciones de manera oportuna.

Palabras claves:

Cultura fiscal, Regímenes fiscales, Tributación fiscal, contribuyentes

Introducción

En el complejo entorno tributario actual, las instituciones educativas juegan un papel fundamental en el desarrollo socioeconómico de una región. La Universidad de Sonora, como entidad de educación superior comprometida con la formación integral de individuos y el impulso del conocimiento, no solo cumple una función académica y científica, sino también una responsabilidad fiscal crucial.

El cumplimiento adecuado de las obligaciones tributarias es esencial para garantizar la sostenibilidad financiera y la continuidad de los proyectos de investigación, docencia y extensión que caracterizan a esta institución. Sin embargo, el panorama tributario puede resultar complejo y de difícil navegación para los contribuyentes pertenecientes a la comunidad universitaria.

El presente trabajo tiene como objetivo principal desarrollar una Guía Metodológica específicamente diseñada para los contribuyentes vinculados a la Universidad de Sonora como herramienta integral para orientar de manera clara y precisa sobre los procedimientos al cumplimiento de su derecho y obligación en la tributación fiscal.

Para llevar a cabo este propósito, se realizará un exhaustivo análisis de la normativa fiscal vigente en México, así como un estudio detallado de los requerimientos específicos para los contribuyentes universitarios. Asimismo, se explorarán buenas prácticas y casos de éxito tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de integrar las mejores estrategias que faciliten el cumplimiento tributario y promuevan una gestión financiera eficiente dentro de la Universidad de Sonora.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una guía metodológica integral para los empleados académicos y administrativos de la Universidad de Sonora que proporcione orientación clara y precisa sobre las obligaciones y derechos fiscales de los contribuyentes, con el objetivo de promover el conocimiento, la comprensión y el cumplimiento adecuado de las responsabilidades fiscales, así como fomentar una cultura fiscal sólida y responsable en la comunidad universitaria.

Objetivos específicos

- Conocer la normativa fiscal vigente en México en relación con las obligaciones y derechos fiscales de los contribuyentes.
- Conocer los distintos regímenes fiscales
- Identificar los regímenes fiscales que los empleados universitarios de la Unison pueden tributar
- Integrar y diseñar la guía metodológica que aborde de manera integral los aspectos fiscales relevantes para los empleados universitarios que debe de tributar ante el SAT.

Antecedentes

En el contexto fiscal actual de México, la recaudación de impuestos ha experimentado un crecimiento insuficiente en términos reales al cierre del ejercicio 2021, a pesar de la implementación de nuevas reformas fiscales en comparación con el año 2020, tal como lo ha reportado el Servicio de Administración Tributaria (SAT) (SAT, 2021). Este fenómeno se torna más preocupante al observar que, en comparación con la América Latina y el Caribe (ALC), el porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) destinado a la recaudación tributaria en México en 2020 se ubicó en un 17.9%, situándose por debajo del promedio de la región ALC que alcanzó un 21.9%, según datos de las Estadísticas tributarias de América Latina y el Caribe (SAT, 2021). Además, esta cifra se encuentra significativamente por

debajo del promedio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que se sitúa en un 35.5% (SAT, 2021).

Lograr el cobro correcto y oportuno de los impuestos representa un desafío común para todos los gobiernos, pero existen países que han demostrado un desempeño superior en esta tarea en comparación con otros, como lo sugieren los estudios de Abate (2019) y Huang (2017). Esta disparidad en los resultados nos lleva a cuestionar los factores que podrían estar influyendo en la baja recaudación de impuestos que experimenta México.

Entre los posibles factores que podrían contribuir a esta problemática según Abate, 2019;Huang, 2017, se encuentran los siguientes:

- **Complejidad en el cálculo de los impuestos:** La complejidad en el cálculo de impuestos puede causar confusiones y obstáculos para los contribuyentes, promoviendo la economía informal y la corrupción, lo que a su vez propicia la defraudación fiscal.
- **Amplio marco normativo fiscal:** La presencia de numerosas leyes fiscales, reglamentos y disposiciones diversas puede dificultar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, generando incertidumbre y obstáculos en el proceso fiscal para los contribuyentes.
- **Falta de valores éticos y morales:** La falta de valores éticos y morales en una parte significativa de la sociedad puede llevar a una nula cultura fiscal, en la que el cumplimiento de las obligaciones tributarias no sea percibido como una responsabilidad ciudadana.

Esta problemática adquiere relevancia debido a que, en años recientes, se ha reconocido la importancia de la cultura fiscal (o cultura tributaria) como un factor determinante en la eficacia de los sistemas fiscales en economías en transformación, como señalan Richardson (2008) y Nerré (2001). En este contexto, se ha destacado la necesidad de involucrar a los contribuyentes en lugar de imponer de manera coercitiva cada aspecto de sus obligaciones fiscales, como sugieren James et al. (2005).

La cultura fiscal, entendida como la comprensión y aceptación de las responsabilidades tributarias por parte de los ciudadanos, se ha convertido en un elemento esencial en la promoción del cumplimiento fiscal. Sin embargo, en el contexto mexicano, persisten desafíos significativos relacionados con la cultura tributaria.

Es común observar que en México existe un amplio espectro de actividades económicas que se desarrollan de manera informal, así como contribuyentes, desde grandes empresarios hasta asalariados, que muestran desconocimiento o renuencia a cumplir con las leyes fiscales aplicables. Esto ha llevado a una situación en la que no pagar impuestos se percibe como algo normal, mientras que el pago correcto de los mismos se considera anormal.

Es fundamental reconocer que la cultura fiscal está intrínsecamente relacionada con la educación fiscal, un tema de creciente relevancia tanto en México como en el ámbito internacional. La cultura tributaria refleja la importancia que los contribuyentes otorgan a sus derechos y obligaciones fiscales, y esta percepción puede influir en su comportamiento tributario.

En este contexto, es necesario destacar que, a pesar de la existencia de contribuyentes inscritos en el Servicio de Administración Tributaria (SAT) que poseen un conocimiento más profundo del marco general de la ley tributaria y buscan aprovechar los beneficios fiscales que les corresponden, existe una diferencia significativa en el trato fiscal de los asalariados, cuyos impuestos se retienen de manera periódica aplicando las tarifas establecidas por la ley del impuesto sobre la renta.

Además, es una realidad que el pago de impuestos no es una actividad que genere entusiasmo entre los contribuyentes, y esta percepción se ve reflejada en la relación entre los contribuyentes y las autoridades fiscales. En lugar de ser considerados como sujetos que contribuyen al gasto público de manera justa y proporcionada, como lo exige la ley, los contribuyentes a menudo son vistos como individuos que ocultan ingresos, evaden impuestos o incluso como presuntos delincuentes fiscales.

Por otra parte, existe un segmento de contribuyentes que no está dispuesto a cumplir con sus obligaciones tributarias, mientras que las autoridades fiscales dependen de manera crítica de los recursos recaudados para financiar sus operaciones y programas.

La cultura fiscal de los contribuyentes de la Universidad de Sonora presenta desafíos y problemáticas que requieren ser abordados de manera efectiva, ya que, a pesar de la importancia de cumplir con las obligaciones fiscales, radica en la existencia de una cultura fiscal deficiente entre los contribuyentes de la Universidad de Sonora.

El desconocimiento de los beneficios fiscales, evasión y elusión fiscal, falta de educación fiscal y desigualdad en el cumplimiento son aspectos problemáticos que requieren ser abordados para promover una cultura fiscal sólida y responsable en la comunidad universitaria. Es fundamental

buscar soluciones efectivas que promuevan la educación y conciencia fiscal, la equidad en el cumplimiento de las obligaciones fiscales y la transparencia en el uso de los recursos recaudados, con el fin de fortalecer la sostenibilidad financiera de la universidad y garantizar una educación de calidad para todos los estudiantes.

Marco teórico y referencial

La evolución histórica en la percepción y aplicación del tributo en México desde la época prehispánicas, el tributo se concebía como una contribución a la comunidad, derivado del término “tributum”, asociado a la noción de dar o conocer.

El tributo, inicialmente visto como una manera justa de contribuir al bienestar colectivo, se transformó en una obligación que a veces se percibe como autoritaria. Esta percepción se refleja en la definición de Servicios de Administración Tributaria (2020), que establece que los impuestos son una contribución obligatoria para fortalecer la economía del país.

María Goenaga destaca la relación entre el pago de impuestos y la obtención de servicios públicos, formando la base de un "contrato fiscal" entre el Estado y los contribuyentes. La primera manifestación de tributación en México se remonta al Códice Azteca, con la imposición de tributos a cambio de beneficios comunitarios. Hernán Cortés adaptó este sistema, marcando el inicio de registros tributarios como el Tequiamal.

A lo largo de los años, se introdujeron diversos impuestos y sistemas fiscales, como la Alcabala y el Diezmo minero, evidenciando la evolución del sistema tributario mexicano. Con la llegada de Porfirio Díaz, se impulsó la centralización del poder y se recaudaron significativas sumas, aunque también se generó una deuda externa. Las reformas posteriores, como la implantación de impuestos sobre servicios y consumo, llevaron a beneficios sociales y un mayor desarrollo de infraestructuras y servicios públicos (Lara V, 2013).

Actualmente, los impuestos se consideran una colaboración esencial para la construcción de obras públicas y la prestación de servicios a la sociedad. El desafío radica en garantizar que estos impuestos sean equitativos y que su asignación sea transparente para la sociedad que los aporta.

Sin embargo, esta obligatoriedad en la contribución de la sociedad mexicana esta normado desde la Constitución Política de los estados Unidos Mexicanos y entre otras disposiciones emitidos por la propia gobernanza tanto local, estatal y nacional del país, entre ellas solo se harán mención de una parte fundamental para delimitar el contexto global de este trabajo presentado.

Desde el Artículo 31 Fracción IV de la Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos refiere a obligaciones de los mexicanos el de Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los

Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. , s.f.).

Asimismo, el Marco legal del sistema tributario que otorga al Estado la facultad de recaudar impuestos con el fin de fomentar el crecimiento económico, el desarrollo y para llevar a cabo sus funciones públicas. A través de Código Fiscal de la Federación (CFF) determinando las obligaciones tributarias.

La Constitución Política mexicana, junto con las leyes fiscales, el Código Fiscal de la Federación y otras normativas, establecen las pautas normativas que determinan la fuente, base, cuota, tarifa, entre otros aspectos, que los ciudadanos mexicanos deben aportar para que el Estado pueda cumplir con sus funciones.

En este sentido, el marco jurídico sólido para asegurar la estabilidad y sostenibilidad de las finanzas públicas de México. Este marco legal no debe representar un obstáculo para el pleno funcionamiento del sistema tributario y la eficiencia recaudatoria, siempre garantizando la seguridad y justicia para los ciudadanos mexicanos. Esto evitará situaciones de inconstitucionalidad en la recaudación, como es el caso de la evasión de impuestos, fenómeno que ha tenido un impacto negativo en la recaudación a lo largo de la historia (Centro de Estudios de las Finanzas Publicas, 2019).

Ante el contexto de este trabajo surge necesario pues revisar los diversos tipos de regímenes fiscales en los cuales pueden encontrarse los empleados administrativos y académicos de la Universidad de Sonora para aquellos que se encuentren entre algunos de ellos puedan tributar en tiempo y forma. Iniciando desde los diversos programas planteados por el gobierno mexicano para el cumplimiento de las obligaciones de sus ciudadanos.

Refiriendo a los programas de concientización a la ciudadanía en México sobre la importancia de la cultura fiscal incluyen varios esfuerzos implementados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y sus organismos relacionados. A continuación, se presenta un resumen de estos programas:

- Programa de Apoyo a Deudores del Fisco: Este programa tiene como objetivo otorgar una condonación parcial de los adeudos por impuestos y/o multas federales a los contribuyentes que se adhieran al programa. Su propósito es ayudar a los deudores a regularizar su situación fiscal (Diario Oficial de la Federación (DOF), 1997).
- Programa de Actualización y Registro (2006-2009): Este programa tenía como objetivo brindar facilidades a los contribuyentes para tramitar o actualizar su Registro Federal de Contribuyentes (RFC), inscribir a contribuyentes omisos en el RFC y depurar y complementar los datos de los contribuyentes inscritos. Se buscaba mejorar la información y el cumplimiento fiscal. ((PAR), 2011)

- Programa Nacional de Civismo: Este programa tenía como objetivo promover una cultura contributiva sólida basada en valores cívicos y éticos. Buscaba sensibilizar a los ciudadanos sobre la importancia de contribuir y cumplir con sus obligaciones fiscales. También se centraba en brindar facilidades para el trámite o la actualización del RFC (CIVISMO, 2013).
- Crezcamos Juntos: Esta iniciativa del Gobierno de la República tenía como objetivo impulsar la economía de las familias mexicanas al integrarlas a la formalidad fiscal. Ofrecía incentivos como no pagar impuestos durante el primer año y descuentos durante los siguientes nueve años. Además, proporcionaba acceso a servicios médicos y sociales, pensión para el retiro y otros beneficios (Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), 2015).
- Régimen de Pequeños Contribuyentes (REPECOS): Este régimen se creó para apoyar a pequeños negocios y la economía familiar. Estaba diseñado para personas físicas con capacidad económica y administrativa limitada. Los contribuyentes en este régimen pagaban cuotas mensuales y acudían a la oficina recaudadora para cumplir con sus obligaciones fiscales (Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, 2013).
- Régimen de Incorporación Fiscal (RIF): Este régimen está dirigido a personas físicas con actividades empresariales que obtienen ingresos de hasta dos millones de pesos anuales. Permite el registro en el RFC y brinda facilidades fiscales durante el primer año, como la no obligación de pagar impuestos. También ofrece acceso a servicios médicos y sociales, créditos para vivienda y otros beneficios (Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, 2013).
- Régimen Simplificado de Confianza (RESICO): Este nuevo régimen fiscal, vigente desde el 1 de enero de 2022, está dirigido tanto a personas físicas como morales con ingresos limitados. Permite la acumulación de ingresos sobre una base de flujo de efectivo y releva algunas obligaciones fiscales, como la contabilidad electrónica. Las tasas de impuesto varían según el tipo de ingresos y el régimen (Fox, 2023).

Es importante mencionar que algunos de estos programas han evolucionado con el tiempo y han experimentado cambios en sus requisitos y beneficios. Además, algunos han sido opcionales, mientras que otros, como el RIF y RESICO, se han vuelto obligatorios para ciertos contribuyentes.

Estos antecedentes reflejan los esfuerzos realizados por las autoridades fiscales en México para promover la educación tributaria entre los contribuyentes y fomentar una cultura fiscal sólida.

Metodología

Para esta investigación, se optó por utilizar un estudio de tipo descriptivo, ya que los objetivos centrales del presente trabajo, son identificar las nuevas obligaciones tributarias que hay que tener en cuenta para que las

personas físicas que tributen en cada régimen; se enuncien y analicen las características de los diversos Regímenes, para identificar cuáles son los contribuyentes que puedan tributar según estos; especificando el procedimiento para el cálculo de los impuestos de los contribuyentes para el pago correcto de estas contribuciones y describir la forma de presentar las declaraciones en el portal del SAT, es decir se pretende mostrar con precisión cada uno de los puntos señalados.

Resultados

Una guía metodológica por régimen fiscal donde describa el concepto, el origen de los ingresos, las obligaciones fiscales, los derechos, los requisitos a cumplir, los procedimientos a realizar, la determinación del cálculo a declarar con base a un proceso, la periodicidad del cumplimiento, y todos aquellos aspectos de quienes deben de cumplir con la obligatoriedad de tributar ante el SAT.

Dicha guía tendrá también los gastos en los cuales estos contribuyentes pueden deducir a su carga fiscal. Un programa de cultura tributaria a través de los sindicatos del STEUS y STAUS para sus miembros activos y jubilados.

Conclusiones

Se logro el diseño de una guía metodología para el cumplimiento de la tributación según el régimen fiscal en el que puede encajar algún empleado académico o administrativo de la UNISON, que tiene o no otros ingresos para que pueda cumplir en tiempo y forma con su obligación que establece la normatividad mexicana en cuanto a la obligatoriedad de la tributación.

Se dará a conocer el material generado de esta investigación al departamento de Nominas de la Universidad de Sonora, para que cumplan con la retención del ISR para aquellos empleados que tienen un ingreso superior a los \$400,000.00 anuales para que lo retenido sea el total de cumplimiento que su empleado debe de tener.

Se hará difusión a través de los sindicatos de la Universidad de Sonora esta información como parte de la cultura tributaria que todo ciudadano mexicano debe de conocer para que realice sus trámites de sus obligaciones fiscales en tiempo y forma en vías de evitar sanciones y evasión fiscal en apoyo a la recaudación fiscal y a la disminución de las cargas fiscales de los contribuyentes. Se cumple con los objetivos general y específicos planteados en esta investigación.

Referencias consultadas.

(PAR), P. d. (2011). *Informe Tributario y de Gestion*. Obtenido de Trimestre No. 96:
<https://biblat.unam.mx/hevila/Trimestrefiscal/2011/no96/5.pdf>

- Abate, G. (2019). Taxes, culture, and corruption. *International Tax and Public Finance*, 26(2), 251-285.
- Centro de Estudios de las Finanzas Publicas. (2019). Obtenido de El Pago de Impuestos y la Evasión Fiscal en México: <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2019/cefp0132019.pdf>
- CIVISMO, C. P. (8 de Febrero de 2013). SAT. Obtenido de http://m.sat.gob.mx/fichas_tematicas/par/Paginas/cont_act_dom_fis_neg.aspx
- Daza Mercado, M. A., Sanchez Sierra, A., & Leños Flores, S. (2019). *Ética de lo fiscal y su aplicación práctica*. México: Thomson Reuters.
- Diario Oficial de la Federacion*. (s.f.). Recuperado el 18 de Febrero de 2023, de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- Diario Oficial de la Federacion (DOF). (03 de Febrero de 1997). Obtenido de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4866071&fecha=03/02/1997#gsc.tab=0
- Fox, V. (10 de Abril de 2023). *UNAM*. doi:10.22201/ijj.24484873e.2022.164.18095
- Huang, E. (2017). Cultural foundations of taxation: Explaining cross-country differences in tax compliance. . *Cambridge University Press*.
- James, S., Martinez Vazquez, J., & Timofeey, A. (2005). James, S., Martinez-Vazquez, J., & Timofeev, A. (2005). Multiple modes of tax evasion: Theory and evidence. *European Economic Review*, 49(2), 375-398.
- Lara V, P. (19 de Octubre de 2013). *Historia de los impuestos en México*. Obtenido de <https://www.google.com.mx/amp/s/pedrolarav.com/2013/10/19historia-de-losimpuestos-en-mexico/amp/>
- Nerré, B. (2001). The cultural dimension of tax systems. *Bulletin for International Fiscal Documentation*, 55(8), 335-340.
- Procuraduría de la Defensa del Contribuyente. (Diciembre de 2013). *Régimen de Incorporación Fiscal (RIF)*. Obtenido de Prodecon: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/65264/R_gimen_de_Incorporaci_n_Fiscal__RIF_.pdf

Richardson, G. (2008). Duties on international trade. *Journal of Development Economics*, 87(1), 13-27.

Secretaria de Hacienda y Credito Publico (SHCP). (27 de Noviembre de 2015). *Crezcamos Juntos Afiliate*. Obtenido de Foro de Servicios Tributarios para el Gobierno Federal: <http://m.sat.gob.mx/ForoTributarioDeServiciosElectronicos2015/Paginas/Documentos/CrezcamosJuntosAfiliate.pdf>

Marketing y Estudios de Consumo

Relevancia del cuidado de la piel en los Jóvenes Hermosillenses

Violeta Fernanda López Peñuñuri

Alma Teresita Velarde Mendivil

Francisca Irene Coronado Villareal

Resumen

En la actualidad el acceso a la información en la mayoría de las veces es sencillo y asequible, derivado de un mundo globalizado y digitalizado. En la evolución de la humanidad, las distintas civilizaciones han encontrado la forma de realizar cuidado personal de distintas formas. El cuidado personal, también implica el cuidado de la piel; existen gran variedad de cosméticos para tener una piel sana, entre los cuales se encuentran los que van dirigidos a mitigar padecimientos de la piel tales como: las quemaduras solares, la inmunodepresión, el fotoenvejecimiento y la fotocarcinogénesis siendo algunos de los efectos adversos más importantes que resulta de la exposición a la radiación solar en el ser humano, por ser esta además una de las principales causantes de los padecimientos cutáneos más comunes. (Blumer,2019). Los jóvenes destacan entre la población mayormente expuesta a la radiación solar, derivado por la actividad propia de su edad, que se exponen en mayor tiempo al sol. Se estima que en la juventud se recibe del 40-50% de la exposición acumulativa a la radiación ultravioleta hasta la edad de 60 años (Garnacho; Salcido, Moreno, 2020).

En este sentido el interés de conocer las motivaciones de los jóvenes para “cuidarse la piel”, se realizará una investigación mixta, métodos cuantitativos y cualitativos, en el presente trabajo se presentan avances de la revisión de literatura.

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, disposición, piel, jóvenes

Introducción

En la actualidad, el cuidado de la piel se suele asociar con preocupaciones estéticas y de vanidad. Sin embargo, es importante destacar que, desde tiempos prehistóricos, el cuidado de la piel ha desempeñado un papel crucial en la evolución humana. Investigaciones previas en etnología, antropología y arqueología han revelado que diversas culturas se han interesado por la estética física y la salud. Por ejemplo, en el antiguo Egipto, el uso de cosméticos no solo tenía como objetivo

embellecer, sino también proteger el cuerpo (Pilar, 1996). A lo largo de la historia, todas las civilizaciones han desarrollado sus propias prácticas de cuidado personal.

Estos descubrimientos se han hecho posibles gracias al hallazgo de utensilios estéticos en las ruinas y tumbas de civilizaciones antiguas (Stella L.C, 2007).

Hoy en día, los cosméticos tienen una amplia gama de aplicaciones. Según datos de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC), esta industria ha experimentado un crecimiento del 11% anual, alcanzando los 154,000 millones de pesos. Esto la posiciona como el segundo mercado más importante en Latinoamérica y el tercero en producción de cosméticos, solo superado por Brasil y Estados Unidos (Forbes, 2018).

Los jóvenes son una población especialmente expuesta a la radiación solar debido a sus actividades estudiantiles, deportivas y de entrenamiento. Se estima que, entre los 18 y 20 años de edad, reciben del 40% al 50% de la exposición acumulativa a la radiación ultravioleta que tendrán hasta los 60 años (Garnacho G y otros, 2020).

Hermosillo, la capital del estado de Sonora, se caracteriza por su clima caluroso, con una temperatura promedio de 25°C. La ciudad cuenta con una población de 936,263 habitantes, de los cuales el 33.6% son jóvenes.

En este contexto, esta investigación busca entender el nivel de conciencia de los jóvenes de Hermosillo sobre el cuidado de la piel como una medida preventiva. Se explorará si utilizan productos cosméticos, si consultan regularmente a profesionales de la salud y si tienen prácticas de prevención, como el uso de sombrillas, ropa protectora o evitar la exposición solar en las horas más intensas.

Problema a tratar

Los jóvenes en Hermosillo se ven continuamente expuestos a la radiación solar debido a su estilo de vida en una región árida con altas temperaturas. Esto plantea inquietudes acerca de la salud de la piel, ya que esta actúa como una barrera entre el cuerpo y su entorno, y está sujeta a los efectos nocivos del ambiente. La exposición al sol puede generar radicales libres y está relacionada con problemas dermatológicos, envejecimiento prematuro y riesgos de cáncer.

Dado que los jóvenes conforman una parte significativa de la población de Hermosillo, es crucial comprender las medidas que están adoptando para mitigar estos riesgos. La concienciación y la

promoción de prácticas preventivas son fundamentales, y se difunden recomendaciones, como el uso de sombreros, protector solar y la evitación de la exposición al sol en las horas pico, con el fin de prevenir afecciones relacionadas con la exposición solar.

La pregunta de investigación planteada se enfoca en comprender por qué los habitantes de Hermosillo toman decisiones respecto al cuidado de su piel, la importancia que le atribuyen y si verdaderamente existe una cultura de prevención en la comunidad. Para abordar estas cuestiones, se pueden llevar a cabo estudios y encuestas locales para evaluar el nivel de conocimiento y las prácticas de cuidado de la piel en la población. Esta información podría ser esencial para mejorar la salud de las personas y brindar apoyo a las empresas que ofrecen productos relacionados con el cuidado de la piel en esta región.

Antecedentes

En diversas investigaciones previas se han identificado resultados relevantes que son significativos para el presente estudio. En Cuba, se llevó a cabo un estudio aleatorio que involucró a 3045 pacientes que asistieron a consultas médicas. Los hallazgos revelaron que la mayoría de estos pacientes desconocía su tipo de piel (65.4%). Además, un alto porcentaje indicó que durante las consultas médicas generales no se les examinaba la piel (86.5%) ni se les proporcionaba orientación sobre su cuidado (92.3%). Estos resultados señalan una falta de información acerca de las posibles afecciones cutáneas y las medidas preventivas relacionadas con la piel (Yera, y otros, 2021).

En España, se llevó a cabo una investigación sobre los hábitos, actitudes y conocimientos relacionados con la protección solar en la población adulto-juvenil. Se administraron cuestionarios a 1482 adolescentes y adultos, y se concluyó que las campañas de prevención del cáncer de piel resultaron efectivas y rentables, siempre y cuando se apliquen correctamente los cuestionarios (N, 2020).

A medida que envejecemos, la piel experimenta un proceso natural de pérdida de estructura, elasticidad y tono muscular. A menudo se asocian estos efectos con el envejecimiento, pero en realidad son consecuencia de una exposición prolongada al sol sin una rutina de cuidado adecuada. El foto envejecimiento se traduce en una piel más fina, con menos colágeno y una capacidad de recuperación más lenta de las lesiones cutáneas (Keyvan, 2017).

En Brasil, se realizó una encuesta a 330 personas con el objetivo de evaluar si los consumidores de cosméticos tienen conocimiento sobre la elección y el uso de estos productos. Los resultados indicaron que los consumidores aún necesitan más información, incluida la comprensión de la composición detallada en las etiquetas de los productos y la aplicación adecuada de ciertos cosméticos (Melania Lopes Cornélio, 2020).

En Colombia, la industria cosmética experimentó un crecimiento significativo en 2017, alcanzando ingresos por \$5,373 millones de dólares. Notablemente, el 50% de este consumo provino del sector masculino, lo que sugiere un aumento en la demanda de productos para el cuidado personal entre los hombres, incluyendo cremas hidratantes y protectores solares (Ana González, 2020).

A pesar del crecimiento constante en la producción y venta de productos cosméticos en México, se ha observado la propagación de definiciones incorrectas y mitos en torno al cuidado de la piel debido a las estrategias de marketing y la competencia en la industria. Esto ha generado confusiones tanto entre los profesionales como entre los consumidores. No obstante, este fenómeno no ha impedido que la industria cosmeceútica continúe expandiéndose en la venta de productos cosméticos (Padilla Cambreros, 2015).

Se llevó a cabo un estudio en una comunidad del sur de Chile con el objetivo de evaluar el nivel de conciencia de los pescadores en relación con los riesgos de la exposición prolongada al sol y sus prácticas relacionadas con la protección solar. Se encontró que la radiación ultravioleta (RUV) representa el principal factor de riesgo para el cáncer de piel (CP), con aproximadamente 1.5 millones de años de vida potencialmente perdidos y 60,000 muertes prematuras, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 2006. El cáncer de piel es la forma más común de cáncer en todo el mundo, y la RUV es su factor de riesgo primordial.

A pesar de la conciencia de los trabajadores expuestos a la RUV sobre los peligros asociados, se observó que las medidas de protección solar que emplean son insuficientes. En cuanto a las fuentes de información sobre la RUV y las medidas de protección solar, se encontró que un 13.5% de los pescadores no recibía información de ninguna fuente. De los que sí lo hacían, la mayoría la obtenía a través de medios de comunicación masiva, profesionales de la salud, familiares o compañeros de trabajo. Además, la gran mayoría de los pescadores tenía conocimiento de la relación entre la exposición solar y el cáncer de piel.

Sin embargo, un pequeño porcentaje no tomaba medidas de protección adecuadas. También se descubrió que un porcentaje significativo de pescadores estaba informado sobre los riesgos de envejecimiento prematuro de la piel relacionados con la exposición solar. La mayoría consideraba que la exposición prolongada al sol y el bronceado eran dañinos para la salud, aunque hubo un grupo minoritario que no tenía una comprensión clara de este tema.

Comportamiento del consumidor

Conocer las motivaciones de las personas para cuidarse de la piel implica una búsqueda exhaustiva desde “conocer al consumidor” esto es lo más importante para comprender su comportamiento, ya que si se tiene un amplio panorama de lo que motiva a un comportamiento específico, se identificará el porqué de sus decisiones. Sin embargo, “la mente es una masa revuelta y vertiginosa de neuronas brincando por todas partes...” (Philip Kotler, 2012). Es por eso que se considera complicado saber el porqué de la conducta de los consumidores en general. A pesar de ello existen modelos para comprender el comportamiento del consumidor los cuales serán aplicados y analizados más adelante en la investigación.

En este sentido, el comportamiento del consumidor tiene un impacto generacional, la forma en que consumen y como se informan de los productos o servicios ha cambiado, la utilización de la red permite a las personas que tienen el control de la base de datos comprender mejor los gustos y objetivos de compra o consumo de los individuos, (Contreras, 2021). Para saber que enfoque llevan a los consumidores a comprar cierto artículo es necesario realizar un análisis de segmentación entre personas por edad, genero, grupo social, cultura a la que pertenece, subcultura e inclusive si es parte de una tribu urbana. Esto nos permitirá realizar un análisis a fondo de qué tipo de comportamiento tiende a tener para conocerlo mejor.

Metodología

Se lleva a cabo una investigación combinada para obtener datos, utilizando procesos empíricos y sistemáticos que abarcan tanto enfoques cuantitativos como cualitativos. Esto involucra entrevistas en profundidad con profesionales del cuidado de la piel y encuestas a los sujetos de estudio. El propósito central de esta investigación es recopilar información sobre las características clave de la

población estudiada mediante técnicas de interrogación y recopilación de datos, como se detalla en la obra de. (Roberto H, Metodología de la investigación, 2006).

Los métodos de investigación elegidos tienen como objetivo reunir y presentar pruebas, evidencias y argumentos que respalden creencias y afirmaciones relacionadas con el mundo natural y social. Esto se hace con el propósito de otorgar credibilidad a las afirmaciones establecidas en el marco de referencia, tal como se describe en el trabajo de (J.Felipe P, 2001).

Para evaluar la disposición de los jóvenes a adquirir un producto o servicio relacionado con el cuidado de la piel, se lleva a cabo un estudio no experimental en el que se observan los comportamientos de los sujetos de estudio sin intervenir en ellos, con la posterior finalidad de analizar los resultados.

La investigación cuantitativa se centra en la cantidad y se apoya principalmente en la medición y el cálculo para evaluar variables en términos de magnitudes. Este enfoque se ha utilizado con éxito en investigaciones experimentales, descriptivas, explicativas y exploratorias, aunque no se limita a ellas. Por otro lado, la investigación cualitativa tiene como objetivo reunir y analizar información en diversas formas, excluyendo datos numéricos. Este enfoque se centra en explorar un número limitado pero detallado de casos o ejemplos considerados interesantes o esclarecedores, y busca lograr un análisis profundo en lugar de una cobertura extensa, como se explica en el trabajo de (Victor N, 2019).

En la investigación cualitativa, se sigue el enfoque propuesto por Dworkin (2012) para determinar la muestra, el cual sugiere que se requieren al menos 25 entrevistas para alcanzar la saturación teórica, aunque este número puede variar en un rango de 5 a 50 entrevistas. Estas cifras actúan como una guía para determinar la cantidad aproximada de entrevistas a realizar, teniendo en cuenta que este punto de saturación teórica puede alcanzarse antes o después de completar las 25 entrevistas.

Para las entrevistas con profesionales del campo del cuidado de la piel, se aplican criterios específicos. Estos profesionales deben estar registrados en COFEPRIS, contar con al menos un año de experiencia en Hermosillo, estar involucrados en la prevención o tratamiento de afecciones cutáneas y pertenecer a diversos sectores económicos en Hermosillo.

El proceso de selección de estos profesionales comienza por buscar en los resultados de búsqueda de Google e INEGI a aquellos que cumplan con los criterios establecidos. Posteriormente, se lleva a cabo una visita a clínicas dermatológicas y SPAs en búsqueda de más candidatos. Además, se emplea el

método de bola de nieve, que consiste en recibir recomendaciones de personas que cumplan con los criterios mencionados.

En lo que respecta a la muestra para identificar la disposición de los jóvenes en Hermosillo hacia el cuidado de la piel, se selecciona aleatoriamente una muestra de 384 jóvenes en el rango de edades de 15 a 30 años en Hermosillo, Sonora.

Referencias

- Ana González. (21 de 01 de 2020). *https://repository.cesa.edu.co*. Obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/3973/MDM_52965032_2020_2.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- Contreras , maria Alejandra (2021) conceptualización y caracterización del comportamiento del consumidor. Una perspectiva analítica generacional. *ACADEMO Revista de investigación en ciencias sociales y humanidades*, p15-p28.
- Forbes, s. (23 de 02 de 2018). *forbes.com.mx*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/la-industria-de-la-belleza-en-mexico-vale-154000-mdp/>
- Garnacho G y otros. (07 de 04 de 2020). *www.analesdepediatria.org*:. Obtenido de www.analesdepediatria.org
- J.Felipe P. (2001). La estructura argumentativa: Base para la comprensión y producción de textos científicos y argumentativos. *FORMA Y FUNCIÓN*, 98-118.
- Keyvan, N. (2017). *Beautiful Skin: a Dermatologist's Guide To a Younger Looking You*. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Melania Lopes Cornélio, E. C. (25 de 05 de 2020). Decifrando a composicao dos cosméticos: Risco e Benefícios. Uma Visao do consumidor sobre uso de procutos cosméticos. *Brazilian Journal Of Development*, págs. p30563-p30575.
- N, B. (02 de 02 de 2020). *www.actasdermo.org*. Obtenido de www.actasdermo.org
- Padilla Cambreros, y. o. (2015). Cosméticos y cosmecéuticos en México. . *Revista Médico-Científica de la secretaria de salud Jalisco.*, 89-95.

- Pilar, G. (1996). El vestido y la cosmética en el antiguo Egipto. *Espacio, tiempo y forma. Serie II, Historia antigua.*, 31-54.
- Roberto H, y. o. (2006). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Stella L.C. (2007). Dermatología estética a través del tiempo. *Argent Dermatol*, 227-233.
- Victor N. (2019). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Yera, A., Cambil, J., Curvelo, M., J, D., Miranda, Y., & Sánchez, Z. (2021). Hábitos sobre fotoprotección en pacientes de consulta dermatológica. *Eugenio Espejo Facultad de ciencias de la salud*, p39-p46.

Tendencias actuales en el mercado de consolas de videojuegos que son tomadas en cuenta por los consumidores de 18 a 30 años de edad en Hermosillo, Sonora

Mario Andres Peiro Tapia

Ana Cristina Pacheco Navarro

Resumen

El mercado de consolas de videojuegos ha sufrido una variación de cambios y ha experimentado ciertas innovaciones a través de su historia. Pasando por diferentes etapas, desde las más tempranas en su creación en la década de 1950, su popularización en la década de 1970 y en tiempos recientes donde ha recibido un empuje considerable gracias al confinamiento ocasionado por la pandemia de COVID-19.

Junto con el mercado también ha evolucionado el producto en factores tales como el aspecto técnico de las consolas de videojuegos las cual han sido innovadas a través de los años. La percepción del público en general ha cambiado a una más positiva en la que inclusive se han generado eventos como torneos, convenciones, etc.

En la actualidad existen 3 marcas presentes en el mercado consolas de videojuegos Hermosillo, Sonora. Sony con la consola PlayStation 5 Microsoft se encuentra presenta con su consola Xbox series X y Xbox Series S. Nintendo actualmente tiene 3 modelos en el mercado Nintendo Switch, Nintendo Switch Lite y Nintendo

La presente ponencia pretende investigar y exponer las tendencias del mercado de consolas de videojuegos en Hermosillo, Sonora. Se presentarán los objetivos generales y específicos, la metodología seleccionada y conclusiones.

Palabras claves: Innovación, Experiencias, Compra y Marcas

Objetivo general

Identificar las tendencias actuales que dominan el mercado de consolas de videojuegos y que son tomadas en cuenta por los consumidores de 18 a 30 años de edad por medio de la aplicación de instrumentos cuantitativos para conocer el panorama de la industria de consolas de videojuegos en Hermosillo, Sonora.

Objetivos específicos

1. Analizar las percepciones que tienen los consumidores de 18 a 30 años de edad de las 3 marcas presentes en el mercado.
2. Compren las razones de compra de una consola de videojuegos para los consumidores de 18 a 30 años de edad.
3. Conocer que factores de influencia en la compra de una consola de videojuegos para los consumidores de 18 a 30 años de edad.
4. Identificar las expectativas futuras que tienen los consumidores de 18 a 30 años de edad para el mercado de consolas de videojuegos en Hermosillo, Sonora.

Planteamiento del problema

La industria de los videojuegos está en constante crecimiento a nivel mundial, en el año 2021 los ingresos de esta industria fueron de 180,300 millones de dólares, un 1.4% superior a los ingresos de 2020 (NewZoo, 2021).

En México la industria de los videojuegos no se está quedando atrás ya que ha crecido un 106% en los últimos 12 años, al pasar de 0.84 billones de dólares generados en 2009 a 1.73 billones de dólares generados en el año 2021, posicionando así al país como el más importante para esta industria en Latinoamérica (Forbes, 2022).

A pesar de lo anteriormente mencionado en Hermosillo, Sonora se cuenta con únicamente una tienda especializada en la venta de este producto. Dada la importancia que representa el país para esta industria se replantea la presencia que debería tener esta industria en Hermosillo, Sonora y si este debiese recibir una mayor importancia y un reconocimiento de mercado meta.

Antecedentes

En el campo de la literatura el autor Marti Perraño explica en su obra “Marketing y Videojuegos” cuáles son las características de los videojuegos por los cuales son atractivos para su compra, tomando en cuenta otros estudios previos. Las Características que resaltan los autores son las siguientes:

- Interactividad
- Entretenimiento

- Jugabilidad
- Simulación
- Inmersión
- Multiplataformidad

Otro autor que se ha adentrado en el campo de la investigación sobre el mercado de los videojuegos es Molesworth M con su investigación enfocada en el consumo de los videojuegos en adultos como escape imaginativo de la rutina donde concluye que las personas mayores edad utilizan a las consolas de videojuegos como un método de escape a la realidad misma, contrario a lo que se creía que su único uso era con fines de entretenimiento.

En el terreno de las teorías en la revisión literaria existen algunas que han sido utilizadas para explicar las razones de compra de los consumidores de las consolas de videojuegos:

- Teoría de identidad social
Explica como el consumidor realiza una personificación para la consola de videojuegos debido a que los usuarios proyectan su misma personalidad en torno a la marca por medio de la satisfacción y tiempo que se emplee en el uso de la consola.
- Teoría de la acción razonada
Enfatiza en la influencia social y como esta hace comportarnos de cierta forma. En el ámbito de las consolas de videojuegos esta teoría explica que el usuario realiza la compra de una determinada consola de videojuegos en base a las opiniones y gusto de su grupo de influencia.
- Teoría unificada de aceptación y uso de la tecnología

Se concentra en las expectativas del consumidor enfocadas en los aspectos técnicos que ofrecen las consolas, tales como el rendimiento, capacidad de almacenamiento, etc.

Metodología

El enfoque que se utilizó para esta investigación fue de carácter cualitativo ya que para obtener la información correspondiente se utilizó un focus group dirigido a sujetos que cumplieran el perfil de usuario de consola de videojuegos y entren en el rango de edad requerido para esta investigación.

El focus group se realizó con el objetivo de conocer opiniones y preferencias referentes a las 3 marcas de consolas presentes en el mercado. Comenzando por la percepción de la misma marca y si esta era positiva o negativa y cuanta experiencia han tenido con ella previa a la realización del focus group.

Se hizo énfasis en las experiencias que los participantes hayan tenido con las consolas de las 3 marcas, se les pregunto qué tan fácil se les resultaba de usar y que características se les hacía atractiva para la compra de una consola de videojuegos referente al momento de su uso y si han tenido alguna dificultad técnica que haya impactado en su percepción de la marca o consola.

Se les pidió a los participantes que hagan una comparativa de las consolas, mencionando sus pros y contras, haciendo especial enfoque en la relación de calidad-precio y si consideraban a alguna consola de videojuegos superior a la otra en aspectos de hardware, juegos disponibles y servicios en línea.

Las experiencias personales con las consolas de videojuegos de los participantes fueron muy tomadas en cuenta, tanto las positivas como las negativas. Además de conocer cuáles fueron sus principales factores de influencia para la adquisición de su consola de videojuegos.

Como cierre del focus group se les pregunto a los participantes cuales eran sus expectativas para el mercado de consolas en Hermosillo, Sonora y que características mejorarían en futuras versiones de las consolas de videojuegos.

Resultados

La interpretación de los resultados muestra que los participantes percibían a la marca Nintendo y a su consola Nintendo Switch como la marca más familiar y accesible de todas debido a sus juegos de carácter infantil y con su naturaleza cooperativa. La percepción para PlayStation y su consola fue como la más costosa de todas, por ende, la de más lujo donde su ventaja competitiva recaía en sus juegos exclusivos. Cabe recalcar que, de las 3 marcas, PlayStation fue con la que menos se sintieron identificados los participantes. Caso contrario a Xbox donde expresaron una percepción positiva hacia la marca y consola. Muchos de los participantes poseían o han tenido en su posesión una consola de videojuegos de la marca Xbox y los que actualmente no tenían una consola de esta marca expresaron su interés por adquirir una.

En la cuestión de usabilidad existieron opiniones divididas ya que algunos compartían la opinión de que Nintendo tenía la consola más accesible de la actual generación esto gracias a su facilidad de uso al

momento usarla y jugar con otra persona que es uno de sus principales atributos según los participantes del focus group. Los tenían en su posesión una consola de PlayStation 5 afirmaron que era la más fácil de usar, esto gracias a la comodidad que presenta su control, además de la facilidad de manejo que presenta su interfaz.

Las 3 consolas tuvieron diversas razones de compra, en este punto del focus group se utilizó una dinámica para que describieran la razón de compra de cada consola con una sola palabra. La que más se repitió para PlayStation fueron los juegos exclusivos, para Xbox la variedad que poseía su catálogo y para Nintendo la accesibilidad que tiene al momento de jugar con otra persona. Siendo estas razones de compra lo que diferencia a una consola de la otra ya que dieron respuestas muy similares al momento que se les pidió hacer una diferenciación de cada una de las consolas.

Xbox series X fue considerada como la consola más potente en términos de Hardware, catálogo de juegos y servicios en línea. En la cuestión de la relación calidad- precio solamente la Xbox Series S y la Nintendo Switch entro a consideración de los participantes como las que realmente valían la pena de adquirir considerando lo que valen y lo que ofrece. Los participantes consideraron que la consola PlayStation 5 no valía la pena en términos de precio- calidad debido a consideraron que el precio estaba excesivamente elevado para lo que puede llegar a ofrecer la consola.

La mayoría de los participantes coincidieron en que los amigos y familiares son el mayor factor de influencia para la adquisición de una consola de videojuegos, esto debido a que ven el uso de las consolas de videojuegos como un pasatiempo social y buscan constantemente compartirlo con otras personas.

En relación con las expectativas futuras los participantes coincidieron en que el mayor cambio que necesitan las consolas de nueva generación y especialmente PlayStation es un ajuste de precio para hacerlo más accesible a más personas. Destacando que, de las 3 marcas y consolas, Nintendo ha sido la más innovadora con su consola Nintendo Switch por aspectos como las dinámicas que ofrecen los juegos, el que sea portátil y los accesorios que posee.

Bibliografía

CHEN, A.; LU, Y. y WANG, B. (2016), "Enhancing perceived enjoyment in social games through social and gaming factors". *Information Technology y People*, 29 (1), p. 99-119. DOI: 10.1108/itp07-2014-0156

Forbes. (29 de Junio de 2022). <https://www.forbes.com.mx/>. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/>: <https://www.forbes.com.mx/la-industria-del-videojuego-en-mexico-represento-1-73-billones-de-dolares-en-2021>

KWAK, D.H. et al. (2010), "Exploring the antecedents and consequences of personalizing sport video game experiences". *Sport Marketing Quarterly*, 2009, 19, p. 217-225

Martí Parreño, J. (2010). *Marketing y Videojuegos: Product Placement, in-game advertising y advergaming*. Madrid: ESIC Editorial.

Molesworth, M. (2009). Adults' consumption of videogames as imaginative escape from routine. *Advances in Consumer Research*, 36

NewZoo. (1 de Julio de 2021). <https://newzoo.com>. Obtenido de <https://newzoo.com>: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2021-freeversion>

TAJFEL, H. (1981), *Human Groups and Social Categories*, Cambridge: Cambridge University Press.

VENKATESH, V., THONG, J.Y. y XU, X. (2012), "Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology". *MIS quarterly*, 36 (1), p. 157-178

Retos del sector restaurantero en Hermosillo

Mariel Rosalía López Pérez

Ciro Romo Puebla

Antecedentes

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) la industria restaurantera representa el 12.2% de todos los negocios del país. De tales unidades, el 96% son microempresas. Durante el año 2020 el sector tuvo una caída súbita del 2.0 al 1.1% del PIB nacional, según datos del 2020. (INEGI, 2021)



Ilustración 1 PIB Restaurantes en México desde 1995 elaboración propia con datos del INEGI

Tal como se muestra en la gráfica anterior, la industria ha tenido un crecimiento sostenido desde la década de los noventa. Sin embargo, en el año 2020 hubo un desplome en él - derivado de la crisis de la pandemia -. Pero también se puede observar una continuación en el crecimiento durante los años 2021 y 2022 lo que hace pensar que el sector sigue estando en crecimiento constante a pesar de los obstáculos.

Tomando como base la información anterior, se puede malinterpretar que la caída y la posterior recuperación de la industria, se debe solo al cierre durante la pandemia del 2020 y la posterior apertura. Lo cual resultaría apresurado al considerar que un sistema económico, no solo depende de

una o dos variables. Por lo contrario, la presente información debe de servir como punto de partida para interpretar que el sector restaurantero es resiliente y se encuentra en crecimiento sostenido. Por lo que se vuelve cada vez más relevante su análisis y diagnóstico.

Ya en el 2019 (antes de pandemia) se consideraba de 4 de cada 10 empresarios restauranteros independientes, no continuarían después de tres años y que solo 2 de cada 10 sobrepasarían el umbral de los cinco años (AMR, 2019).

De acuerdo con Dámaris Chávez, dentro de los principales retos de la industria restaurantera en México se encuentran; la innovación y fidelidad de los consumidores, comprender al consumidor, la activación de la demanda y la atención de los cambios del comportamiento del consumidor, como los derivados del COVID-19 (Maza, 2023).

Ahora bien, tomando datos que competen a la ciudad de Hermosillo, Son. de acuerdo con información del DENU, en la ciudad existen 3,724 unidades económicas que entran en la clasificación de servicio de preparación de alimentos y de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. Sin embargo, dentro de la categoría de preparación de alimentos a la carta y de comida corrida, son solamente 398 unidades, misma sección que, de acuerdo con el mismo organismo, es la aquella que agrega más valor por persona ocupada del sector. (INEGI, Directorio Nacional de Unidades Economicas, 2020).



Fuente: INEGI. Censos Económicos, 2019.

Por otra parte, los hábitos de alimentación del Hermosillense, se han ido modificando con el paso del tiempo, la implementación del tratado de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, derivó en que hubiera diferentes condiciones laborales en país, lo que a su vez propicio un cambio en

los patrones del consumo de alimentos. Por lo que ahora cada vez es más frecuente que el Hermosillense esté dispuesto a consumir con más frecuencia alimentos fuera de casa, lo que constituye una oportunidad a la creación y desarrollo de nuevos restaurantes y productos. (Melendez-Torres, 2020)

Con todo lo anterior surge la pregunta: **¿Cuáles son los retos del sector restaurantero en Hermosillo?**

Objetivo

Conocer los retos de los restaurantes en Hermosillo utilizando el método de entrevista de a propietarios de restaurantes.

Metodología

Las entrevistas de profundidad son aquellas en las que el investigador por medio de encuentros cara a cara con los informantes realiza preguntas, ya sea, estructuradas o no estructuradas acerca de las vidas, experiencias o situaciones de los entrevistados. (Centro de investigación y docencia, 2008)

Para efectos del presente documento se realizarán entrevistas a empresarios propietarios de restaurantes, dentro de la categoría de restaurante con servicio a la carta o de comida corrida, de acuerdo con los siguientes criterios: propietarios que hayan estado involucrados en la apertura de uno o más restaurantes en los últimos años. El instrumento utilizado se compone de lo siguiente:

1. Bienvenida: Aquí se le preguntan los datos generales del entrevistado, se le agradece por su participación y se le solicita el consentimiento de grabación de audio.
2. Historia y contexto: se le pregunta de su comida favorita con la intención de ablandar la conversación, también se le pregunta acerca de su experiencia en el sector y la experiencia específica del tipo de restaurantes.
3. Experiencia actual: Se le preguntan opiniones del sector, y preferencias del consumidor con base en su experiencia.
4. Significado o aplicación: proceso de apertura de una unidad de negocios, criterios de selección de ubicaciones, decisiones propias y arrepentimientos.
5. Cierre: se le pregunta si le gustaría agregar algo más y se le agradece por su tiempo y participación.

Resultados

Derivado de la aplicación de la entrevista anteriormente descrita se realiza a continuación un resumen de la información recopilada hasta el momento, misma que constituye un análisis de carácter preliminar, con miras su continuación.

Entrevistados	Enrique Morfin (Taquerías El Panal)	Isaí Reyes (el Brunch)
Experiencia	3 años apertura de 3 sucursales	5 años apertura de 2 sucursales
Opiniones del sector	Los lugares de auge son aquellos que se ponen de moda y permanecen los que hacen las cosas diferentes	Lugares de comida rápida pueden tener mayor éxito que otro tipo de restaurantes
Opiniones del consumidor	“El consumidor busca experiencias agradables” “El consumidor se fija mucho en que está comprando y como se lo están dando”	“Es un consumidor hermosillense complicado” “El cliente prefiere cantidad sobre calidad”
Situación actual	El cliente busca buen servicio, estacionamiento, ambiente ameno, familiar el sabor se da por hecho	Conviene estar en un lugar donde el cliente no tenga problemas en llegar
Retos	Tener un concepto que sea atractivo para el cliente Pasar de la moda al arraigo	Que el cliente esté dispuesto a probar cosas nuevas Terminar de entender el mercado

Reflexión final

Si bien lo anteriormente descrito es un acercamiento inicial, a los empresarios del sector. Sin duda la información viene a ser de gran valor, para ir esbozando como está funcionando actualmente el sector restaurantero y que retos enfrenta. Hará falta más información y más entrevistas, así como un posterior acercamiento al consumidor para que el conocimiento del sector sea más fiable y de utilidad para el público en general.

Trabajos citados

AMR. (2019, Enero 4). *Asociacion Mexicana de Restaurantes*. Retrieved from

<https://www.amr.org.mx/datos-de-la-industria.phtml>

Centro de investigación y docencia. (2008, Febrero). *Métodos cuantitativos aplicados 2*. Chihuahua.

INEGI. (2020). *Directorio Nacional de Unidades Economicas*. Retrieved from

<https://www.INEGI.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

INEGI. (2021). *Conociendo la industria restaurantera*. Aguascalientes.

Maza, D. R. (2023). *Innovacion en marketing. Sus efectos sobre el valor en marketing y el egagements del consumidor en el sectorde restaurantes en CDMX*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Melendez-Torres, A. d.-H. (2020). *Comer en la calle. Rasgos, espacios y practicas en la ciudad de Hermosillo, Sonora. Revista de alimentacion contemporanea y desarrollo regional*, Volumen 30 N.55.

Percepción de la experiencia de las generaciones Millennial y Centennial de vivir en Casa Compartida en Hermosillo, Sonora

Josseline Bernabe Rivera

Ciro Moisés Romo Puebla

Adolfo Esteban Arias Castañeda

Resumen

Las generaciones millennials y centennials están en una constante búsqueda de mejorar su calidad de vida, tanto en lo personal como en lo ambiental. En Hermosillo, esta búsqueda se ve complicada por diversos factores propios de una ciudad en vías de desarrollo y crecimiento. La vivienda compartida es una opción que puede responder a las necesidades de estas generaciones, ya que ofrece un espacio más accesible y sostenible. La importancia de investigar radica en conocer si las generaciones jóvenes tienen una percepción positiva hacia la experiencia de vivir bajo este concepto, mediante una encuesta realizada en septiembre 2023, se encontraron resultados positivos, por lo que se considera como la opción de vivienda alternativa del futuro.

Palabras Clave: Vivienda, alternativa, perspectiva, joven.

Problemática

En diferentes países, como España, Estados Unidos y Corea del Sur, según artículos e investigaciones realizadas por diferentes autores como estardondeestes.com (2019), Sanz (2021), Schaeffer (2022), Jeongseob Kim (2020) ha surgido una tendencia que combina el alquiler de viviendas y espacios de trabajo en un mismo lugar. En España, por ejemplo, la mudanza con amigos o parejas es común entre las generaciones jóvenes debido a la falta de ahorros para comprar una casa y los altos costos de alquiler en ciudades. Similarmente, en Estados Unidos, la disponibilidad de viviendas asequibles se ha vuelto un problema importante para la mitad de la población, especialmente después de la pandemia. En Corea del Sur, la vivienda compartida es vista positivamente, pero la privacidad es una consideración crucial.

En México, la demanda de viviendas residenciales aumentó significativamente, con un enfoque en propiedades co-living después de la pandemia según Lamudi (2020) además una tendencia hacia la renta de departamentos en el 2022 Lamudi(2022). Por otro lado, Las generaciones Millennial y Gen Z se preocupan por el estrés, el empleo y el medio ambiente. La mayoría de los Millennials en México

pueden costear su costo de vida, mientras que los Centennials están más preocupados por el acoso sexual y el costo de vida. Ambas generaciones están comprometidas con la protección del medio ambiente. Deloitte México (2022)

En Hermosillo, la población está en aumento según datos de INEGI (2020), pero los precios de la vivienda también suben, lo que dificulta que los jóvenes tengan una vivienda propia. La privacidad se ha vuelto un lujo inalcanzable para muchos jóvenes en la ciudad. Además, el crecimiento de la ciudad hacia la periferia crea desafíos adicionales, como distancias largas, altos costos de vivienda, transporte y tiempo.

Objetivo

Analizar la percepción de las generaciones jóvenes hacia la experiencia de vivienda compartida en Hermosillo mediante fuentes primarias con el propósito de ayudar a los empresarios del giro inmobiliario en su toma de decisiones estratégicas.

Metodología utilizada

La investigación sigue un enfoque metodológico de naturaleza exploratoria y descriptiva, sin recurrir a experimentación, con el propósito de lograr la identificación de los objetivos planteados mediante un análisis cuantitativo. Para la recolección de los datos se utilizó la encuesta misma que incluye preguntas sobre información sociodemográfica y escalas Likert para evaluar diversas características del tema.

Población objetivo: Generaciones Y y Z en Hermosillo, Sonora, con un total de 650,998 habitantes. Tamaño de la muestra: 383 encuestas estratificadas. Método de recopilación de información: Encuesta a través de cuestionario en Hermosillo. Criterio de estratificación: Generación económicamente activa ocupada. Margen de error: 5%, nivel de confianza: 95%. Trabajo de campo realizado en septiembre de 2023. Generaciones en población económicamente activa ocupada: Millennials (83,025) y Centennials (34,648), con un total combinado de 117,673. Se utilizó el método cuantitativo donde se evaluó con base a la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra de una población finita:

$$n = N * Z\alpha^2 p * q / d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * p * q$$

Dónde:

N = Total de la población. 117, 673 millennial y centennials.

$Z\alpha = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.50 = 0.95)

d = precisión (en esta investigación 5%)

n = tamaño de la muestra de tamaño finito.

Para determinar el tamaño de la muestra para este estudio con respecto de estudio cuantitativo, es decir cantidad de encuestas a aplicar se detalla a continuación:

$$n = \frac{566 * 1.96^2 * 0.05 * 0.05}{0.04^2 (566 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.05} = 598 \text{ encuestas a aplicar.}$$

Resultados obtenidos

- Datos Sociodemográficos y Sexo por Generaciones

Sexo	Centennial	Millennial
Femenino	46.9%	17.0%
Masculino	27.3%	8.8%

Tabla 1. % Generacional. SEXO. Elaboración Propia

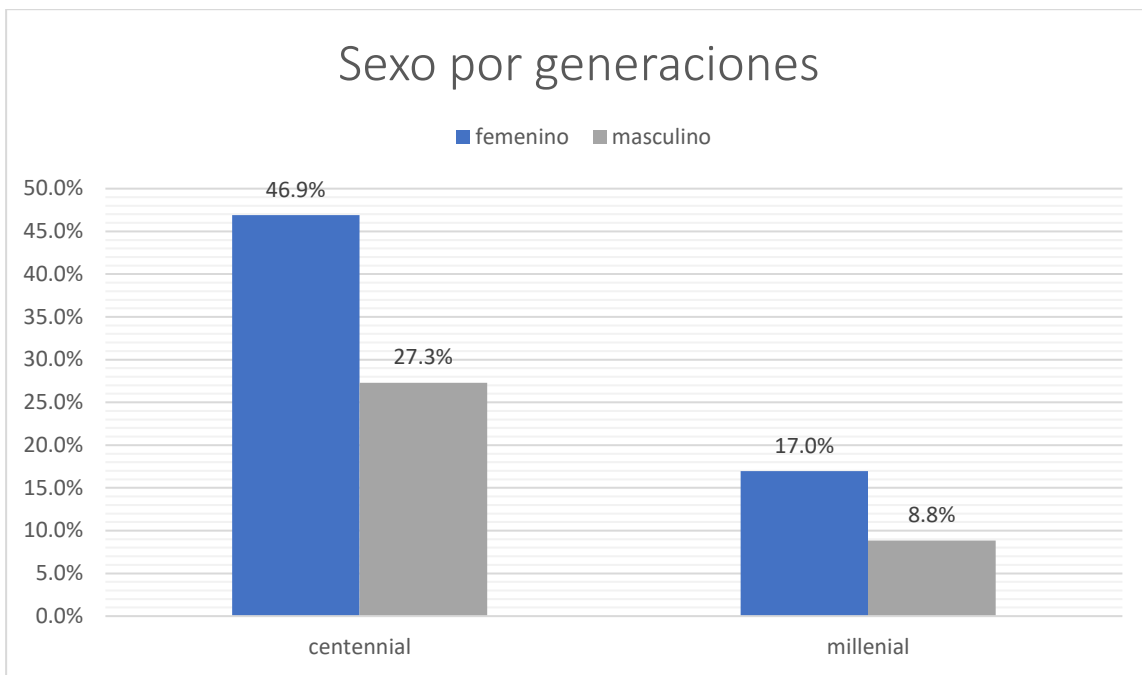


Ilustración 2.%Generacional. Sexo. Elaboración propia

Análisis

La tabulación y el gráfico muestran que la participación fue más alta entre las mujeres de la generación Centennial y más baja entre los hombres de la generación Millennial.

Nivel Socioeconómico según la generación

Ingresos	Centennial	Millennial
Menos de 2699	29.6%	3.9%
Entre \$2,700 y \$6,799	17.8%	4.2%
Entre de \$6800 y \$11,599	13.1%	5.1%
Entre \$11,600 y \$34,999	10.2%	10.4%
Más de \$35,000	3.5%	2.2%

Tabla 2 %Generacional. Ingresos. Elaboración Propia

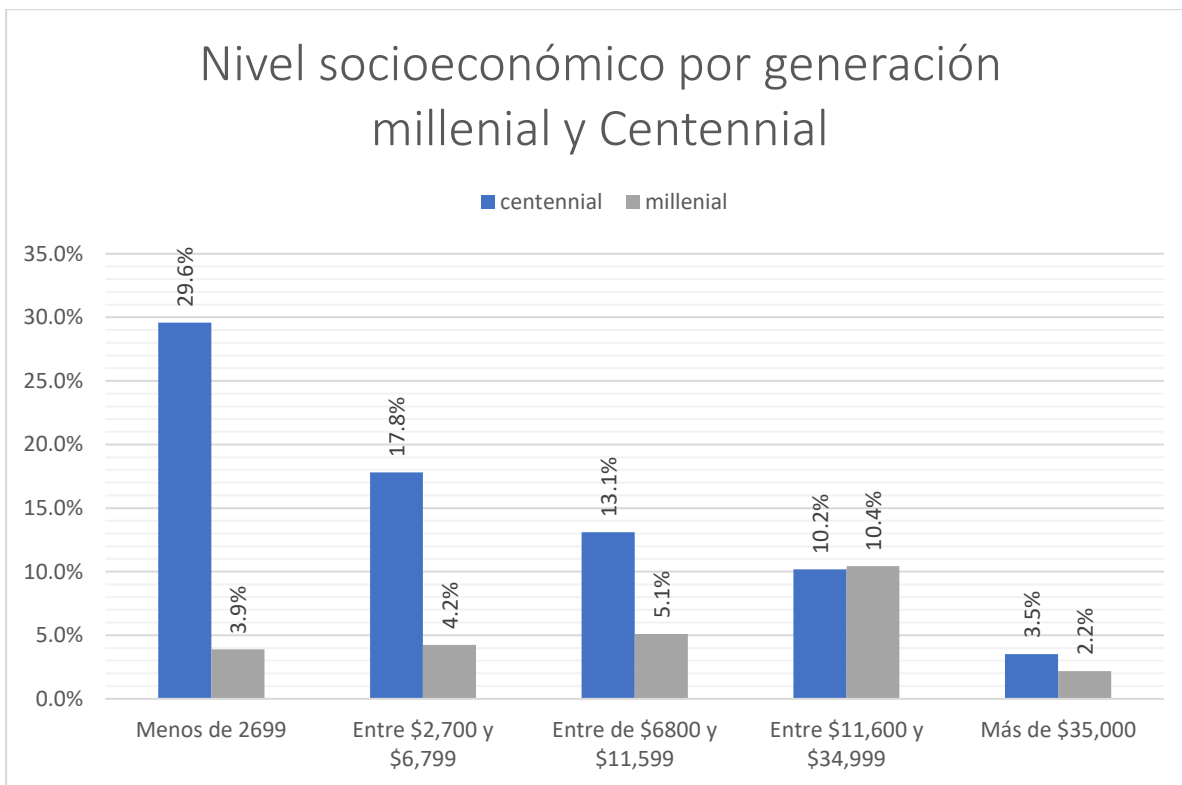


Ilustración 3. %Gen ingresos. Elaboración Propia

Análisis

Según la tabla de comparación de ingresos entre Millennials y Centennials, la mayoría de los Centennials ganan menos de \$2,699 pesos mexicanos, mientras que la mayoría de los Millennials ganan entre 11,000 y 34,999 pesos mexicanos.

Escolaridad por generación

Escolaridad	Centennial	Millennial
Estudios Secundarios	1.0%	1.3%
Estudios de bachillerato	1.5%	1.2%
En licenciatura	57.1%	8.6%
Licenciatura titulada	14.2%	11.4%
Maestría trunca	0.5%	1.0%
Maestría titulada	0.0%	1.7%
Doctorado trunco	0.0%	0.4%
Doctorado titulado	0.0%	0.2%

Tabla 3%Generacional. Escolaridad. Elaboración Propia

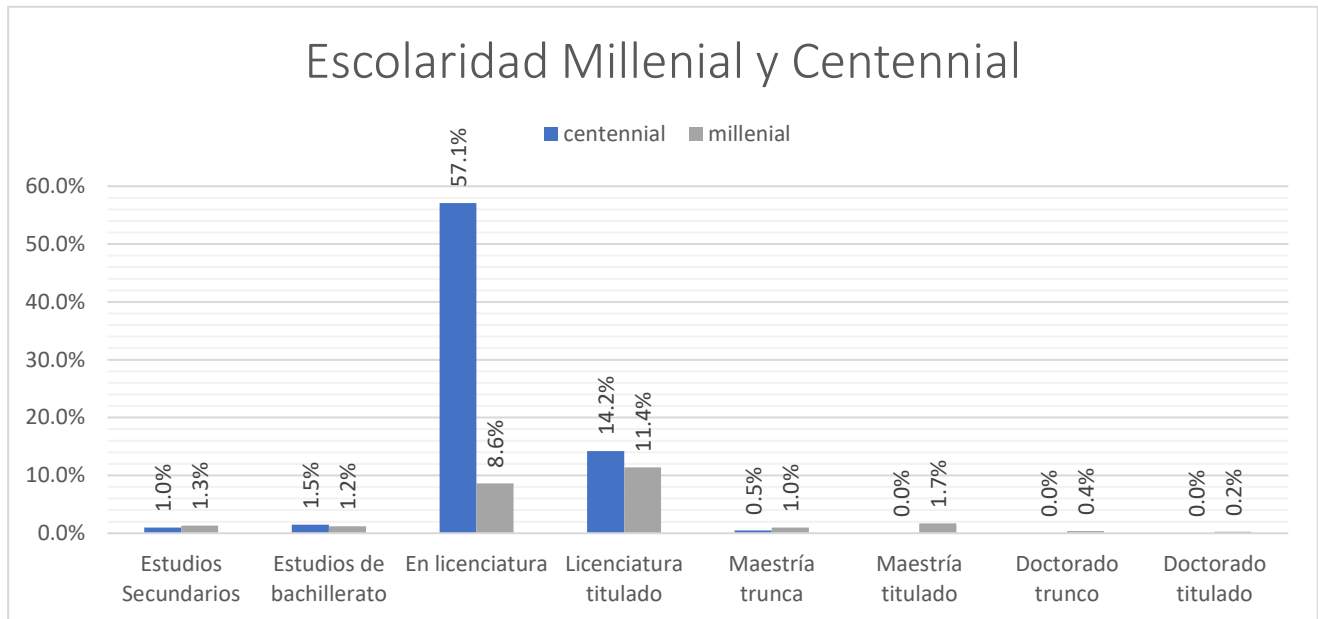


Ilustración 4 %Gen Escolaridad. Elaboración Propia

Análisis

La tabla de comparación de niveles de educación entre Millennials y Centennials muestra que la mayoría de los Centennials continúan su educación universitaria, mientras que la mayoría de los Millennials ya han completado sus estudios y obtuvieron sus títulos.

Percepción Millennial VS Centennial, ¿Conoces el concepto de Casa Compartida?

	Centennial	Millennial
	% de N totales de columna	% de N totales de columna
Si	63.1%	54.0%
No	26.1%	27.2%

Tabla 4%Generacional. Concepto de Casa Compartida. Elaboración Propia

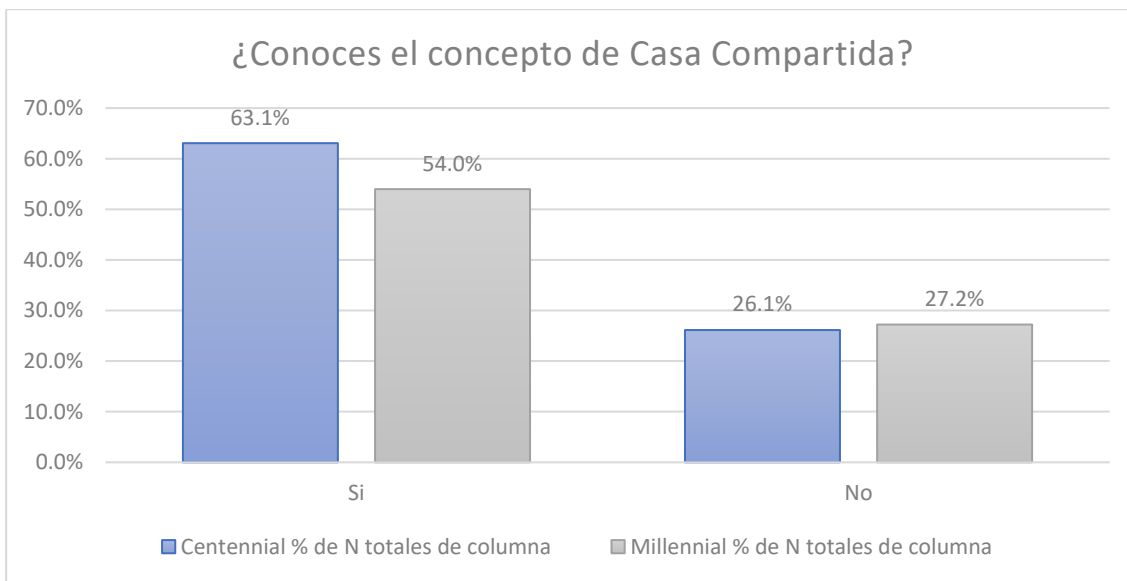


Ilustración 5 %Gen Concepto de Casa Compartida. Elaboración Propia

Análisis

Según la tabla de comparación de la percepción sobre el conocimiento del concepto de casa compartida arrojó que la mayoría de la los Centenials hermosillenses conocen el concepto de Casa compartido al igual que la mayoría de Millenials.

¿Has tenido una experiencia en Casa Compartida?

	Centennial	Millennial
	% de N totales de columna	% de N totales de columna
Si	11.6%	18.3%
No	51.5%	35.2%

Tabla 5%Generacional. Tener experiencia. Elaboración Propia

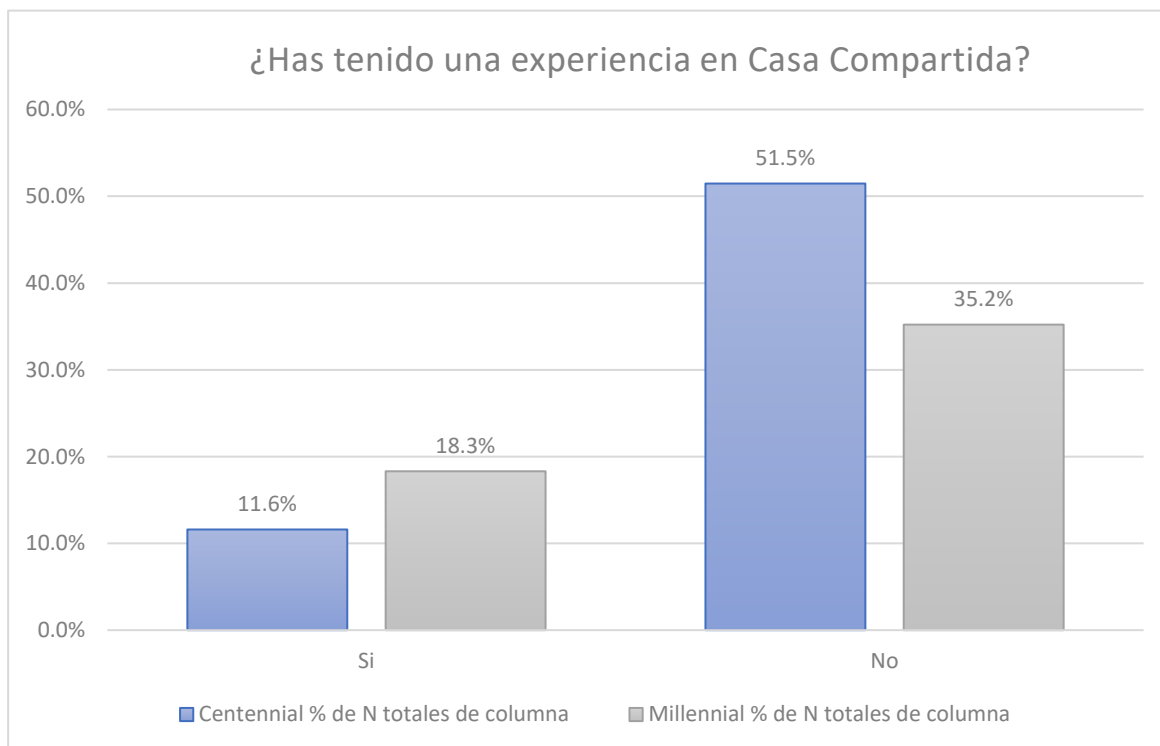


Ilustración 6 %Gen.Tener Experiencia. Elaboración Propia

Análisis

Según la tabla de comparación de la percepción sobre si han tenido una experiencia en el hospedaje de casa compartida arrojó que la mayoría de la los Centenials hermosillenses no han tenido esta experiencia al igual que la mayoría de Millenials.

Evaluación de la experiencia en Casa Compartida

	Centennial	Millennial
	% de N totales de columna	% de N totales de columna
muy malo	0.5%	2.8%
malo	0.8%	1.4%
ni bueno ni malo	3.6%	4.2%
bueno	4.4%	5.6%
muy bueno	1.6%	4.2%

Tabla 6%Generacional. Evaluación. Elaboración Propia

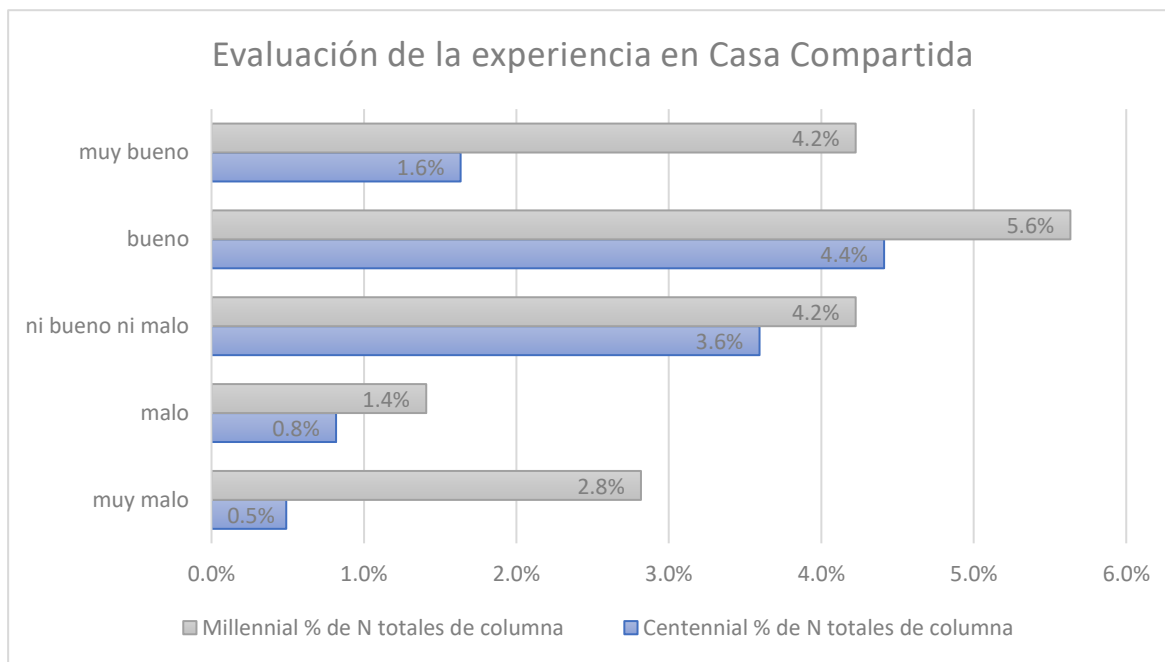


Ilustración 7 %Gen Evaluación. Elaboración Propia

Análisis

Según la tabla de comparación de la evaluación sobre la experiencia en el hospedaje en casa compartida de los jóvenes como lo son los Millennials y Centennials dijeron que si han tenido dicha experiencia arrojó que la mayoría tuvo una buena experiencia.

Conclusión

Los hallazgos de este análisis revelan varias tendencias interesantes entre las generaciones Millennials y Centennials en Hermosillo. En primer lugar, se observa una diferencia de género significativa en la participación, con una mayor representación de mujeres en la generación Centennial y una menor presencia de hombres en la generación Millennial, lo que podría reflejar dinámicas demográficas cambiantes en la sociedad.

Además, las disparidades en los ingresos entre estas generaciones son notables, con la mayoría de los Centennials ganando menos de \$2,699 pesos mexicanos, mientras que la mayoría de los Millennials tienen ingresos en el rango de 11,000 a 34,999 pesos mexicanos. Esto podría estar relacionado con las etapas diferentes de sus carreras y la situación económica en la que se encuentran.

En cuanto a la educación, se evidencia que la mayoría de los Centennials aún están estudiando en la universidad, en contraste con la mayoría de los Millennials, que ya han obtenido sus títulos, lo que refleja una diferencia generacional en términos de la etapa educativa y el nivel de logro académico.

Por último, la percepción y experiencia relacionadas con el concepto de vivienda compartida son similares entre ambas generaciones, ya que la mayoría de los encuestados conocen el concepto, pero la mayoría no ha tenido experiencia en el hospedaje en viviendas compartidas. Aquellos que han tenido esta experiencia tienden a evaluarla de manera positiva, lo que sugiere un potencial interés creciente en esta forma de vivienda en ambas generaciones.

Referencias

Estandondeestes (2019). Generación Z: Nativos digitales en busca de vivienda. Recuperado de <https://estardondeestes.com/movi/es/articulos/generacion-z-nativos-digitales-en-busca-de-vivienda>

Jeongseob Kim (2020). Is shared housing a viable economic and social housing option for young adults?: Willingness to pay for shared housing in Seoul,. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S026427511930931X?via%3Dihub>

Sanz, E. (2021). El confidencial. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/vivienda/2021-05-21/vivienda-alquiler-propiedad-problemas_3090212/

Schaeffer, K. (2022). Pew Research Center survey. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/01/18/a-growing-share-of-americans-say-affordable-housing-is-a-major-problem-where-they-live/>

Lamudi (2020) Así cierra el 2020 el sector inmobiliario mexicano. Reporte Inmobiliario. Recuperado de <https://www.lamudi.com.mx/journal/cierre-inmobiliario-mexico-2020/>

Lamudi (2022). Reporte De Bienes Raíces En México 2022. Recuperado de <https://www.lamudi.com.mx/journal/reporte-de-bienes-raices-en-mexico-2022-lamudi/>

Deloitte México (2022). Encuesta «Millennial» y Gen Z 2022. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/about-deloitte/articles/encuesta-millennial-y-genz-2022.html>

INEGI (2020). Índices de precios de la vivienda en México. Recuperado de <https://rde.INEGI.org.mx/index.php/2022/10/13/indices-de-precios-de-renta-de-la-vivienda-en-mexico-basados-en-la-enigh/>

El impacto del marketing sostenible en el comportamiento de consumo de la moda circular

Astrid Martínez Lugo

Lourdes Patricia León López

Resumen

La industria textil genera un desequilibrio ambiental crítico, agotando rápidamente recursos ambientales vitales y contaminando el recurso del agua con desechos tóxicos. La moda circular y el marketing sostenible se proponen como posibles soluciones para reducir este impacto. La investigación se centra en analizar cómo el marketing sostenible contribuye al aumento de la moda circular y a la disminución de la contaminación hídrica en México, considerando las generaciones Y y Z en Hermosillo, Sonora.

La revisión bibliográfica destaca la magnitud del problema, con la industria textil consumiendo enormes cantidades de agua y generando desechos significativos. La metodología combina enfoques cualitativos y cuantitativos, segmentando la investigación según las generaciones Y y Z. El objetivo de la investigación busca comprender las complejidades del consumo de moda en las generaciones Y y Z, con un enfoque en la sostenibilidad y el impacto ambiental, proponiendo el marketing sostenible como una vía para mejorar las prácticas de consumo.

Palabras Clave: marketing sostenible, moda circular, industria textil, impacto ambiental.

Introducción

La industria textil, tiene un impacto que conlleva a un desequilibrio ambiental crítico debido a su rápido sistema de producción. Este fenómeno conduce a una deuda ecológica con el planeta, agotando recursos naturales a una velocidad insostenible. El proceso de fabricación textil, en particular, impacta negativamente en el recurso no renovable crucial: el agua. La evidencia revela que los desechos textiles contaminan el agua con altos niveles de colorantes y complejas mezclas químicas, volviéndola tóxica y no apta para su uso (Lara, Cabral, & Cunha, 2022).

En la actualidad, la industria textil sigue un modelo económico lineal, generando productos de un solo uso. Alarmanamente, el 73% de los textiles termina como desecho, mientras solo el 1% se recicla

para producir nuevos productos. Por otra parte, el comportamiento del consumidor también desempeña un papel crucial. Fomentar el consumo responsable, evitando compras impulsivas y productos de corta duración, choca con los intereses de las industrias (Luján-Ornelas et al., 2019).

En el transcurso de la evolución tecnológica e industrial a escala global, el planeta ha experimentado transformaciones de índole insostenible, directamente repercutiendo en la calidad del entorno que compartimos. Ante esta evolución, las empresas se encuentran compelidas a intensificar su atención, responsabilidad y compromiso en relación con la preservación del medio ambiente.

La presente investigación requiere la identificación de las variables que incidirán en el actual proyecto de estudio, con el fin de evidenciar la viabilidad de analizar el impacto ambiental derivado de la industria textil y la moda rápida en México. En los párrafos subsiguientes, se ha realizado una revisión de investigaciones previas, en las cuales se exponen las diversas variables que influyen en el impacto ambiental, destacando los progresos realizados por diversos investigadores.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuye la implementación del marketing sostenible al aumento en la adopción de productos de moda circular y a la disminución de la contaminación hídrica en México? La huella ecológica dejada por la industria textil es considerable, subrayando la necesidad de explorar alternativas para mitigar sus impactos adversos.

Conforme a los informes proporcionados por la ONU, la industria de la confección consume anualmente 93 mil millones de metros cúbicos de agua, equivalente al sustento de cinco millones de personas. La producción de unos jeans requiere 7,500 litros de agua, situando a la industria de la moda como responsable del 20% del total de desechos hídricos a nivel mundial (ONU, 2019).

Reflexionar sobre la posible reducción de vertidos de aguas residuales mediante un mayor consumo de moda circular en la sociedad mexicana, así como evaluar el impacto del marketing sostenible en la cultura del país para reducir la demanda de prendas textiles nuevas, se vuelve crucial.

Objetivo general

Analizar los patrones de consumo, tanto de prendas nuevas como de segunda mano, así como el nivel de conciencia sustentable, que influyen en la adopción de la moda circular en las generaciones Millennial y Z en Hermosillo, Sonora.

Hipótesis

- H1: Generación Y muestra una mayor predisposición hacia la adquisición de prendas de segunda mano en comparación con la generación X.
- H2: Generación X exhibe un mayor nivel de conciencia sustentable en comparación con la generación Y

Justificación

En la contemporaneidad, observamos diversas tendencias en el consumo de bienes, servicios y productos, factores que, de manera concomitante, inciden en la problemática de la escasez de algunos recursos naturales. Como se ha indicado previamente, uno de los recursos preeminente en la manufactura es el agua, cuyo agotamiento se torna cada vez más frecuente.

La generación de desechos que comprometen la potabilidad del agua es multifactorial, instando a la búsqueda de estrategias para mitigar su constante contaminación. Indudablemente, la responsabilidad de reducir este impacto nace tanto en los consumidores como en las empresas productoras. La industria textil, por ejemplo, destaca como un actor clave, donde el teñido convencional de una tonelada de tela puede resultar en la contaminación de hasta 200 toneladas de agua (Lara, Cabral, & Cunha, 2022).

A través de la implementación del marketing sostenible y la utilización de herramientas tecnológicas contemporáneas, se busca fomentar la conciencia en el consumo de prendas de manera responsable. Este enfoque implica brindar segundas oportunidades a prendas en excelente estado, contribuyendo así a la reducción del impacto ambiental.

Los comportamientos del consumidor, arraigados en lecciones de generaciones pasadas, desempeñan un papel significativo en la actualidad, motivando la necesidad de abordarlos de manera reflexiva y transformadora (Lara, Cabral, & Cunha, 2022).

Metodología

En este capítulo, se desarrollará la metodología de investigación, que, según Useche, Artigas, Queipo y Perozo (2019), ofrece una diversidad de métodos, técnicas y procedimientos para abordar la búsqueda de conocimiento. Inicialmente, se llevará a cabo una revisión bibliográfica exploratoria sobre la moda circular en México, abordando antecedentes y tendencias de los consumidores actuales.

Con el propósito de cumplir exitosamente con el objetivo general de “Analizar los patrones de consumo, tanto de prendas nuevas como de segunda mano, así como el nivel de conciencia sustentable, que influyen en la adopción de la moda circular en las generaciones Millennial y Z en Hermosillo, Sonora”, para ello, se optará por una metodología de investigación mixta, integrando tanto método cuantitativo como cualitativos.

En concordancia con (Binda y Balbastre-Benavent, 2013), el método cuantitativo permitirá comprender fenómenos cercanos al objeto de estudio, revelando relaciones causa-efecto. Adicional, se llevará a cabo un análisis cualitativo, caracterizado por una exploración cercana de los objetos de estudio en un contexto similar. Este enfoque se emplea cuando se busca comprender las percepciones, interpretaciones y significados que los individuos atribuyen a su entorno, según (Guzmán, 2021).

Diseño de investigación

La estructura de la presente investigación se enmarca, en primera instancia, en una investigación no experimental cualitativa de tipo transversal. El enfoque de esta fase es “Analizar los patrones de consumo, tanto de prendas nuevas como de segunda mano, así como el nivel de conciencia sustentable, que influyen en la adopción de la moda circular en las generaciones Millennial y Z en Hermosillo, Sonora.”

Empleando el método de investigación cualitativa como se menciona anteriormente, se llevarán a cabo grupos de enfoque para identificar las variables clave para la investigación. La segmentación por edades se realizará considerando las generaciones Y, que abarcan a aquellos nacidos entre 1977 y

1994, y la generación Z, que comprende desde 1981 hasta 2016, centrándonos específicamente en hombres y mujeres de 18 a 44 años (Kotler & Armstrong, 2008).

En una segunda fase, utilizando el método cuantitativo, se implementará un instrumento que profundice en la tendencia del consumo de moda circular entre los usuarios en Hermosillo, Sonora. Siguiendo la misma segmentación de edades y género aplicada en el método cualitativo, se buscará obtener una perspectiva cuantitativa para complementar la comprensión del fenómeno. Hurtado (1998) conceptualiza el cuestionario como un instrumento compuesto por preguntas que abordan un evento, situación o temática específica, con el propósito de obtener información detallada para obtener respuestas y recopilar datos e información sobre un tema o problema específico.

Resultados obtenidos

Metodología Cualitativa

En las dos sesiones de Focus Grup efectuadas en el mes de octubre del año presente con un total de 15 participantes, proporcionaron una perspectiva detallada sobre las complejidades inherentes a las decisiones de compra de prendas de vestir y artículos de uso personal. Mediante la implementación de la segmentación por edades, se dirigió específicamente a las generaciones Y y Z. Este enfoque permitió una exploración más profunda de las preferencias y hábitos de compra de hombres y mujeres en el rango de edad de 18 a 44 año

Durante las discusiones, los participantes abordaron una serie de variables fundamentales. Desde las preferencias de marca, colores y tendencias de moda, hasta la importancia otorgada a la comodidad y calidad de las prendas, cada elemento proporcionó una visión única de las consideraciones individuales al seleccionar artículos de vestuario. La cuestión entre adquirir prendas nuevas o usadas emergió como un punto central, con participantes compartiendo perspectivas detalladas sobre las ventajas y desventajas de cada opción.

La sesión también exploró la moda circular y el análisis de marcas locales e internacionales que adoptan este enfoque. La complejidad de determinar si una prenda es nueva o usada, junto con opciones para vender prendas de segunda mano, se destacaron como áreas de interés clave. Además,

se profundizó en desafíos como competir con grandes cadenas, subrayando la urgencia de transformar la cultura de consumo.

La conciencia individual y el reconocimiento del impacto global de las decisiones de compra fueron discutidos, evidenciando una creciente conciencia de las implicaciones de las elecciones individuales en un contexto más amplio. La influencia interpersonal en las decisiones de consumo y las dificultades asociadas con la búsqueda de productos de segunda mano también emergieron como variables significativas durante la sesión.

En resumen, la segmentación por edades permitió una exploración enriquecedora de las variables relacionadas con las decisiones de compra en las generaciones Y y Z, ofreciendo una perspectiva holística sobre las complejidades y factores que influyen en el comportamiento de consumo en el ámbito de la moda y artículos personales según cada generación.

Consideraciones

Como resultado de los focus group realizados, se logra inferir que las generaciones Y y Z comparten la percepción de que las pautas de compra, especialmente después de la pandemia, han experimentado transformaciones significativas. Si bien expresan una preferencia por la adquisición de artículos nuevos, identifican una satisfacción particular al encontrar productos en excelente estado que sean de segunda mano, motivados a comprar por consideraciones de ahorro económico.

Paralelamente, surge una preocupación generalizada respecto a la falta de información sobre el impacto ambiental ocasionado por la industria textil. La percepción común es que, para lograr un cambio radical en las prácticas de consumo, se requiere un evento significativo o una difusión sólida y constante capaz de transformar la cultura de consumo y abordar de manera efectiva el impacto ambiental inherente a esta industria.

Es importante mencionar que la etapa cualitativa del presente estudio se encuentra en desarrollo y aún no ha arrojado conclusiones definitivas. En simultáneo, resulta imperativo resaltar que estamos a punto de iniciar la fase cuantitativa, una fase decisiva que se visualiza como una prometedora fuente de información detallada sobre el escenario en cuestión.

La inminente ejecución de la fase cuantitativa se erige como un paso esencial para obtener datos duros, los cuales constituirán la base para realizar conclusiones aún más sólidas y, consecuentemente,

extraer implicaciones empresariales de notable relevancia. Este próximo paso en nuestra metodología de investigación se erige como un pilar fundamental para la comprensión exhaustiva del fenómeno estudiado, proporcionándonos la oportunidad de comprender a las percepciones y comportamientos de las generaciones Y y Z en el contexto del consumo de moda circular.

Referencias

- Lara, L., Cabral, I., & Cunha, J. (2022). Ecological approaches to textile dyeing: a review. *Sustainability*, 14(14), 8353.
- Luján-Ornelas, C., Güereca, L. P., Franco-García, L., & Heldeweg, M. (2019, October). Hacia una industria textil sustentable. In 4th Congress of Engineering, Science and Environmental Management and 5th International Conference of Greening of Industry Network, AMICA 2019 (pp. 400-405). UNAM, Instituto de Ingeniería
- Naciones Unidas. (2019, abril 12). El costo ambiental de estar a la moda.
- Useche, M, Artigas, W, Queipo, B y Perozo, É. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos. Universidad de la Guajira.
- Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2), 179-187.
- Guzmán, V. (2021). El método cualitativo y su aporte a la investigación en las ciencias sociales. *Gestionar: revista de empresa y gobierno*, 1(4), 19-31.
- Cabrera, L. A. (2008). Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* 8va edición. Pearson Educación México. *Fundamentos De Marketing*.
- Hurtado, J. (1998). *Metodología de la investigación holística* (3a ed.). Venezuela: Fundación Sypal.

Análisis de la influencia de las estrategias de MERCHANDISING en niños de 5 a 9 años para la elección de un producto

*Lilián Karina Palafox Chavez
Ana Cristina Pacheco Navarro*

Resumen

En el mundo del comercio minorista, las estrategias de MERCHANDISING cubren un papel muy importante al momento de crear estímulos que logren motivar al consumidor a la compra. En el presente trabajo, se presenta una propuesta exploratoria, considerando literatura basada en distintos autores que pretenden explicar la manera en la que el comprador es influenciado directamente por elementos físicos visuales en el punto de venta, logran una experiencia de compra favorecedora y se cumple el objetivo que es la adquisición de productos.

El enfoque de la investigación va dirigido específicamente al giro de negocio “comercio minorista de disfraces” donde la intención es estudiar la influencia de los elementos de visual MERCHANDISING en el comportamiento del consumidor infantil, segmentando a niños de 5 a 9 años de edad que tengan gusto por los disfraces. Se elige este segmento de mercado porque es el target meta para los establecimientos de disfraces, es a partir de los 4 años cuando un niño puede tener un criterio propio acerca de un producto y ejercen gran influencia en las decisiones de compra de los padres.

La investigación se lleva a cabo a través de un enfoque experimental descriptivo, la cual tiene como objetivo identificar los elementos principales de las estrategias de MERCHANDISING que influyen en niños para la elección de un producto.

Palabras clave: MERCHANDISING, Visual MERCHANDISING, comportamiento consumidor, marketing sensorial.

Introducción

En el dinámico entorno del comercio minorista, las estrategias de visual MERCHANDISING han tenido una valiosa participación para el cumplimiento de objetivos, siendo reconocidas como grandes influenciadores para la toma de decisiones de compra por parte de los consumidores. Patrick M.

Dunne (2007) destaca que un considerable 70% de las ventas se realizan por impulso, subrayando así la relevancia de implementar estrategias efectivas de visual MERCHANDISING para crear experiencias envolventes que inciten a los consumidores a decidir sobre su compra en el último momento.

Siendo más específicos, las estrategias de visual MERCHANDISING suelen ser muy efectivas en los estímulos de compra del consumidor infantil, ya que existen colores, texturas, formas y tipos de acomodo que resultan más atractivos para ellos.

Antecedentes

El origen de las estrategias de visual MERCHANDISING inicia con la introducción de anaqueles en tiendas de autoservicio en Estados Unidos. Desde entonces, el visual MERCHANDISING ha evolucionado con el propósito de atraer la atención del consumidor mediante un acomodo atractivo de productos, estimulando sus sentidos para despertar interés, deseo y, en última instancia, la acción de compra (Balla, 2009). Esta disciplina no se limita a la presentación estética de productos, sino que busca identificar elementos específicos del proceso comercial capaces de activar los sentidos del consumidor, motivarlo y proporcionar una experiencia satisfactoria desde la fabricación hasta la adquisición del producto (David Perez Fernandez, 2017).

A lo largo del tiempo, estas técnicas han evolucionado y se han adaptado al dinamismo de los consumidores, llevando a empresas a invertir significativamente en el estudio e implementación de estrategias de visual MERCHANDISING. No obstante, se ha reconocido la importancia de ser preciso y específico en la segmentación del mercado objetivo al que se dirigen estas estrategias (Shiffman, 2011).

En este sentido, la segmentación del mercado ha demostrado ser una herramienta eficaz desde la década de 1920, cuando Alfred Sloan de General Motors lanzó productos especializados para satisfacer las necesidades particulares de un perfil de cliente específico, marcando un hito en la estrategia de segmentación (Shiffman, 2011). Esta práctica se ha vuelto aún más relevante en la actualidad, donde el enfoque preciso en el perfil de cliente es esencial para el éxito de las estrategias de visual MERCHANDISING.

En el contexto de productos dirigidos a niños, el papel influyente que estos desempeñan en las decisiones de compra de los padres ha sido objeto de investigación, subrayando la necesidad de una

segmentación detallada en este segmento. Estudios como "Children's perception of their influence over purchases: the role of parental communication patterns" (Caruana, 2003) revelan la influencia significativa de los niños en las decisiones de compra de productos dirigidos a ellos, lo que destaca la importancia de considerar detalladamente el perfil infantil ideal.

En este contexto, el comercio de disfraces infantiles en el mercado local de México emerge como un ejemplo destacado, evidenciando la oportunidad de aplicar estrategias de visual MERCHANDISING para competir con establecimientos extranjeros que dominan el mercado mediante tácticas establecidas de marketing y MERCHANDISING en los puntos de venta físicos.

Planteamiento del Problema

A pesar de la creciente industria de disfraces en México, caracterizada por la presencia de más de 7,000 empresas en el comercio y alquiler de disfraces (CANACOPE, 2016), la competencia entre negocios locales y cadenas de autoservicio plantea un desafío muy importante. Los datos revelan que las grandes cadenas implementan técnicas de MERCHANDISING en sus puntos de venta, destacando marcas reconocidas como Disney y Ruz, mientras que los negocios locales adoptan un enfoque más tradicional, careciendo de estrategias de exhibición efectivas en términos de distribución de stock, diseño, altura y colores.

Aunque el mercado de disfraces en México tiene rentabilidad del 14% anual, en comparación con países como Estados Unidos y España, donde la rentabilidad alcanza el 34% (INEGI; La Sexta, 2019), surge la incertidumbre sobre las razones de esta comparación, considerando que la disposición promedio de un mexicano a gastar en un disfraz es de \$1200 (CANACOPE, 2016), a diferencia con la inversión de alrededor de £25 (equivalente a \$475 pesos mexicanos) por un español. Aunque las diferencias culturales y de mercado son innegables, estos datos sugieren un potencial de crecimiento en el mercado mexicano de disfraces.

Este escenario plantea un problema en el sector: la falta de estrategias efectivas de MERCHANDISING en los negocios locales de disfraces, lo que limita su capacidad para competir en un mercado en expansión. La necesidad de comprender y abordar las diferencias, es un impulso para potenciar el crecimiento y la rentabilidad de los negocios locales en la industria de disfraces en México.

Objetivo General

Identificar los elementos principales de las estrategias de MERCHANDISING que influyen en niños de 5 a 9 años para la elección de un producto.

Objetivos Específicos

- Identificar los principales puntos de interés en una tienda física por niños de 5 a 9 años de edad.
- Conocer elementos visuales dentro de una tienda que tengan impacto en los niños
- Comparar las preferencias visuales entre niños de 5 a 7 años y de 7 a 9 años de edad.
- Analizar la coincidencia de la elección del producto con la fijación en las zonas de calor.
- Comparar el recorrido visual de un establecimiento que no aplica técnicas de visual MERCHANDISING con una tienda que si las aplica.

Justificación

La investigación sobre el comportamiento del consumidor infantil y su influencia en las decisiones de compra familiares se revela como un área de estudio esencial en el ámbito comercial. Como destaca Marcela Royo Vela (2015), los niños desempeñan un papel importante en las elecciones de consumo de la familia, incluso en situaciones donde los productos no son directamente destinados para su uso. Este hecho destaca la importancia de comprender los factores que influyen en las decisiones de los niños para establecer una conexión entre ellos y las marcas, logrando la lealtad a lo largo de las distintas etapas de sus vidas.

La relevancia de este análisis para las empresas comercializadoras se ve reflejada no solo en el aumento de las ventas, sino también en la identificación de variables clave en las decisiones de los niños. Este conocimiento ayuda a la aplicación de estrategias efectivas que no solo captan la atención en el momento de la compra, sino que también adopta una relación duradera con la marca. Siguiendo el modelo de toma de decisiones propuesto por Shiffman (2011), se reconoce que la influencia en la decisión de compra no se limita al momento del presente, si no que logra permanecer en la mente del consumidor para futuras ocasiones.

Un ejemplo que evidencía la importancia de considerar el comportamiento infantil en las estrategias comerciales es la empresa “Imaginarium” quien ha innovado en el diseño de sus tiendas,

incorporando elementos como la "Doble Puerta" (Puerta diseñada exclusivamente para el ingreso de los menores), una iniciativa que refleja la participación activa de los niños en el proceso de compra. Esta táctica ha contribuido significativamente al éxito de Imaginarium, que ahora cuenta con presencia global en 28 países y 414 sucursales (Chicharro, 2016).

El análisis del comportamiento del consumidor infantil también destaca la relevancia de la experiencia de compra. Según el modelo de percepciones de Shiffman (2011), la estimulación de los sentidos desempeña un papel clave para crear actitudes positivas hacia un producto. En el contexto de productos infantiles, la percepción visual, con colores vivos y atractivos, se convierte en un factor crucial para captar la atención. Además, la experiencia sensorial en el proceso de compra, desde la distribución estratégica de productos hasta la creación de un entorno agradable en el punto de venta, contribuye a una toma de decisiones positiva y a la fidelización del consumidor infantil.

Variables a considerar

Distintos autores han relevado la relación entre variables de diseño que influyen en la decisión de compra y los sentidos del consumidor en establecimientos físicos.

En la siguiente tabla podemos identificar la clasificación de variables a tomar en cuenta según cada autor.

Autor	Variable	Elementos
Kotler (1973)	Visual	Color, brillo, tamaño, forma
	Auditiva	Volumen, tono
	Olfativa	Aroma, frescura
	Táctil	Blandura, suavidad, temperatura.
Belk (1975)	Entorno físico	Color, ruido, iluminación, clima, disposición espacial
	Entorno social	Presencia de otras personas, aromas, iluminación, temperatura, limpieza
	Aspectos temporales	Tiempo
	Requerimientos de tarea	Razones de compra
	Estados antecedentes	Estados de humor, estados transitorios fisiológicos
Baker (1986)	Ambiental	Calidad del aire, temperatura, humedad, música, megafonía, aromas, limpieza, iluminación

	Diseño	Estéticos: arquitectura, decoración, materiales, colores, accesorios. Funcionales: diseño en planta, reparto del espacio, elementos de información.
	Social	Número y variedad de consumidores, comportamiento del personal
Bitner (1992)	Condiciones ambientales	Incluyen las características del entorno relacionadas con la iluminación, temperatura, ruido, aroma y música que afectan los 5 sentidos.
	Espacio y función	Exposición, forma, tamaño y relación espacial entre la maquinaria, equipamiento y mobiliario del entorno de servicio.
	Signos, símbolos y artefactos	Diseñados para comunicar información a los usuarios sobre la localización. Pueden ser de naturaleza directa (signos) o indirecta (símbolos y artefactos)
Turley B Millman (2000)	Diseño exterior	Rótulos, escaparates, entrada, fachada, arquitectura exterior.
	Condiciones ambientales	Música, aromas, iluminación, temperatura, limpieza.
	Diseño interior funcional	Trazado interior, mobiliario y equipamiento, accesibilidad
	Diseño interior estético	Arquitectura, decoración, estilo, materiales, colores, elementos de información.
	Dimensión social	Clientes, empleados

Metodología

Diseño de Investigación

Experimental y descriptivo. Se aplicarán técnicas de eyetracking, observación participativa y entrevistas a profundidad.

¿Qué se pretende lograr con la aplicación de los instrumentos?

- Analizar las reacciones, emociones y fijaciones visuales de niños de 5 a 9 años en un entorno con anaqueles estratégicamente diseñados.
- Identificar los puntos de interés de niños al ingresar a un establecimiento de disfraces en Hermosillo, Sonora.

Variables Consideradas

- Tiempo de enfoque en productos.
- Frecuencia de observación en áreas específicas.
- Áreas de fijación con mayores sacadas (menor interés).

- Colores que captan la atención.
- Tamaños de anaqueles relevantes en el acomodo de stock.

Selección de Muestra:

Muestreo no probabilístico por conveniencia. Participantes: Niños de 5 a 9 años y padres de familias de nivel socioeconómico C y C+.

Fuentes de Datos

- Datos secundarios de estudios con eyetracking y literatura de MERCHANDISING, Kids marketing y Comportamiento del consumidor infantil.
- Datos primarios mediante métodos cualitativos: Neurotecnologías para determinar atención visual, observación y entrevistas a profundidad.

Alcance de la Investigación

Tipo transversal, centrado en un periodo de tiempo determinado.

Selección de Muestra

Fuente: DataMéxico e INEGI.

Método no probabilístico por conveniencia.

Población inicial: 76,765 niños (5-9 años) en Hermosillo, Sonora.

Reducción a 39,841 niños de familias de clase media.

Convocatoria a niños de 5 a 9 años, nivel socioeconómico C y C+.

Máximo 10 participantes por prueba, considerando duración y límites de tiempo.

Criterios de Selección:

- Edad (5-9 años).
- Nivel socioeconómico (C y C+).
- Variables psicográficas: Personalidad, estilo de vida, actividades y pasatiempos.

Duración y Limitaciones:

Pruebas de 30-40 minutos por participante.

Período de trabajo de campo: 3 meses.

Instrumentos

- Eyetracking: Identificación de patrones de mirada.
- Observación Participativa: Evaluación cualitativa de la experiencia, utilizando un checklist de observación.
- Entrevista a Profundidad: Obtención de información de expertos en el mercado de disfraces.
- Análisis de Datos
 - Se utilizará el modelo oculto de Márkov para evaluar las fijaciones y patrones temporales.
- Entrevistas
 - Dirigidas a expertos del mercado para obtener percepciones sobre el diseño de tiendas y elementos de visual MERCHANDISING, a analizarse utilizando la técnica de análisis del discurso.

Conclusión

La combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas permitirá obtener datos significativos sobre la influencia de estímulos de MERCHANDISING, el impacto de una positiva experiencia de compra y preferencias de niños en un entorno de disfraces. Esta información será de utilidad para emprendedores en el giro de productos orientados para niños, no sólo del giro de disfraces, permitiéndoles utilizar las estrategias de visual MERCHANDISING de una manera efectiva en sus puntos de venta.

Bibliografía

C Marshall, G. R. (1989). *Desining Qualitative Research*. CA.

La Sexta. (2019). Obtenido de https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/quien-decide-disfraces-halloween-datos-nos-hablan-modas-terror_201910305dba7cdd0cf2e8dc518bbca1.html

CANACOPE. (2016). Las tiendas de disfraces tienen una rentabilidad de 14% en el año. *El Economista*.

- Larry González, J. D. (2012). Una aplicación de herramientas de Eye-Tracking para analizar las preferencias de contenido de los usuarios de sitios web. *Revista de Ingeniería de sistemas*.
- Caruana, A. y. (2003). *Children's perception of their influence over purchases: the role of parental communication patterns* (Vol. 20). Journal of Costumer Marketing.
- Leonardo Ortegón Cortázar, M. R. (2015). Comportamiento del consumidor infantil: Recordación y preferencia de atributos sensoriales de marcas y productos para la lonchera de niños de Bogotá. *Dialnet*.
- Leonardo Ortegón, M. R. (2014). Comportamiento del consumidor infantil: recordación y preferencia de atributos sensoriales de marcas y productos para la lonchera en niños de Bogotá. *Dialnet*.
- Chicharro, L. S. (2016). EL MERCHANDISING EN LAS TIENDAS DE JUGUETES. CASOS DE ÉXITO: IMAGINARIUM Y EUREKAKIDS . *Repositorio UVA*.
- Avila, C. H. (2019). Introducción a los tipos de muestreo.
- Balla, S. (2009). *Visual MERCHANDISING*. India.
- Bellota. (s.f.). Psicología del consumidor.
- Bearden, W. (2011). *Handbook of marketing scales*.
- Dankhe. (1986).
- DataMéxico. (2020). *Data México*. Obtenido de Gobierno Federal:
<https://datamexico.org/es/profile/geo/hermosillo#population-and-housing>
- David Perez Fernández, R. G. (2017). *Técnicas básicas de MERCHANDISING*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- David Perez Fernandez, R. G. (2017). *Técnicas básicas de MERCHANDISING*. Madrid: Paraninfo.
- DENUE. (2020). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Economicas*. Obtenido de
<https://www.INEGI.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Fernandez, D. P. (s.f.).
- Gianella, A. (2013). *Visual MERCHANDISING o amor a primera vista*. Buenos Aires: Nobuko.

- Grajales, T. (2000). Tipos de investigacion.
- INEGI. (2020). *Censo de Población y Vivienda*. Hermosillo, Sonora.
- INEGI. (2020). *Cuantificación de la clase media en México*. Hermosillo.
- Malgorzata Ciesielska, K. W. (2018). *Observation methods*. Suecia.
- Marcela Royo Vela, L. O. (2015). Comportamiento del consumidor infantil: recordación y preferencia de atributos sensoriales de marcas y productos para la lonchera en niños de Bogotá. *Dialnet*, 39-64.
- Mejia, B. M. (2020). Metodología Eyetracking: El estudio del comportamiento visual del consumidor como medio para la asignación de lineales en el sector retail. *Research Gate*.
- Morena, A. d. (2016). *Neuromarketing y nuevas estrategias de la mercadotecnia*. Madrid.
- Patrick M Dunne, R. F. (2007). *Retailing*.
- Pebbles Barragan Castañeda, P. R. (2003). MERCHANDISING visual como estrategia decisiva y su impacto económico en el comercio al detalle. *Dspace*.
- Pebbles Barragan Castañeda, P. R. (s.f.). ”.
- Piaget, J. (1975). *La equilibración de las estructuras cognitivas*.
- Salomon, P. R. (2018). Neuromarketing: Applications, Challenges and Promises. *Biomedical*.
- Salvucci, D. D. (2000). Identifying Fixations and Saccades in Eye Tracking Protocols.
- Shiffman, L. G. (2011). *Comportamiento del consumidor*. Nueva York: Pearson.
- T, T. G. (2000). Tipos de investigación.

Técnicas de Marketing para la venta de Software

Cayetano Bustamante Vásquez

Ramón Soto de la Cruz

Resumen

Este estudio aborda la problemática de la falta de estrategias de comercialización efectivas en micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) desarrolladoras de software y desarrolladores independientes, ya que actualmente, no cuentan con estudios o técnicas probadas y efectivas para comercializar sus productos o servicios. Esta situación resalta la necesidad de proporcionar a estas entidades técnicas confiables y validadas para una efectiva comercialización. Además de la utilización de herramientas tradicionales de marketing, es esencial incorporar estrategias innovadoras y adaptadas a las tendencias actuales del mercado.

Entre estas estrategias se encuentran el marketing de contenido, que permite a las empresas crear y distribuir contenido relevante para atraer a su audiencia objetivo; y el marketing de eventos, que ofrece la oportunidad de interactuar directamente con los clientes y crear una experiencia de marca memorable. Además, el uso de campañas publicitarias en plataformas digitales como Google Ads y Google Maps se ha vuelto fundamental. Estas herramientas no solo aumentan la visibilidad de los productos y servicios, sino que también permiten aprovechar las tendencias de búsqueda para alcanzar a un público más amplio y pertinente.

Otra táctica crucial es el posicionamiento en buscadores (SEO), que mejora la visibilidad de los sitios web en los resultados de los motores de búsqueda. Paralelamente, el marketing segmentado en redes sociales permite dirigirse a grupos específicos de consumidores, aumentando la eficacia de las campañas publicitarias.

Finalmente, es vital introducir a las empresas y desarrolladores en el uso de herramientas estadísticas avanzadas, como el DENUe y SCIENCE del INEGI. Estas plataformas ofrecen datos valiosos que pueden ser utilizados para tomar decisiones informadas sobre el mercado y la demografía, permitiendo así una planificación más efectiva y orientada a resultados.

Esta ampliación de habilidades y conocimientos en áreas de marketing y análisis estadístico es fundamental para que las MiPymes y desarrolladores independientes puedan competir eficazmente en el mercado actual, caracterizado por su constante evolución y digitalización.

Palabras Claves: Venta, Software, Marketing.

Introducción

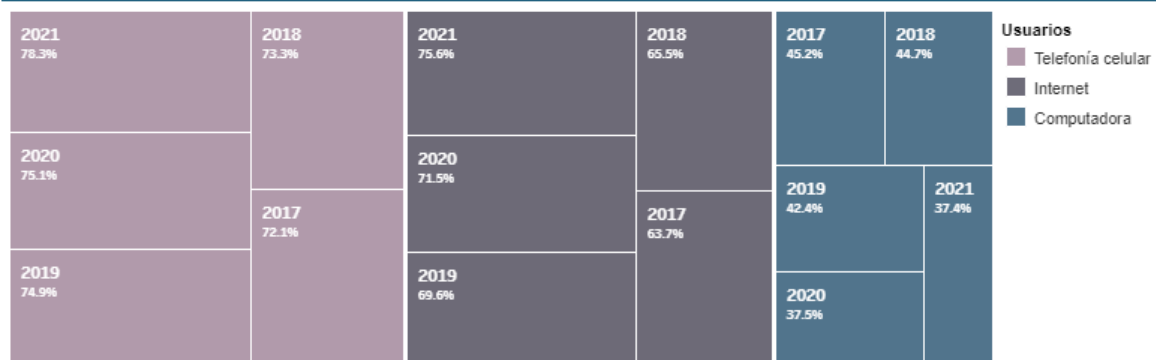
El Marketing es un conjunto de actividades que una empresa o persona lleva a cabo, con el objeto de atraer nuevos negocios y desarrollar una identidad de marca.

De acuerdo con la AMI, Asociación Mexicana de Internet, Al 2021 se cuenta con 88.6 millones de internautas en México, lo cual representa 75.6% de la población de 6 años o más. La AMI destaca que la pandemia incentivó un mayor uso de herramientas digitales en todos los niveles socioeconómicos, y el smartphone se ha convertido en el principal punto de acceso a internet, democratizando así el acceso a internet. (Asociación Mexicana de Internet, 2020).

Entre las redes sociales destacan, en orden de importancia: WhatsApp (43%), Facebook (35%), Instagram (10%), Youtube (6%), y Tiktok (3%)

Usuarios 2017 - 2021

Los principales indicadores en el uso de Tecnologías de la Información son *Usuarios de Internet*, *Usuarios de Telefonía Celular* y *Usuarios de Computadora*. Desde el año 2017 al año 2021 ha habido más *usuarios de telefonía celular* que de *Internet* y *computadora*, observándose un gran dominio en el uso de esta tecnología en la población mexicana. Tanto los *usuarios de Internet* como los de *telefonía celular* han registrado un aumento con respecto del año 2017 al 2021 (11.9 y 6.2 puntos porcentuales respectivamente). Mientras que, los *usuarios de computadora* han tenido un comportamiento totalmente contrario, disminuyendo año con año, presentando una reducción 7.8 puntos porcentuales en el año 2021 con respecto al año 2017.



Marketing Tradicional vs Digital

1. El marketing tradicional es una comunicación unidireccional	1. El marketing digital es una comunicación bidireccional.
2. El marketing tradicional es una forma costosa de marketing	2. El marketing digital implica menos costes que el marketing tradicional.
3. Los anuncios impresos, de televisión, el correo directo y el teléfono son algunos ejemplos de marketing tradicional.	3. La publicidad en línea, las redes sociales, el marketing por correo electrónico y los mensajes de texto son algunos ejemplos de marketing digital.
4. Resultados lentos.	4. Resultados rápidos.
5. Con la ayuda del marketing tradicional, es fácil llegar a la audiencia local.	5. Con la ayuda del marketing digital, es fácil llegar al público objetivo.
6. El marketing tradicional es un enfoque personal	6. En el marketing digital presencia física. no es requerido.
7. En marketing tradicional se proporciona una copia impresa de todos los productos y servicios digitales.	7. El MD usa todas las plataformas digitales, como videos de sitios web para proporcionar información

Planteamiento del Problema

¿Como puede una MiPymes y desarrollador de software, incorporar el Marketing Tradicional, o Digital para beneficiarse?

¿Qué desean y necesitan los clientes?

¿Cómo podemos aprovechar mejor las tendencias de marketing para promocionar o vender mis productos o servicios de Desarrollo de Sistemas?

¿Qué errores debo evitar en el marketing?,

Justificación de la investigación

Es necesaria la generación de técnicas sencillas que gradualmente impulsen a los desarrolladores y MiPymes, a el uso de tecnologías digitales básicas, y que, éstas a la vez, gradualmente estén comprendiendo las ventajas significativas que lo digital les ofrece.

De acuerdo con el INEGI, actualmente, hay muchas empresas que quiebran en sus primeros años de vida, porque no realizaron una adecuada investigación previa de tendencias de mercado o de la existencia de una población adecuada en el área, o porque ya en operación no se adecuaron o

tomaron decisiones de acuerdo a las tendencias. Este tipo de empresas serías las mas beneficiadas con las Técnicas creadas, aplicando los principios que surjan de la investigación. (INEGI, 2020)

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presenta los resultados de la **Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018**, con el fin de proporcionar información principalmente del año 2017 relacionada con las fuentes y condiciones de acceso al financiamiento, las cadenas productivas globales, las capacidades tecnológicas y de innovación, el ambiente de negocios y su regulación, así como del conocimiento de los apoyos gubernamentales, entre otros temas. (ENAPROCE) 2018

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Ayudar a las MiPymes y a los desarrolladores de software independientes, brindando Técnicas de Marketing efectivas, para la Venta de sus productos o servicios de software.

A través de una o varias técnicas específicas que se adecuen a su objetivo, que pueden incluir: páginas de aterrizaje, cupones electrónicos, embudos de marketing, publicidad contextual, redes sociales o comunidades virtuales, email marketing, búsquedas pagadas, entre otras.

Informar de bases de datos públicas y privadas como el INEGI, incluyendo DENUE, Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, y Sistema de Consulta de Información Censal, SCIENCE, Censo 2020.

Objetivos Específicos

- Identificar las características y tendencias de la venta de Software Personalizado. Elegir microempresas o negocios locales, aleatoriamente para investigar su presencia en Internet, y la relación de esta con el éxito o el fracaso del negocio.
- Estudiar la demanda y las preferencias de los consumidores hermosillenses.
- Identificar los métodos utilizados localmente para promoción y venta de productos y servicios, en segmentos o sectores específicos.

Marco Conceptual

A continuación, se presentan algunos conceptos clave y teorías relacionadas con la Venta de software y el marketing, que servirán como base para la presente investigación.

Marketing y Técnicas de Venta: El marketing es un conjunto de procesos y actividades orientadas a identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores (Kotler & Armstrong, 2008). Las Técnicas de Venta son planes y acciones específicas que las empresas y desarrolladores de software implementan para promocionar y vender sus productos o servicios en el mercado (Kotler & Keller, 2016).

Segmentación de mercado: La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos homogéneos de consumidores con características, necesidades y preferencias similares (Kotler & Armstrong, 2020). La segmentación permite a las empresas y desarrolladores de software diseñar Técnicas de Venta más efectivas y adaptadas a las características específicas de cada segmento (Kotler & Keller, 2012).

Innovación en productos y servicios de software: La innovación en el ámbito del software se refiere al proceso de creación, desarrollo y mejora de productos y servicios de software que satisfagan las necesidades y expectativas de los consumidores y aporten valor en términos de funcionalidad, usabilidad y eficiencia (Schilling, 2020). La innovación es un factor clave para el éxito en la Venta de software, ya que permite a las empresas y desarrolladores mantenerse a la vanguardia de la competencia y adaptarse a las tendencias y cambios en el mercado (Tidd & Bessant, 2018).

Medición del éxito en marketing y ventas: La medición del éxito en marketing y ventas es el proceso de evaluar el desempeño de las Técnicas y acciones de marketing mediante indicadores clave de desempeño (KPI) y métricas específicas, como ventas, participación de mercado, retorno de inversión (ROI) y satisfacción del cliente (Kotler & Armstrong, 2020). La medición del éxito es fundamental para mejorar y ajustar las Técnicas de Venta y para tomar decisiones basadas en datos y resultados (Kotler & Keller, 2016).

Métricas de software: Las métricas de software son indicadores cuantitativos que permiten medir y evaluar diversos aspectos del software, como la calidad, el rendimiento, la usabilidad y la satisfacción del cliente (Kitchenham & Pfleeger, 1996). Estas métricas son fundamentales para monitorear y mejorar el desempeño de los productos y servicios de software, así como para identificar áreas de oportunidad y desarrollar Técnicas de Venta más efectivas (Fenton & Pfleeger, 1998).

Metodología

Dada la naturaleza exploratoria y cualitativa de los objetivos planteados, se ha optado por utilizar la entrevista en profundidad como técnica principal de recolección de datos.

Diseño de la investigación

Enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo.

Población y muestra

Selección de la muestra: muestreo no probabilístico por bola de nieve

Para la selección de la muestra en el enfoque cuantitativo de la investigación, se utilizará un muestreo no probabilístico por bola de nieve. Este tipo de muestreo es especialmente útil en poblaciones difíciles de acceder o en las que no se dispone de un listado completo de los elementos (Blanco, 2007).

Tabla 1. Ficha Técnica para la aplicación de cuestionarios.

Población	Mipymes y desarrolladores independientes.
Muestra:	Directorio Denué, Universidades y Tecnológicos, Asociación ASPTICS.
Selección de la Muestra	<u>Muestreo no probabilístico por bola de Nieve</u>
Recogida de información	Técnicas: Entrevista de Profundidad
Lugar	Hermosillo, Sonora. (diversas colonias)
Criterio de Estratificación	No existe porque es no probabilístico
Error y Confianza	No es posible precisar o calcular.

Descripción del Instrumento

Entrevista de profundidad

La entrevista de profundidad es una técnica cualitativa de recolección de datos que permite obtener información detallada sobre las experiencias, opiniones, actitudes y comportamientos de los participantes en relación con el tema de investigación (Denzin & Lincoln, 2011).

Diseño del instrumento: Guion de entrevista, disponible en el Anexo 1.

El guion de entrevista es un documento que contiene las preguntas y temas que se abordarán durante la entrevista, así como las instrucciones y pautas para el entrevistador (Denzin & Lincoln, 2011). La entrevista que se ha elaborado consta de 16 preguntas las cuales se clasifican de manera general en:

Trabajo de campo

- Preparación del trabajo de campo.
- Selección de la muestra.
- Realización de las entrevistas en profundidad.
- Análisis preliminar de los datos.
- Seguimiento y comunicación con los participantes.
- Reflexión y evaluación del trabajo de campo:

Técnicas y métodos de análisis

Técnicas y métodos de análisis aplicados a este proyecto

Análisis de datos cualitativos

Para analizar los datos cualitativos obtenidos a través de las entrevistas en profundidad, se empleará el análisis temático, el análisis de discurso, el cual consiste en identificar, analizar y reportar patrones o temas dentro de los datos (Braun & Clarke, 2006).

Análisis de datos cuantitativos

Estadística descriptiva: Calcular medidas de tendencia central (media, mediana y moda), dispersión (varianza, desviación estándar) y distribución (frecuencias, porcentajes) para describir y resumir los datos.

Resultados

Aunque las entrevistas aún no se han llevado a cabo, podemos anticipar ciertos tipos de datos y resultados que podrían surgir de este estudio sobre las Técnicas de marketing para la Venta de software.

Los datos podrían revelar las prácticas de marketing y ventas más comunes empleadas por los desarrolladores de software independientes y las MiPymes, lo que permitirá evaluar su efectividad y pertinencia en el mercado local.

Social Media como herramienta para emprendedores del Boutiques ONLINE femeninas

Yolanda Domínguez Hurtado

Ciro Moisés Romo Puebla

Resumen

El marketing digital se ha vuelto esencial para las empresas, especialmente durante la pandemia de 2020 que intensificó la competencia en el comercio electrónico. Los emprendedores enfrentan el desafío de destacar en un entorno online saturado, donde la abundancia de información ha llevado a una mayor demanda y es difícil ganar la confianza de los consumidores.

En este contexto, se llevará a cabo una investigación para comprender cómo el marketing digital influye en las decisiones de los consumidores. Así como, desde la perspectiva del emprendedor, el marketing digital puede resultar desconocido, por lo que es esencial entender las estrategias y herramientas que impulsan el crecimiento y la visibilidad en línea.

Para boutiques online femeninas, es difícil hacerse conocidas, pero es clave estudiar bien las herramientas y estrategias de marketing digital porque han ayudado a otras empresas nuevas de manera eficiente. Esto facilita llegar a posibles clientes, además, el valor agregado de entregar productos directamente a sus hogares, que resulta cómodo para ellos.

Planteamiento del problema

Desde la perspectiva del emprendedor, el marketing digital es un campo demasiado amplio por lo tanto desconocen las herramientas que les sean favorables, por ello es importante conocer e identificar qué herramientas y estrategias le funcionan como un apalancamiento para crecer y posicionarse, generando presencia, descubriendo cómo lo toma el consumidor, si confían en un nuevo emprendedor o lo consideran de confiabilidad baja.

Preguntas del planteamiento del problema

1. ¿Los nuevos emprendedores de boutiques online femeninas, conocen los beneficios del marketing digital?

2. ¿Los nuevos emprendedores de boutiques online femeninas, utilizan de manera correcta las herramientas del marketing digital?
3. ¿Los consumidores confían en los nuevos emprendedores?
4. ¿porque los nuevos emprendedores están perdiendo sus negocios?

Objetivos

Objetivo General

Identificar los beneficios del marketing digital, con estrategias para social media, para que el nuevo emprendedor, pueda promover ventas en boutiques online femeninas.

Objetivos Específicos

- Aplicación del marketing digital con estrategias en social media, en tiendas en línea.
- Conocer la influencia de social media en la toma de decisión del consumidor.
- Describir los medios digitales empleados en el marketing digital de tiendas en línea en Navojoa, Sonora, de ropa femenina nueva.

Metodología de la Investigación

Este capítulo hace referencia a la metodología que fue utilizada para el desarrollo de la investigación. Se realiza una explicación detallada del proceso para obtener información, analizando el diseño de la investigación donde se describen las características de, la selección de muestra donde se limitan los participantes, descripción de los instrumentos utilizados, el trabajo de campo, el análisis e interpretación de datos, técnicas y métodos de análisis.

Diseño de la investigación

Después de definir el problema de investigación, el investigador debe planificar una estrategia para responder las preguntas y alcanzar los objetivos. Esto implica seleccionar o crear diseños de investigación aplicables al contexto. En el enfoque cuantitativo, se utilizan diseños para evaluar hipótesis o respaldar objetivos, mientras que el enfoque cualitativo se centra en recopilar datos sin medidas numéricas para explorar y mejorar preguntas de investigación.

En la investigación cuantitativa, se realizan estudios exploratorios para temas poco estudiados, descriptivos para especificar propiedades y correlacionales para asociar variables. Además, la investigación explicativa busca establecer causas de eventos o fenómenos estudiados.

En el **método cuantitativo**, el investigador emplea uno o varios diseños para evaluar la veracidad de las hipótesis planteadas en un contexto específico o para respaldar los objetivos de la investigación cuando no hay hipótesis definidas, Según Hernández, Fernández y batista (2014).

Por otro lado, el **enfoque cualitativo** se centra en recopilar datos sin usar mediciones numéricas para explorar y perfeccionar las preguntas de investigación a través del proceso de interpretación.

Investigación transeccional o transversal

Diseños transeccionales son investigaciones que recopilan datos en un único momento. En el contexto de boutiques online femeninas, un experimento podría ser la implementación de una estrategia de marketing específica para observar su impacto en las ventas en comparación con períodos en los que no se utiliza esa estrategia.

La investigación actual se llevará a cabo con enfoque cuantitativo, utilizando un diseño experimental transeccional.

- Cuestionario a emprendedores

El instrumento consiste en un cuestionario que incluye preguntas cerradas de opción múltiple, escalas de Likert y respuestas abiertas. La encuesta consta de 33 preguntas y se aplicará a emprendedores de tiendas con servicio online en Navojoa, Sonora.

Selección de la muestra

Se tomará una muestra aleatoria representativa de emprendedores activos que se localicen en la ciudad de Navojoa, Sonora, que cuenten con emprendimientos de tiendas de ropa, que ofrezcan sus servicios mediante redes sociales.

Para la selección de la muestra se realizará a partir de la siguiente formula:

$$n = \frac{\sigma^2 npq}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 pq}$$
$$n = \frac{1.96^2 (60)(0.50)(0.50)}{0,05^2 (60)+1.96^2(0.50)(0.50)} = 52$$

Ficha técnica encuesta:

Encuesta a los emprendedores de boutiques	
Población (Navojoa, Sonora)	135 empresas locales (Dueños) INEGI
Tamaño de la población objetivo	60 empresas locales
Selección de la muestra	aleatorio simple
Recogida de información	encuesta personal
Criterio de estratificación	no existe
Error	5%
Confianza	95%
Fecha de trabajo de campo	Julio 2023 encuesta piloto/ noviembre 2023 aplicación y recogida de información

Elaboración propia (2023)

Resultados

El 10% de los encuestados respondió lo siguiente:

Redes sociales que utilizan los emprendedores.

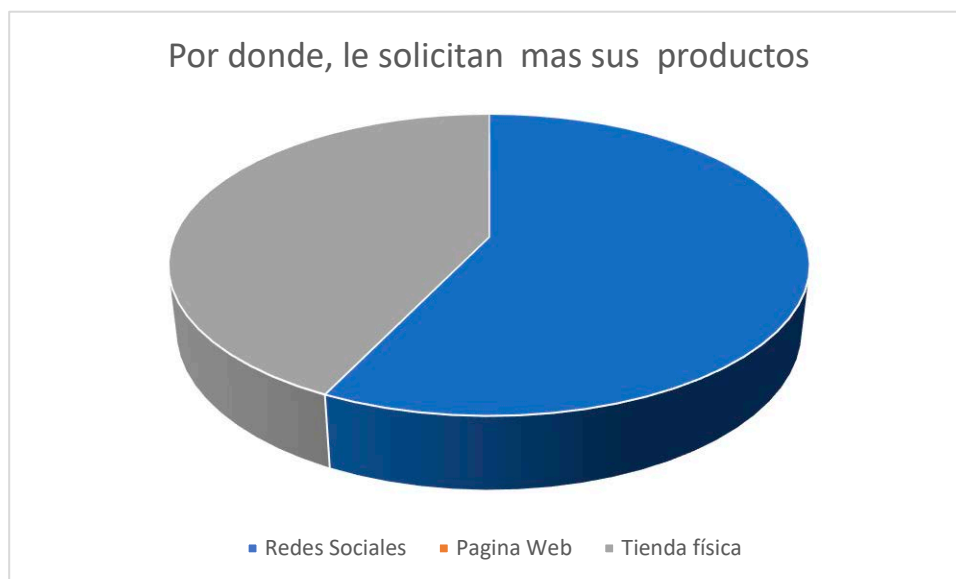
El 100% de los emprendedores encuestados, utilizan Instagram y WhatsApp, para sus emprendimientos en línea, seguido de Facebook y Facebook Messenger, dejando en último lugar a Tik Tok.



Elaboración propia (2023)

Medio por donde le solicitan más sus productos.

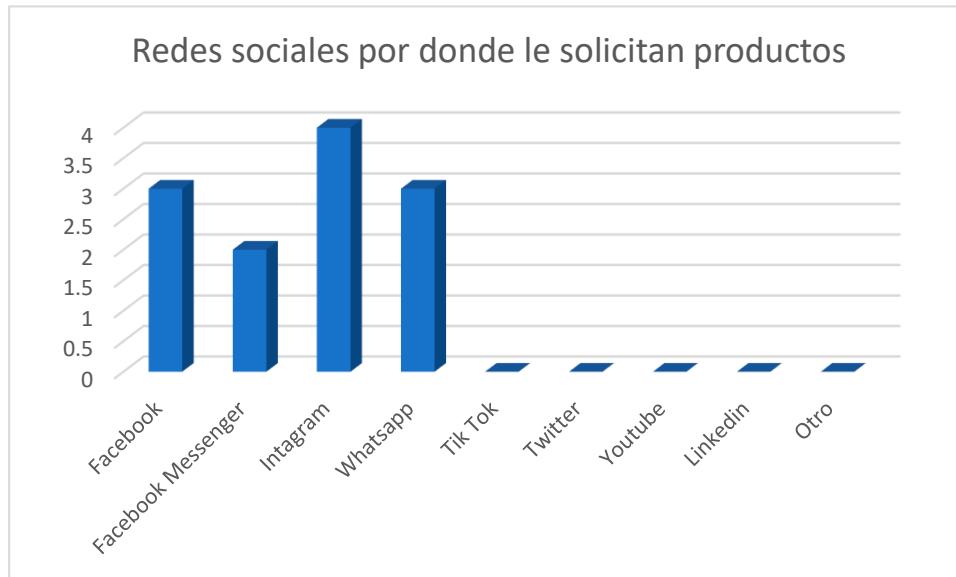
El medio por el cual le solicitan más productos es por sus redes sociales, dejando en segundo lugar a la tienda física.



Elaboración propia (2023)

Red social por donde le solicitan productos.

Las redes sociales por donde le solicitan más productos, está en primer lugar Instagram, seguido de Facebook y WhatsApp dejando por último a Facebook Messenger.



Elaboración propia (2023)

Propuesta

Con base en los resultados de la encuesta a emprendedores de boutiques online femeninas:

- Fortalecer Instagram y WhatsApp: Maximizar la presencia y la interacción en estas plataformas que son utilizadas por el 100% de los emprendedores.
- Optimizar Estrategias en Facebook: Desarrollar estrategias específicas para Facebook y Facebook Messenger, potenciando el contenido y la funcionalidad de compra.
- Explorar TikTok: A pesar de ocupar el último lugar, considerar estrategias creativas en TikTok para atraer a un público más joven.
- Mejorar Proceso de Solicitudes en Redes Sociales: Optimizar la experiencia del cliente al solicitar productos a través de redes sociales mediante una navegación sencilla y respuestas rápidas.
- Potenciar Interacción en Instagram: Fomentar la participación de los seguidores con contenido interactivo como encuestas, concursos y colaboraciones con “influencers”.

- Integrar Estrategias con Tienda Física: No descuidar la tienda física y buscar estrategias que conecten la experiencia de compra en línea y en la tienda física.

Estas recomendaciones buscan capitalizar las fortalezas en Instagram y WhatsApp, explorar nuevas oportunidades en otras plataformas y mejorar la interacción global con los clientes.

Conclusión

En conclusión, la encuesta resalta la dominancia de Instagram y WhatsApp en el ámbito de boutiques online femeninas. La estrategia clave radica en potenciar estas plataformas, optimizar Facebook, explorar TikTok y mejorar la experiencia de solicitud de productos en redes sociales. La integración efectiva de estas acciones puede impulsar significativamente la visibilidad y éxito en el entorno digital de estas boutiques.

Referencias

(s.f.). Obtenido de <https://www.eaeprogramas.es/blog/negocio/empresa/como-influir-en-la-toma-de-decisiones-del-comprador>

¿Cómo es la toma de decisiones en el Marketing Digital? (31 de 07 de 2022). Obtenido de <https://posgradosadistancia.com.ar/como-es-la-toma-de-decisiones-en-el-marketing-digital/#:~:text=programaci%C3%B3n%20del%20trabajo,-,La%20investigaci%C3%B3n%20de%20mercado%20en%20la%20toma%20de%20decisiones,crear%20el%20proyecto%20de%20mercadeo>.

ARMSTRONG/KOTLER. (2013). Fundamentos del Marketing. Ciudad de Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Baptista, H. F. (2014). Metodología de la Investigación. Iztapalapa. Mexico D. F.: The McGraw-Hill C. Obtenido de Metodología de la Investigación.

Cisneros, J. P. (15 de 04 de 2018). Influencia del marketing digital en el desarrollo de las MIPYME's en Ecuador. Obtenido de Revista Espacios: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p01.pdf>

- Cortés, D. R. (2014). IMPACTO DE LAS PYMES EN LA ECONOMIA MEXICANA. Obtenido de promep:
<https://promep.sep.gob.mx/archivospdf/MEMORIAS/Producto2410836.PDF>
- CTU, R. (2014). Influencia del marketing digital en el proceso de decisión de compra. Obtenido de
<https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/38>
- Duran, E. (s/f). Marketing digital para principiantes. Fasko Academy.
- emprendedores, G. p. (16 de febrero de 2022). Shopify. Obtenido de
<https://www.shopify.com/mx/blog/manual-marketing-digital-para-emprendedores>
- Enrique Merlos, B. A. (2021). MANUAL DE MARKETING PARA EMPRENDEDORES. San Salvador: Red institucional para el Desarrollo Territorial.
- GUERRA, A. V. (2020). El marketing digital y su influencia en el comportamiento de los consumidores de productos cosméticos del distrito de Miraflores - Lima en el año 2020. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Leon G. Schiffman, L. L. (2010). Comportamiento del Consumidor. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN. Obtenido de psicologadelconsumidor:
<https://psicologadelconsumidor.files.wordpress.com/2016/04/comportamiento-del-consumidor-schiffman-10edi.pdf>
- Ospina, A. (10 de 05 de 2020). Proceso de compra del consumidor: qué es y cuál es su importancia para una estrategia de Marketing Digital. Obtenido de rdstation:
<https://www.rdstation.com/es/blog/proceso-de-compra/>
- Publisher, D. (17 de 02 de 2022). La influencia del marketing digital en la decisión . Obtenido de
https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/download/1067/1036/9045
- Rodríguez, S. (19 de 07 de 2021). Estrategias de Marketing Digital para emprendedores y emprendedoras. Obtenido de Fundacion General ULL:
<https://fg.ull.es/noticias/2021/07/19/estrategias-de-marketing-digital-para-emprendedores-y-emprendedoras/>

Sanchez, D. (13 de 12 de 2020). Marketing digital para emprendedores. Obtenido de Cómo usar el marketing digital para emprendedores: <https://www.duviansanchez.com/marketing-digital/marketing-digital-para-emprendedores/>

School, E. B. (s/f). Cómo influir en la toma de decisiones del comprador. Obtenido de <https://www.eaeprogramas.es/blog/negocio/empresa/como-influir-en-la-toma-de-decisiones-del-comprador>

Statista Department, R. (1 de abril de 2022). statista. Obtenido de México: tasa de penetración de las compras online 2017-2025: <https://es.statista.com/previsiones/703404/tasa-penetracion-comercio-electronico-mexico>

Statista Research, D. (19 de mayo de 2022). Statista. Obtenido de México: porcentaje de compradores digitales por región 2021: <https://es.statista.com/estadisticas/1115170/mexico-porcentaje-usuarios-ecommerce-region/>

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID. (2020). Obtenido de El marketing digital y su impacto en el comportamiento: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48690/TFG-N.%201658.pdf>;

Ypunto, J. (02 de 07 de 2021). 5 consejos de marketing digital para emprendedoras y emprendedores. Obtenido de Fundacion General ULL: <https://fg.ull.es/noticias/2021/07/02/5-consejos-de-marketing-digital-para-emprendedoras-y-emprendedores/>

Influencers Foodies en Instagram y su impacto en la intención de compra de los consumidores de Hermosillo

Ana Lenytza Granich León

Ana Cristina Pacheco Navarro

Denisse Mercedes Romero Valenzuela

Francisca Irene Coronado Villareal

Resumen

Este estudio se centra en examinar cómo el "Influencer Marketing" en Instagram impacta en la intención de compra y la actitud de los consumidores en Hermosillo, Sonora. Con un enfoque integral que combina métodos cuantitativos y cualitativos, se seleccionará una muestra de jóvenes activos económicamente, usuarios de Instagram de 20 a 35 años. La recopilación de datos se realizará a través de encuestas y análisis de contenido.

El objetivo es determinar si los influencers en Instagram influyen positivamente en la intención de compra y la actitud del consumidor, específicamente en Hermosillo. Estos hallazgos beneficiarán a las pequeñas y medianas empresas y contribuirán al conocimiento sobre marketing digital y el comportamiento del consumidor en la era de las redes sociales.

En resumen, esta investigación arrojará luz sobre el impacto del marketing de influencia y los influencers foodies en Instagram en las decisiones de compra y actitudes de los consumidores en Hermosillo, siendo esencial para la toma de decisiones empresariales y la comprensión del entorno digital actual.

Palabras claves: Influencers, marketing de influencia, redes sociales, comportamiento del consumidor

Introducción

En la era digital actual, el marketing de influencia en Instagram está transformando la toma de decisiones del consumidor en Hermosillo, Sonora. Este estudio se enfoca en identificar el efecto del "Influencer Marketing" en la intención de compra y la actitud del consumidor. Es especialmente relevante para pequeñas y medianas empresas, ya que les permite comprender cómo los influencers,

especialmente los influencers foodies, influyen en las decisiones de compra. Los resultados contribuirán a una mejor comprensión de cómo el marketing de influencia afecta el comportamiento del consumidor y proporcionará una base sólida para futuras investigaciones en este campo.

Planteamiento del problema

En 2020, en México, el 1,79% de los usuarios de Instagram eran influencers, representando 443,030 influencers en el país, con un mercado valorado en más de 15 millones de dólares (Ramos, 2020). A nivel global, Instagram es la cuarta plataforma social más utilizada, con aproximadamente 1.3 millones de usuarios activos diarios y una proyección de 226.3 millones de usuarios en Latinoamérica en 2022, un aumento del 4% respecto al año anterior (McLachlan & Enriquez, 2022).

Instagram es una herramienta integral para empresas y consumidores, permitiendo a las marcas definir su identidad y valores, vincularse con otras redes sociales, interactuar en tiempo real y segmentar a los consumidores para publicidad y promoción. Además, ofrece herramientas analíticas y la capacidad de utilizar embajadores de marca.

El cambio constante en la comunicación y la alta competencia en línea han llevado a las organizaciones a emplear estrategias de comunicación que involucran influencers. Estas estrategias se centran en comprender cómo los influencers, las marcas y los consumidores se comunican en el campo digital, a medida que las empresas buscan formas efectivas de llegar a su audiencia en un entorno saturado de información y dispositivos.

Objetivo General

Caracterizar el panorama de influencers de tipo foodie y sus métricas más importantes en los consumidores de Hermosillo, Sonora, México.

Justificación

En la actualidad, el sector empresarial en Hermosillo, compuesto en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, enfrenta desafíos para mantener su posición en los mercados de consumo. Las redes sociales se han convertido en un medio crucial para conectar a las empresas con sus audiencias, y entre las redes sociales, destacan los influencers. Estos líderes de opinión utilizan las redes sociales

como canales activos de comunicación, donde consumen y generan información con el propósito de entretener, educar, informar o posicionar.

Según Agrawal y Kamakura (2018), el uso de personas famosas en la comunicación aumenta la credibilidad de los mensajes, mejora el reconocimiento de las marcas, influye en la actitud hacia las organizaciones vendedoras de productos y aumenta la probabilidad de compra. Esta influencia de los influencers no solo es relevante en el ámbito empresarial sino también en los aspectos sociales y académicos, ya que estos individuos contribuyen a la sociedad al abordar diferentes nichos y audiencias.

En este contexto, el presente trabajo forma parte de una investigación más amplia, que busca analizar la importancia de la investigación radica en evaluar cómo los influencers de Instagram impactan en la intención de compra y la actitud de los consumidores en Hermosillo, proporcionando información valiosa para las empresas locales. Asimismo, se busca comprender la reacción de los consumidores hermosillenses ante los influencers y la relevancia de desarrollar estrategias con los influencers más reconocidos, ya que los consumidores buscan conexiones de confianza en la era digital. Lo que se expone en la presente ponencia, es el primer paso, la caracterización del mercado de influencers de tipo foodie que impactan a los consumidores hermosillenses desde la plataforma Instagram.

Metodología

Monitoreo de campo digital

En esta investigación, se utilizó HypeAuditor, una plataforma de análisis de redes sociales que proporciona información detallada sobre perfiles de Instagram, incluyendo influencers foodies en Hermosillo, Sonora.

Recolección de Datos

Selección de Influencers: Se llevó a cabo la selección de influencers foodies en Hermosillo, Sonora, como población de estudio. Un conjunto representativo se determinó considerando criterios demográficos y geográficos. Los influencers incluidos en el estudio fueron: soyrebeo, chefjuanangel, Tastinghillo, Juaneats, domandolaparrila, chuy_salharo, catadoc, elreydelgrillsonora, sentidoculinario, cheferickamaya, la.shamaka, foodiedigger, elfoodiemx, dario.brau, foodieshmo, tacarbonelchido,

carofit_, nutrisuzetteloreto, calixtoserna_mcc, antoj_hillo, chiscogrill, marianacomiendo, cataveneno, laloladice, marceloaguilarmx, lagandaraeats, gallonegro95, natzielli, jaris.artecocina, foodhappeningmx, y elmuchachodelostacos.

Extracción de Datos: Se procedió a la extracción de datos clave de los perfiles de Instagram de los influencers seleccionados a través de HypeAuditor. Los datos incluyeron información sobre seguidores, engagement, calidad de audiencia, patrones de aumento de seguidores, frecuencia de publicaciones, clasificación global y detalles demográficos.

Cálculo de Métricas: Se llevó a cabo el cálculo del PCA (Puntuaje de Calidad de Audiencia) y CPE (Coste por Participación) utilizando los datos recopilados. Estas métricas proporcionaron información sobre la calidad de la audiencia y los costos estimados de participación.

EMV (Earned Media Value): Se evaluó el valor de medios ganados para determinar cuánto costaría obtener un alcance similar a través de publicidad pagada.

Análisis de Datos

Perfil del Influencer: Se analizó el perfil demográfico de cada influencer, incluyendo edad, género y ubicación principal, proporcionando información relevante sobre el público objetivo de cada influencer.

Comprensión de la Audiencia: Se evaluó la calidad de la audiencia de cada influencer, considerando elementos como la autenticidad del engagement, seguidores en masa y cuentas sospechosas, para determinar la confiabilidad de la audiencia.

Patrones de Publicación: Se analizaron los patrones de aumento de seguidores y seguidos, así como la frecuencia de publicaciones para obtener información sobre la dinámica de seguimiento y la actividad de los influencers.

Evaluación del Impacto: Se utilizó el PCA para evaluar la calidad general de cada influencer y el CPE para entender los costos estimados de participación en sus publicaciones.

Valor de Medios Ganados: El EMV se aplicó para determinar el valor de medios ganados y compararlo con la inversión real realizada en publicidad.

Resultados y conclusiones

Los hallazgos derivados del análisis realizado a través de HypeAuditor permitieron una evaluación detallada del impacto de los contenidos generados por los influencers foodies en Hermosillo, Sonora. Dichos resultados fueron sometidos a un riguroso análisis y discusión, lo que condujo a conclusiones significativas respecto al uso de influencers en estrategias de marketing digital y su efectividad en el ámbito de la industria de alimentos y restaurantes.

La evidencia recopilada a partir de las métricas analizadas revela que, en el contexto local, los influencers foodies muestran una tendencia donde pocos de ellos poseen un alto engagement, respaldado por una audiencia de calidad. Además, se observa que la audiencia de estos influencers tiende a ser predominantemente femenina y se concentra mayormente en rangos de edad que oscilan entre los 25 y 34 años.

Estos resultados subrayan la importancia de considerar cuidadosamente la selección de influencers y sus características demográficas al desarrollar estrategias de marketing en la industria alimentaria. Identificar y colaborar con aquellos influencers que cuenten con un alto engagement y que estén alineados con el perfil demográfico deseado puede resultar fundamental para maximizar el impacto de las estrategias de marketing digital en este ámbito específico.

Validación y fiabilidad

La validación y la fiabilidad de los datos se aseguraron al utilizar una herramienta confiable y ampliamente reconocida como HypeAuditor para la recolección de datos. Además, se aplicaron técnicas de análisis rigurosas para garantizar resultados precisos.

Limitaciones

Es importante mencionar que cualquier metodología tiene limitaciones. En este caso, la metodología se basó en datos disponibles en HypeAuditor y se centró en influencers de Instagram, lo que puede no capturar completamente el panorama general de la influencia digital en la industria alimentaria.

Bibliografía

Agrawal, J., & Kamakura, W. A. (2018). What drives purchase intention for paid mobile apps? An expectation confirmation model with perceived value. *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.04.002>.

McLachlan, S., & Enriquez, G. (16 de March de 2022). *Hootsuite*. Obtenido de 42 estadísticas de Instagram relevantes para tu negocio en 2022: <https://blog.hootsuite.com/es/lista-completa-de-estadisticas-de-instagram/>

Ramos, M. (2020). Estudio de Influencers de Latinoamérica: México es el país con más mega influencers en la región. *Marketing 4 Ecommerce*, 2.

Marketing de servicios: Caracterización de las acciones de Marketing del sector jurídico en Hermosillo, Sonora.

*Beatriz Rodríguez Rodríguez
Lourdes Patricia León López*

Resumen

Esta investigación se concentra en caracterizar las acciones de marketing del sector jurídico en Hermosillo, Sonora, tomando como guía el método cualitativo, en el cual se tomará como base los despachos jurídicos de Hermosillo que cuentan con una estructura de 5-30 empleados o asociados, efectuándose la recopilación de la información a través de entrevista y análisis de contenido.

El objetivo general de esta investigación es analizar las diferentes acciones de marketing en empresas del sector jurídico de Hermosillo, con el fin de estimular la captación de clientes en el mercado, permitiendo conocer si los despachos jurídicos se mantienen a la vanguardia de la era digital y el marketing o siguen siendo un sector arcaico

Palabras claves: servicios jurídicos, marketing jurídico, marketing digital

Introducción

En el ámbito del marketing de servicios se encuentra inmerso el sector jurídico, que, aunque ha sido siempre uno de los sectores más tradicionales y que se ha mantenido al margen de las innovaciones y la gestión empresarial, pues se caracteriza por una gran solidez en sus costumbres y un gran corporativismo, hechos que se pueden constatar en su forma de laborar y tecnicismos al comunicarse, se le ha dificultado con el desarrollo tan avanzado de las tecnologías, la competitividad del mercado y la amplia gama de información que maneja en la actualidad el consumidor, quedarse al margen ante las nuevas exigencias del cliente de este sector, por lo que se ha tenido que reinventar, adaptarse a los nuevos cambios y establecer nuevos modelos de negocios que fortalezcan las relaciones entre ambos, creando vínculos de fidelidad, es por esto que se hace relevante conocer que tan inmerso está este sector en la nueva era digital.

Planteamiento del problema

El sector jurídico ha sido uno de los más complejos y clásicos a lo largo de los años en el panorama empresarial. Este siempre se ha caracterizado por una gran resistencia al cambio y al desarrollo de sus métodos como forma de acercamiento al cliente, métodos que podemos contrastar en el lenguaje utilizado a la hora de hablar, de comunicarse con el cliente y en la redacción de documentos (Bruch, Marketing de servicios jurídicos a pequeñas y medianas empresas, 2016).

Los servicios jurídicos como servicios profesionales cuentan con elementos específicos que afectan y alteran al consumo, por lo que los abogados deben ser capaces y estar al margen de cuidar todas las fases que conlleva la producción de servicios y dentro de este el trato personalizado, la cercanía, la escucha y relación de confianza del cliente (Ferrer, 2021).

Es por esto que se hace necesario para los despachos jurídicos actuales implementar herramientas de marketing que los posicionen en el mercado y en la vanguardia de los nuevos retos a los que se enfrentan con la gran apertura del mercado y la competitividad.

Objetivo General

Analizar las diferentes acciones de marketing en empresas del sector jurídico de Hermosillo, con el fin de estimular la captación de clientes en el mercado.

Justificación

La proporción de abogados ocupados en el país representa el 0.7% del total de ocupados a nivel nacional. Las tres entidades federativas con mayor número de ocupados en este sector son la Ciudad de México con un 23.4%, Estado de México con 13.7% y Jalisco 9.8% del total de la población económicamente activa, Sonora ocupa el decimotercer lugar de la lista con un 2% de ocupados en el sector (INEGI, 2016); por lo que se considera un sector inmerso en los servicios y es válido investigar y analizar cómo funciona el mercado en la actualidad.

Esta investigación se considera de importancia por su relevancia en el ámbito jurídico y académico; ya que se propone analizar las acciones de marketing ante las nuevas exigencias del mercado actual en el sector jurídico en Hermosillo, con el fin de contribuir al proceso de crecimiento y retención de clientes.

Supuestos de Investigación

P1: ¿Cuáles son las estrategias de marketing que realizan los servicios jurídicos?

P2: ¿Qué impacto tienen las estrategias de marketing implementadas en los despachos jurídicos para la captación de clientes?

Metodología Cualitativa

En el presente capítulo referente a la metodología, se conformó un marco en el cual se expone el método por el cual se recopilará la información cualitativa para dar respuestas a las preguntas de investigación. La metodología por emplear es el método cualitativo utilizando la entrevista semiestructurada para conocer sobre las estrategias y acciones de marketing que se implementan en el sector jurídico en Hermosillo, Sonora, debido a que existe poca información al respecto.

Con la finalidad de conocer si estas acciones y estrategias estimulan la captación de clientes, este estudio tendrá como objetivos específicos y fundamentales:

Contextualizar el sector de los servicios jurídicos en el contexto del marketing jurídico.

Identificar cuáles son las principales acciones y estrategias de marketing que realizan los despachos jurídicos con el fin de estimular la captación de clientes.

En un primer momento, en esta fase metodológica del trabajo, se propone realizar una revisión y búsqueda de documentos empresariales, sitios web y páginas oficiales que brinden y faciliten información, tanto de manera online como offline, de las principales estrategias que realizan los despachos jurídicos en el contexto actual.

En un segundo momento, se plantea realizar una entrevista semiestructurada, el cual es un instrumento que se utiliza para indagar en aspectos teóricos que pueden tener un carácter exploratorio, donde se seleccione a responsables de marketing, socios directivos o gerentes generales con el fin de que se generen datos descriptivos a través de la información que estos nos puedan brindar, la cual se caracteriza por contar con un guion el cual se puede ir modificando a medida que vaya avanzando esta.

La entrevista, dentro de la metodología de la investigación cualitativa, es una técnica que se utiliza para recolectar información sobre conocimientos, creencias, de una persona o de la vida en sociedad, la cual se lleva a cabo a través de una conversación libre, de forma libre o semiestructurada en la cual

se va introduciendo los elementos que se desean conocer y en cual el sujeto investigado(entrevistado)expresa de forma libre su criterio sobre el tema objeto de estudio (Varguillas & Flores, 2007).

Cuando nos referimos a las entrevistas estamos describiendo el encuentro que se produce cara a cara entre el investigador y el sujeto a investigar, el cual va dirigido hacia la comprensión que tenga este último, sobre las perspectivas, experiencias o situaciones que desea conocer el investigador, la cual se realiza en un escenario preparado, las cuales se utilizan para el estudio de un número relativamente grande de personas en un lapso breve de tiempo (Taylor & Bogdan, 2008).

Recolección de Datos

Despachos jurídicos: Se llevó a cabo la selección de los despachos jurídicos en Hermosillo, Sonora, como población de estudio. Se determinó dentro de la población teniendo como criterio la cantidad de empleados que conforman los despachos jurídicos, además de la conveniencia y la accesibilidad de estos, posteriormente se efectuó el juicio de experto para la validación del instrumento metodológico a aplicar, el cual es una entrevista semiestructurada.

Extracción de Datos: Se procedió a acceder a la base de datos del Instituto Nacional de Estadística, Geográfica e Informática (INEGI) para recopilar la información pertinente de los despachos para proceder a la aplicación de las entrevistas.

Análisis de Datos

Fase de preanálisis: esta primera fase corresponde a la organización de la investigación, en ella el investigador toma decisiones acerca de los objetivos del trabajo, la selección de la muestra, en donde se analiza el tamaño de esta para que sea suficiente para poder obtener la información pertinente, y la revisión de literatura para informarse más sobre el tema, además que sirve para sentar las bases para el sistema categorial.

En esta etapa se optó por crear un listado en donde se generó los atributos a medir para realizar con mayor eficiencia la segmentación (ver tabla 1).

Tabla 1: Guía de variable y atributos

VARIABLE	ATRIBUTOS
	Conocimiento o entendimiento de marketing

Despachos jurídicos	Acciones o estrategias de marketing empleadas
	Conocimiento de acciones o estrategias de marketing digital
	Impacto del uso de estrategias de marketing jurídico en la captación de clientes

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA 2023

Formación del sistema categorial: esta fase es la más significativa para el análisis de datos, ya que en esta se refleja el objetivo principal de la investigación y se diseñan las categorías que quiere medir el investigador teniendo en cuenta que deben cumplir con el requisito de fiabilidad y validez.

Para esta investigación se generaron categorías a partir de los guiones de la entrevista, a falta de referencias anteriores, por lo que se diseñó 4 categorías, abarcando aspectos como:

- Marketing: en este concepto se plantea lo relativo al conocimiento o entendimiento que se tiene de esta disciplina moderna y la experiencia que se tiene.
- Acciones de marketing: en esta categoría se plantea abordar temas con lo concerniente a las acciones de marketing que realiza el despacho jurídico, cuáles son las más efectivas, como se mide la efectividad que estas podrían tener.
- Marketing digital: en esta etapa se intenta abarcar aspectos como el marketing digital, si utilizan redes sociales, si cuentan con sitios web o implementan estrategias de SEO.
- Impacto del marketing: por último, con esta categoría se intenta verificar y analizar el impacto que podría tener el uso del marketing en los despachos jurídicos para la retención de clientes.

Codificación: en esta fase se refiere a la elección del análisis a realizar además de seleccionar los indicadores para la codificación; es esta etapa en la que el investigador selecciona el software (elección del investigador de acuerdo con su investigación para poder realizar la codificación).

Análisis e interpretación de datos: en esta etapa como su propio nombre lo dice se analizará los datos obtenidos, la cual debe responder a preguntas básicas, según plantea Almenara y Loscarteles (1996), como: ¿Cuál es el resultado principal?, ¿Son interpretaciones competentes?, ¿La interpretación es correcta?, esta fase se debe correlacionar con la primera parte de la investigación para poder llegar a un resultado valido. Puesto que el método cualitativo se basa en la interpretación y percepción de un fenómeno el análisis es meramente inductivo e interpretativo, pues está orientado al descubrimiento

y a la relación que se establece entre el investigador y lo que se quiere investigar (Bruch, Marketing de servicios jurídicos a pequeñas y medianas empresas, 2016).

Informe: es el documento final donde se plasma toda la información recopilada y se plasman los resultados.

Validación y fiabilidad

La validación y la fiabilidad de los datos a investigar se aseguraron al utilizar el software Altas Ti para el análisis de datos y se validó el instrumento con expertos en el tema, en cual es necesario para determinadas investigaciones y metodologías, como lo es en este caso la cualitativa, para generar supuestos más precisos (Sampieri, 2010),

La investigación cualitativa debe tener el rigor necesario para lo cual se establece una correlación entre la confiabilidad, validez y objetividad, lo cual indica que los datos y variables a investigar deben ser revisados por distintos investigadores para arribar a datos coherentes y que se logre el objetivo de la investigación y a su vez cubrir los estándares mínimos, aunque a veces esta validez y confiabilidad se puede ver afectada por sesgos del investigador (Sampieri, 2010).

Limitaciones

Cada investigación, al implementar metodologías para poder llegar a cumplir con el objetivo cuenta con ciertas limitaciones, en este caso los datos se basaron en la base de datos del INEGI la cual es muy extensa y no se puede abarcar del todo.

Resultados y consideraciones

El trabajo presentado es una investigación que está en curso, por lo que no se ha podido llevar a cabo la totalidad de las entrevistas a efectuarse. Los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas se utilizarán para evaluar el impacto de las acciones de marketing de los despachos jurídicos en Hermosillo, Sonora, para la captación y retención de clientes, que por el momento podemos indicar que el sector jurídico sigue siendo un sector arcaico que mantiene su forma tradicional de trabajo y donde los clientes llegan a ellos por la voz a voz.

Bibliografía

Bruch, E. (2016). *Marketing de servicios jurídicos a pequeñas y medianas empresas*.

Ferrer, C. T. (2021). *Marketing digital en el sector jurídico: elaboración de un plan de marketing digital al despacho LFT Abogados*. Oviedo.

INEGI. (8 de julio de 2016). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, primer trimestre de 2016*. Aguascalientes .

Sampieri, R. h. (2010). *Metodología de la investigación* .

Taylor, S., & Bogdan, R. (2008). Metodos cuantitativos aplicados 2. En *La entrevista en profundidad*.

Varguillas, C. S., & Flores, S. R. (2007). *Implicaciones conceptuales y metodologicas en la aplicacion de la entrevista en profundidad*.

Estudio de los atributos de taquerías de carne asada en Hermosillo, Sonora

Humberto Oviedo

Lourdes Patricia León López

Propósito: El propósito de esta investigación es reconocer los elementos predominantes que generan motivación en los clientes de taquerías de carne asada en Hermosillo, Sonora.

Marco metodológico: El enfoque metodológico adoptado es de carácter no experimental y transaccional, ya que la recolección de datos se ejecutará en un periodo breve y predeterminado. Para lograr el objetivo propuesto, se llevará a cabo una encuesta que considerará factores demográficos y comprenderá preguntas sencillas centradas en los atributos de las taquerías en Hermosillo, Sonora. Estos atributos se derivarán de un instrumento validado anteriormente por Vera (2017), el cual abarca 26 características relacionadas con la industria de restaurantes, destacando elementos como el servicio del personal y la calidad de los alimentos.

Una vez recopilados los datos de los encuestados, se ingresarán al programa SPSS para realizar el análisis de resultados. Este análisis ayudará a identificar cuáles atributos son más o menos apreciados, y a determinar la taquería ideal para los habitantes de Hermosillo basándose en la información obtenida. La elección del software SPSS se considera adecuada para este tipo de investigaciones, ya que simplifica la interpretación de datos mediante la codificación y la transformación de resultados en estadísticas y tablas de fácil comprensión.

La subsistencia de una empresa depende crucialmente de las transacciones realizadas por sus clientes, razón por la cual resulta esencial ofrecer la más óptima experiencia de servicio. La satisfacción del cliente impacta significativamente en las utilidades de prácticamente cualquier entidad comercial. Los consumidores, al adquirir bienes o servicios para cubrir sus necesidades, dictan su comportamiento de compra, determinando cuándo, dónde y cómo realizarán sus transacciones. De ahí que el marketing se concentre primordialmente en comprender el comportamiento del individuo en calidad de consumidor. Se asume comúnmente que el marketing aborda de manera continua las necesidades del cliente para elaborar estrategias que apunten a su satisfacción (Ilieska, 2013).

Problema planteado

La investigación se concentra en las preferencias de los consumidores en taquerías de carne asada en Hermosillo, Sonora, México. El propósito es obtener resultados que permitan identificar los atributos más valorados por los residentes mayores de edad de Hermosillo.

Problema a investigar

¿Cuáles son los atributos que garantizan el éxito de una taquería de tacos de carne asada?

Pregunta de investigación

¿Cuál sería la taquería ideal según la percepción de los hermosillenses y cuáles son los atributos más relevantes para ellos en las taquerías de carne asada?

Objetivo general

Este trabajo de investigación busca determinar cuáles son los atributos más valorados que motivan a los consumidores en taquerías de carne asada en Hermosillo, Sonora.

Objetivos Específicos:

- Evaluar la importancia de los atributos tangibles.
- Investigar la percepción de los hermosillenses sobre los atributos físicos, como instalaciones, mobiliario, ubicación y estacionamiento, y su impacto en la intención de consumo.

Hipótesis 1:

Se postula que los atributos tangibles son de gran relevancia en la preferencia del consumidor.

Los residentes de Hermosillo sostienen que aspectos físicos, como instalaciones, mobiliario, ubicación y estacionamiento, ejercen una influencia positiva y significativa en su disposición a consumir.

Objetivos Específicos de hipótesis 1

- Identificar los atributos intrínsecos más relevantes.
- Revisar la percepción de los hermosillenses respecto a la calidad de la carne, la barra de salsas y los aditamentos, y su impacto en la intención de consumo.

Hipótesis 2

Se propone que los atributos intrínsecos tienen una influencia notable en la preferencia del consumidor.

La calidad de la carne, la variedad de la barra de salsas y los aditamentos se consideran factores que afectan positiva y significativamente la disposición a consumir, por parte de los residentes de Hermosillo, Sonora.

Objetivos Específicos de hipótesis 2

- Identificar los atributos intangibles más relevantes.

La calidad de atención en el servicio, como la amabilidad, rapidez, influyen positiva y significativamente en la disposición por consumir, por parte de los residentes de Hermosillo, Sonora.

Hipótesis 3

La conducta del cliente constituye un aspecto de análisis que proporciona información valiosa para la toma de decisiones, requiriendo un esfuerzo organizativo para desarrollar estrategias centradas en el cliente.

En el ámbito de alimentos y bebidas, donde la competencia y la introducción constante de nuevos productos son comunes, es crucial comprender qué motiva a los clientes a regresar. Identificar los atributos distintivos de un establecimiento se vuelve esencial para potenciarlos, captar nuevos clientes y mantener la relevancia en un mercado dinámico.

En este capítulo, se presenta inicialmente información general sobre la industria restaurantera para destacar su importancia en México. A continuación, se aborda información específica sobre la industria en Sonora, acompañada de datos históricos que contextualizan el tema de la investigación.

Metodología

En esta sección se presenta detalladamente la metodología a emplear, junto con conceptos fundamentales de la investigación, como la definición de cliente y la satisfacción de sus necesidades,

propios de esta indagación. Se explica minuciosamente el proceso a seguir, sus métodos y la información necesaria para alcanzar los resultados planteados en los objetivos.

Diseño de la Investigación

La motivación inicial para esta investigación surge de la curiosidad por comprender la fidelidad de un consumidor hacia un establecimiento. Se busca indagar sobre lo que impulsa al cliente a regresar y consumir en ese lugar, así como identificar las prácticas exitosas de dicho establecimiento. Para abordar esta inquietud, se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva de artículos en páginas web, tesis e investigaciones previas. Aunque no se encontró ninguna investigación específica sobre este tema, se consideraron aquellos artículos relacionados con el tema de interés como posibles referencias.

Tipo de Estudio

El tipo de estudio se clasifica como no experimental, ya que los datos en este tipo de investigación ya están presentes en los sujetos. El investigador estableció los atributos necesarios para crear diferentes productos hipotéticos para la elección, buscando obtener las preferencias de los consumidores basándose en los atributos de los establecimientos. Este estudio adopta un enfoque descriptivo, según la definición de Stracuzzi y Martins, que implica la recopilación e interpretación de estadísticas, estudios de casos, opiniones y observaciones de procesos de aprendizaje.

La investigación tiene como objetivo interpretar los resultados proporcionados por el instrumento metodológico seleccionado, obteniendo información sobre las particularidades de los clientes habituales de un establecimiento. Se utiliza un enfoque cuantitativo para obtener información sobre los comensales de taquerías en Hermosillo, Sonora, permitiendo identificar preferencias, clasificar tipos de consumidores y otros resultados derivados de la investigación, con especial interés en conocer la característica principal que marca la preferencia entre jóvenes mayores de edad y adultos.

Variables de la Investigación

En el contexto de una investigación cuantitativa, se evalúan cantidades de variables que adquieren valores numéricos, permitiendo registrar de manera estadística, numérica y práctica los datos recopilados.

Área de Estudio

Los participantes de la investigación serán individuos mayores de edad residentes en Hermosillo, Sonora.

Población Objetivo

Habitantes de Hermosillo, Sonora, que han alcanzado la mayoría de edad.

Criterio de Población: La delimitación cualitativa abarca el periodo de duración de la maestría en mercadotecnia y mercados de consumo, comprendido entre 2022 y 2024. Únicamente se incluirán participantes de la ciudad de Hermosillo que pertenezcan al estrato de mayores de edad.

Muestra

Para la ejecución de la investigación y la aplicación del instrumento de obtención de resultados, se utilizará un muestreo probabilístico aleatorio y estratificado, focalizado en la población mayor de edad de Hermosillo, Sonora.

Se optó por una muestra probabilística debido a su precisión y confiabilidad, reduciendo el sesgo al garantizar que todos los sujetos encuestados tengan las mismas probabilidades de ser seleccionados.

Cálculo de la Muestra

La muestra se calculará estadísticamente con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Para asegurar la representatividad de la población estudiada, el tamaño de la muestra se determinará según las leyes de probabilidad. López-Roldán y Fachelli consideran una población finita a aquella con menos de 100,000 unidades, e infinita a aquella con 100,000 o más (Lopez-Roldan-Fachelli, pág. 8)

Características de la Muestra

Representatividad: La muestra debe reflejar de manera precisa la población en términos de aspectos clave, como la edad, el género, la ubicación geográfica y otras características relevantes.

(Lopez-Roldan-Fachelli, pág. 8)

- **Tamaño Adecuado:** La muestra debe ser lo suficientemente grande para que los resultados sean estadísticamente significativos y aplicables a la población en general.
- **Aleatoriedad:** La selección de la muestra debe ser aleatoria y sin sesgos, garantizando que cada miembro de la población tenga la misma probabilidad de inclusión.
- **Precisión:** Los datos recolectados deben ser precisos y confiables, con un margen de error aceptable.
- **Relevancia:** La muestra debe ser pertinente para los objetivos de la investigación, y los datos recopilados deben ser pertinentes para el análisis realizado.
- **Homogeneidad:** La muestra debe ser homogénea en términos de características relevantes, evitando distorsiones causadas por la presencia de variables no deseadas.
- **Disponibilidad:** La muestra debe ser fácilmente accesible, y la recopilación de datos debe realizarse de manera práctica.

Instrumentos

La herramienta metodológica cuantitativa elegida para la recopilación de datos es la encuesta. Este instrumento, al ser fácil de entender, rápido de completar y eficiente en la obtención de datos, será implementado en formato en línea debido al auge tecnológico-cibernético. La encuesta se diseñará en base a productos hipotéticos generados por el software SPSS, considerando atributos de taquerías en Sonora.

"La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. A diferencia de la entrevista, se utilizan preguntas escritas entregadas de manera anónima para ser respondidas por escrito. Es una técnica aplicable a sectores amplios del universo de manera más económica que las entrevistas individuales" (Stracuzzi & Martins, 2012, pág. 134).

Los cuestionarios se diseñarán para obtener información demográfica en la primera parte y opiniones y preferencias en la segunda.

Atributos

Los atributos considerados para las tarjetas se basan en el instrumento de valoración de calidad en el servicio y satisfacción del cliente validado previamente por Vera y Trujillo (Vera, 2017). Se empleará una escala de intervalo de 1 a 7, donde 1 indica total desacuerdo y 7 total acuerdo

Métodos y Técnicas de Análisis

IBM SPSS Statistics representa una plataforma de software dedicada a la estadística. Con una interfaz amigable y un conjunto de capacidades, facilita a su entidad la obtención ágil de perspectivas a partir de sus datos. Sus funciones estadísticas avanzadas contribuyen a asegurar una precisión elevada y decisiones de calidad. Este programa abarca todos los aspectos del ciclo de vida analítico, desde la preparación y administración de datos hasta el análisis y la creación de informes.

Una vez recopilados los datos, se empleará el software SPSS para la codificación y análisis correspondiente. La codificación en SPSS, o Statistical Package for the Social Sciences, ofrece diversos beneficios en el análisis de datos, tales como:

- **Organización de datos:** La codificación facilita la clasificación de variables, asignando números o etiquetas a diferentes categorías, simplificando así la manipulación y el análisis de datos.
- **Análisis estadístico:** La codificación posibilita la realización de diversos análisis estadísticos en SPSS. Por ejemplo, al codificar variables categóricas, es posible calcular estadísticas descriptivas, realizar pruebas de comparación de medias, análisis de varianza (ANOVA) y análisis de regresión.
- **Simplificación de datos:** La codificación contribuye a simplificar la presentación y gestión de los datos. Al utilizar códigos numéricos o etiquetas en lugar de categorías de texto completo, se reduce la complejidad de los conjuntos de datos.
- **Uniformidad en el análisis:** La codificación garantiza la utilización consistente de las mismas categorías en todas las fases del análisis, facilitando la comparación y el análisis coherente de los resultados.
- **Eficiencia en el procesamiento:** Al trabajar con variables codificadas, el software de análisis como SPSS puede procesar los datos de manera más eficiente, reduciendo el tiempo necesario para realizar cálculos y obtener resultados. La codificación en SPSS proporciona una forma eficaz de organizar y analizar datos, simplificando el procesamiento y mejorando la coherencia en el análisis estadístico.

Consideraciones

Este proyecto se encuentra en desarrollo y actualmente se está llevando a cabo la validación del instrumento que será empleado. Este proceso implica someter el instrumento a una revisión y

evaluación por parte de expertos en el campo para asegurar su idoneidad y fiabilidad. Estamos comprometidos en garantizar la calidad y la efectividad de la herramienta que se utilizará en la investigación, y esta fase de validación es crucial para lograrlo. A medida que avanzamos en este trabajo en curso, nos esforzamos por asegurar que cada etapa se realice con precisión y rigor para obtener resultados significativos y confiables.

Bibliografía

- Armstrong, G. &. (2015). *Marketing: An introduction*. . Pearson Education.
- Bautista Hernandez, A. d., & Meléndez Torres, J. M. (2020). Comer en la Calle. Rasgos, espacios y prácticas en la Ciudad de Hermosillo, Sonora. *Estudios Sociales*, 25.
- Camarena Gómez, D. M. (2016). Etnocentrismo y comida típica regional: una caracterización de las preferencias y consumo de la población urbana de Sonora. .
- Camarena Gómez, D. M. (2016). Etnocentrismo y comida típica regional: una caracterización de las preferencias y consumo de la población urbana de Sonora. 513-526.
- Camarena Gómez, D. M., & Sandoval Godoy, S. A. (2016). Etnocentrismo y comida típica regional: una caracterización de las preferencias y consumo de la población urbana de Sonora. *Razón y Palabra*.
- Company, M. &. (2017). *Customer experience: New capabilities, new audiences, new opportunities*. McKinsey & Company.
- company, M. a. (216). *Customer experience, creating value through transforming customers journey*. © McKinsey & Company.
- Diego Salazar Duque, P. D. (2018). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*. Quito.
- Green, P. E. (1978). *Research for marketing decisions*. Prentice-Hall.
- Guinness., R. (2023). *Guinness, R. (2023). Record Guinness. Hentet fra Record Guinness: .* Obtenido de <https://www.guinnessworldrecords.es/world-records/471023-most-people-grilling-barbecuing-simultaneously>
- Hair, J. B. (2009). *Marketing Research*. McGraw-Hill Higher Education.
- Hongren, C. T. (2010). *Contabilidad Octava edicion*. Mexico: Pearson Education.

- Ilieska, K. (2013). *Customer Satisfaction Index – as a Base for*. Macedonia.
- INEGI. (2019). *La industria restaurantera*. México.
- INEGI. (2021). *Conociendo la infustria restaurantera*. México.
- Kotler, P. &. (2015). *Marketing management*. Pearson Education.
- Lopez-Roldan-Fachelli. (s.f.). *metodologia de la investigacion social cuantitativa*.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios*. Mexico: Pearson Education.
- México, G. d. (04 de Agosto de 2015). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/epn/es/articulos/la-cocina-mexicana-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad>
- Mexico, G. d. (2020). *Gobierno de México*. Obtenido de Data México: <https://datamexico.org/es/profile/geo/hermosillo?populationType=totalPopulation>
- Sandoval Godoy, S. A. (2012). Sandoval Godoy, S. A., & Camarena Gómez, D. M. Consumo de alimentos de la población sonorense: tradición versus internacionalización. Hermosillo: *Estudios Sociales: Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*.
- Sandoval, G., S.A, C. G., & D.M. (2012). Consumo de alimentos de la población sonorense: tradición versus internacionalización. *Revista de Alimentación Contemporanea y Desarrollo Regional*, 55-72.
- Vera, J. &. (2017). Escala Mexicana de calidad en el servicio en restaurants (EMCASER). *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*,.
- Wedel, M. &. (2012). En *Market segmentation: Conceptual and methodological foundations (Vol. 8)*. Springer Science & Business Media.
- Wereda, W. &. (2016). *CUSTOMER EXPERIENCE – DOES IT MATTER?. Modern Management Review*. .

Análisis de los Atributos Sobresalientes del Bacanora: Un Estudio en Tradición, Calidad y Experiencia Sensorial

*Mariana Alcaraz Garibaldi
Dena María Jesús Camarena Gómez*

Resumen

Este estudio se sumerge exhaustivamente en la rica tradición y los atributos fundamentales que posicionan al bacanora como una joya destacada en el universo de las bebidas espirituosas. Se realiza una cuidadosa exploración de su contexto histórico, arraigado profundamente en la cultura sonorenses, y se analiza su evolución para convertirse en un emblema distintivo de la herencia agavera mexicana. Además, se detallan meticulosamente los aspectos del proceso de producción artesanal, destacando su conexión intrínseca con la tierra y los métodos singulares que definen su singularidad.

Se concede especial atención al papel esencial de la denominación de origen en la preservación de la autenticidad del bacanora, así como a los rigurosos estándares de calidad que garantizan la pureza del producto. Se subrayan los reconocimientos y premios otorgados a productores destacados, destacando la excelencia del bacanora en el escenario internacional.

El análisis culmina inmerso en el mundo sensorial del bacanora, ofreciendo una descripción detallada de su perfil único y la experiencia placentera que proporciona a los paladares más exigentes. Esta tesis presenta una visión integral y profesional de los atributos relevantes del bacanora, celebrando no solo su calidad excepcional, sino también su papel distintivo como embajador de la tradición y la cultura mexicanas en el ámbito global.

Palabras claves: Denominación, producción, tradición, cultura.

Planteamiento del problema

El bacanora, venerado como un emblema de la herencia agavera en la región sonorenses de México, enfrenta desafíos significativos en su preservación y reconocimiento a nivel mundial.

Desde tiempos antiguos, la humanidad ha empleado diversas técnicas para la producción de bebidas alcohólicas, y en algunos casos, los métodos de elaboración y producción han perdurado a lo largo del tiempo. El término "bebida espirituosa" se aplica a aquellas bebidas con contenido alcohólico que

resultan de la destilación de materias primas agrícolas, como es el caso del mezcal, el tequila y la bacanora. En México, estas bebidas son mayormente producidas utilizando el agave, una planta que cuenta con 215 especies diferentes en el país (Hernández-Montes, 2019)

A pesar de sus atributos distintivos y su arraigo cultural, la falta de notoriedad internacional, amenazas a la autenticidad en el proceso de producción y desafíos regulatorios plantean interrogantes sobre la sostenibilidad y posicionamiento futuro de esta bebida espirituosa. En este contexto, la presente investigación busca abordar críticamente estos desafíos, proponiendo estrategias para fortalecer la preservación, calidad y proyección global del bacanora como patrimonio cultural y espirituoso de excelencia.

Objetivo General

El objetivo principal de esta tesis es realizar un análisis exhaustivo de los desafíos y oportunidades que enfrenta el bacanora, tanto a nivel nacional como internacional, con el propósito de proponer estrategias viables que contribuyan a la preservación de su autenticidad, el fortalecimiento de su reconocimiento como patrimonio cultural, y la optimización de su posicionamiento en el mercado global de bebidas espirituosas.

Objetivos específicos:

- Realizar una revisión detallada de la evolución histórica del bacanora, desde sus orígenes hasta su situación actual, identificando hitos clave y su impacto en la cultura sonoreense.
- Evaluar minuciosamente los métodos de producción del bacanora, centrándose en la autenticidad de las prácticas tradicionales, la sostenibilidad del proceso y la preservación de la calidad característica.
- Proponer estrategias específicas para mejorar la visibilidad y reconocimiento del bacanora a nivel internacional, considerando participación en eventos, certámenes y enfoques de promoción efectivos.

Marco teórico

Se han concebido numerosas maneras de fusionar y preparar los jugos, mieles y destilados del agave, combinándolos con frutas, hierbas, esencias y otros licores. Este proceso implica adaptar la gama de ingredientes y recursos disponibles, así como incorporar las tradiciones propias de distintos contextos

regionales, fortaleciendo así la rica diversidad cultural que caracteriza a México. Este fenómeno no es ajeno a Sonora, donde se presenta un variado repertorio de bebidas que contribuyen significativamente a ampliar la diversidad de los mezcales mexicano. (Solano, 2007)

No obstante, la referencia inaugural al Bacanora se remonta a la década de 1880. Un relato de un viajero francés narra un encuentro con mexicanos, durante el cual compartieron sorbos de coñac y de un mezcal denominado bacanora, antes de separarse cada uno por su lado. En aquel tiempo, el destilado de *Agave Angustifolia* ya estaba presente, y es posible que ya hubiese adquirido su denominación mucho antes. (Mexicanist, 2021)

Denominación de origen del Bacanora



El 6 de noviembre de 2000, fue promulgada la Ley del Área de Denominación de Origen del Bacanora, la cual quedó registrada en el Diario Oficial de la Federación. Esta legislación garantiza la exclusividad de 35 municipios ubicados en la sierra sonorense para la elaboración de mezcal con la denominación "bacanora" (consultar mapa adjunto).

Los 35 municipios abarcados por la Denominación de Origen de esta bebida se encuentran en la sierra y en la región del Río Sonora. La diversidad en la vegetación, el clima y las especies presentes en cada una de estas zonas bacanoreras contribuye a que la bebida exhiba características únicas en cada municipio donde se lleva a cabo su producción (VÁSQUEZ, 2022)

Proceso de producción de Bacanora

La producción de bacanora en Sonora tiene raíces ancestrales. No obstante, debido a casi ocho décadas de ilegalidad en esta actividad, su tecnología de producción ha permanecido prácticamente

inalterada, manteniendo su carácter artesanal hasta el día de hoy. La mayoría de los procedimientos para elaborar bacanora son similares a los empleados hace un siglo. El cultivo del agave se realiza de forma natural, prescindiendo de fertilizantes y plaguicidas a lo largo de su ciclo vegetativo. Tras una prolongada espera de 8 a 9 años desde la siembra del maguey, la planta alcanza su madurez, siendo los campesinos quienes determinan el momento adecuado para su corte y utilización en el proceso de producción. (Gutiérrez Coronado, Acedo Félix, & Valenzuela Quintanar, 2007)

El proceso de producción del bacanora comienza cuando el vinatero se adentra en la sierra sonorenses para seleccionar cuidadosamente las plantas de agave según su tamaño. Aquellas plantas que presentan el inicio del vástago, conocido como quiote, que indica la floración, son sometidas a un proceso llamado capado. Esta práctica tiene como objetivo evitar la floración y permitir que la planta acumule azúcares, los cuales se almacenan en forma de inulina. Después de transcurridos 1 o 2 años, la planta se cosecha, eliminando las hojas en un proceso conocido como jima, hasta que solo queda la cabeza del agave, denominada piña. (Gutiérrez Coronado, Acedo Félix, & Valenzuela Quintanar, 2007)

Una vez recolectadas varias piñas, los jimadores las transportan hacia la vinata. En este lugar, las piñas se someten a la técnica de tatemado, la cual implica enterrarlas en hoyos bajo tierra, denominados hornos, que han sido preparados previamente con leña de mezquite y piedras en su interior. Estos hoyos se cierran con una lámina metálica y se sellan con lodo para evitar la pérdida de calor. Tras un período de dos a cuatro días, las cabezas tatemadas se extraen del horno. Durante este tiempo, el color de las cabezas cambia de un blanco amarillento a un tono café oscuro. El resultado final es un agave tatemado jugoso con un sabor dulce y ahumado. (Gutiérrez Coronado, Acedo Félix, & Valenzuela Quintanar, 2007)

Metodología

La investigación se llevará a cabo mediante un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión completa y profunda de los desafíos y oportunidades que rodean al bacanora. A continuación, se detallan los aspectos clave de la metodología:

Revisión Bibliográfica

Realización de una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el bacanora, su historia, procesos de producción, regulaciones y su posición en el mercado nacional e internacional.

Entrevistas y Encuestas:

Realización de entrevistas semiestructuradas con expertos en la industria del bacanora, productores, reguladores y otros actores clave. Paralelamente, se llevarán a cabo encuestas a consumidores para obtener perspectivas sobre la percepción y preferencias hacia el bacanora.

Conclusiones

La conclusión de este estudio representa el cierre de una investigación minuciosa que ha explorado con detalle los diversos aspectos relacionados con la producción y preservación del bacanora en la región de Sonora. La metodología empleada, que combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, proporcionó una comprensión integral de los desafíos y oportunidades que caracterizan a esta bebida espirituosa única.

El análisis histórico permitió trazar el recorrido del bacanora desde sus orígenes hasta su situación actual, destacando hitos significativos en su evolución y resaltando su arraigo en la cultura sonorenses y la herencia agavera de México. La revisión bibliográfica, las entrevistas con expertos y las encuestas a consumidores aportaron valiosas percepciones sobre la percepción actual del bacanora a nivel nacional e internacional.

La evaluación detallada del proceso de producción reveló la persistencia de métodos artesanales, manteniendo la autenticidad y la calidad distintiva de la bebida. La sostenibilidad de estos métodos, la falta de cambios significativos en las últimas décadas y la preservación de técnicas centenarias se erigen como características fundamentales del proceso, destacando la resistencia y resiliencia de la tradición frente a los desafíos del tiempo y la modernización.

La implementación de la Denominación de Origen del Bacanora, legislación promulgada en el año 2000, emerge como un hito crucial para garantizar la autenticidad y exclusividad de la producción en 35 municipios de la sierra sonorenses. Este marco legal ha contribuido a proteger la identidad del bacanora, al mismo tiempo que plantea la necesidad de abordar desafíos regulatorios y promover la conciencia sobre su importancia cultural a nivel nacional e internacional.

El análisis cuantitativo de datos de mercado y el estudio de casos representativos de productores proporcionaron una visión profunda de la situación actual del bacanora en el contexto global de las bebidas espirituosas. Las estrategias propuestas para fortalecer su reconocimiento internacional incluyen la participación en eventos, certámenes y una promoción estratégica que destaque sus características únicas.

En conclusión, este trabajo no solo ha arrojado luz sobre la complejidad y riqueza del bacanora, sino que también ha delineado vías concretas para su preservación, reconocimiento y éxito continuo. La intersección de la tradición y la modernidad, la resiliencia frente a desafíos históricos y la proyección internacional ofrecen un panorama completo de las dinámicas que definen el presente y el futuro del bacanora. Esta tesis no solo es un punto de llegada, sino también un punto de partida para futuras investigaciones y acciones que contribuyan a la perpetuación y elevación de esta joya espirituosa mexicana en el escenario global.