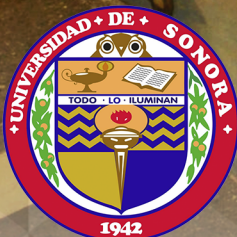
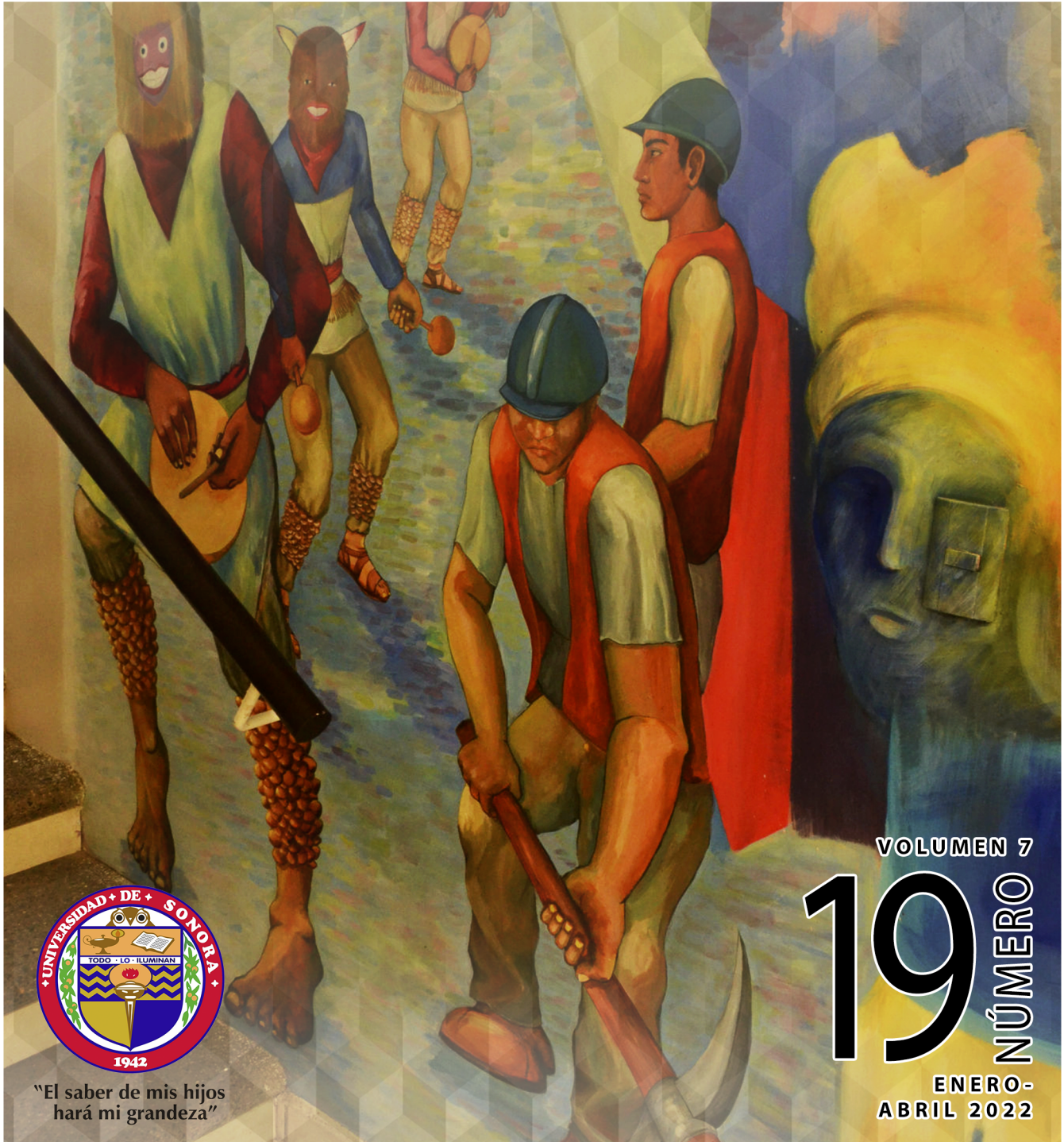




TRASCENDER

CONTABILIDAD Y GESTIÓN



“El saber de mis hijos
hará mi grandeza”

VOLUMEN 7

19 NÚMERO

ENERO-
ABRIL 2022

Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad.
Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203. DOI: 10.36791.
Indexada a Latindex 2.0. Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.
Indexada a Clase. Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades.
Indexada a Biblat. Bibliografía Latinoamericana en Revistas de Investigación Científica y Social.
Indexada a SeriUNAM. Catálogo público colectivo, registro núm. 165152.
Indexada a AURA, Dialnet, REDIB, LatinREV y DORA.

DIRECTORIO INSTITUCIONAL

Dra. María Rita Plancarte Martínez
Rectora

Dra. Luz María Durán Moreno
Vicerrectora Unidad Centro

Dr. Ramón Enrique Robles Zepeda
Secretario General Académico

Dr. Luis Enrique Riojas Duarte
Secretario General Administrativo

M.A. Carlos Armando Yocupicio Castro
Tesorero General

Dra. María Elena Robles Baldenegro
Directora de la División de Ciencias
Económicas y Administrativas

Dr. Ismael Mario Gastélum Castro
Jefe del Departamento de Contabilidad

Revista TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN:

Consejo Editorial

Dra. María Eugenia De la Rosa Leal
Universidad de Sonora, México

Dra. María Concepción Verona Martel
Universidad de las Palmas de la Gran Canaria,
España

Dra. Martha Elba Palos Sosa
Universidad de Guadalajara, México

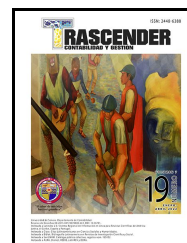
Dr. Miguel Ángel Vega Campos
Universidad Autónoma de San Luis Potosí,
México

Comité Editorial

Dra. María Eugenia De la Rosa Leal
Directora editorial

MFCG. Marisela Huerta Salomón

MFCG. José Enrique Haro Valdés



Mural Biblioteca Ciencias Sociales,
Universidad de Sonora, Unidad Centro.

La revista TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN cuenta con la licencia Creative Commons.



Se permite a otros descargar las obras y compartirlas con otros siempre y cuando se de crédito al autor(es). No se permite cambiarla de forma alguna, ni usarla comercialmente.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad de Sonora.

TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN. Vol. 7 No. 19. Enero - abril del 2022, es una publicación cuatrimestral 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. Tel. (662) 2592211.

<https://trascender.unison.mx/index.php/trascender>

Editor Responsable, María Eugenia De la Rosa Leal. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo 04-2015-041712070800-203. ISSN 24486388 otorgado por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Responsable de la última actualización de éste número: María Eugenia De la Rosa Leal. Fecha de la última actualización: 30 de enero del 2022.

Diseño, portada e interiores:

M.A. Arq. Esther M. Gracida D.

Imágenes:

Dirección de información y prensa Universidad de Sonora.

CONTENIDO

Editorial	1	Reportes de Investigación	
Reportes de Investigación		<i>El fideicomiso público estatal del impuesto de fomento al turismo: Identificación en la estructura de la red del flujo financiero y su exigua transparencia</i>	88
<i>Diagnóstico del Modelo de Negocios en la industria manufacturera de Ciudad Juárez: “Situación actual sobre su aplicación y características que lo definen”</i>	2	Esthela Carrillo Cisneros Arnulfo Ruiz León Alejandro Luis Enrique Ibarra Morales Universidad Estatal de Sonora, México	
<i>Estudio de caso del programa de inclusión laboral a personas con discapacidad en el sureste mexicano</i>	16	<i>El estado de valor añadido. Evolución histórica, relevancia y limitaciones</i>	107
Guadalupe Zimbrón Pérez Ruth Noemí Ojeda López Universidad Autónoma de Yucatán, México		José Juan Déniz Mayor Luis Miguel Arteaga Arzola Casiano Manrique de Lara Peñate Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España	
<i>Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas financiadas por el Gobierno Federal</i>	37	Ensayos	
Leticia del Carmen Ríos Rodríguez Eduardo Alejandro Carmona Leonel Ruvalcaba Arredondo Universidad Autónoma de Zacatecas, México		<i>Hacia una perspectiva integral de gestión en sostenibilidad empresarial</i>	150
<i>Identidad universitaria en la comunidad estudiantil de Ciencias Económico Administrativas</i>	68	Magdalena Miranda Pegueros Elda Magdalena López Castro Cesar Vega Zarate Universidad Veracruzana, México	
Pablo Alejandro Fava Pedroza Alma Teresita del Niño Jesús Velarde Mendívil Lizbeth Salgado Beltrán Universidad de Sonora, México		Normas de colaboración	165

Editorial

Dentro de un panorama económico de cambios en razón de la política internacional y el desarrollo de tendencias, en este número de la revista Trascender, Contabilidad y Gestión, inicia su séptimo año, con un espejo de ellos.

En los distintos artículos, se refleja el efecto de la política económica y las tendencias de adaptación en distintas organizaciones, entre ellas: el modelo de negocio, la inclusión laboral, innovación empresarial, identidad universitaria, relevancia de la información financiera y la sostenibilidad empresarial, como una visión informada del estado actual del funcionamiento organizacional.

El artículo de Diagnóstico de Modelo de Negocios, establece la situación de empresas industriales en un estado del norte de México, aplicando una encuesta focal a funcionarios empresariales de la región con una visión de mercado, determinando las variables de un modelo estratégico integrado de empresas locales.

A continuación un estudio de caso de inclusión laboral al sureste de México, revisa la situación de personal con discapacidad, su estatus y atención social y gubernamental. Aplicando un estudio de caso a participantes de un Programa de rehabilitación e inclusión, utilizando dos teorías de estudio: Del estigma y del prejuicio, describiendo los resultados y sus implicaciones actuales y futuras.

El artículo factores en la gestión de innovación analiza a un grupo de empresas participantes en el Programa de Estímulos a la innovación, aplicando un análisis factorial de tecnología-competitividad-colaboración y su efecto en la promoción de investigación y desarrollo empresarial.

El estudio de identidad universitaria, se enfoca al sentido de identidad y pertenencia de los estudiantes de una universidad, analizando su posición de consumo de productos institucionales de la imagen universitaria como marca de reconocimiento conductual apropiada.

Por su parte el artículo de impuesto al turismo, se introduce en la revisión de la transparencia del fideicomiso mapeando los recursos financieros en la revisión de marcos normativos.

En un estudio reflexivo, a continuación se revisa la evolución, relevancia y limitaciones del estado de valor añadido utilizado como una estrategia de información contable financiera de la Responsabilidad Social asumida por las organizaciones económicas.

Se cierra la revista con un trabajo que estudia la importancia de la Agenda 2030 en el desarrollo sostenible en paralelo con la Responsabilidad Social y las metas empresariales.

Bienvenidos a la lectura de este número.

Atentamente

Comité editorial

Revista Trascender, Contabilidad y Gestión.



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).
 Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.
 ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.



Diagnóstico del Modelo de Negocios en la industria manufacturera de Ciudad Juárez: “Situación actual sobre su aplicación y características que lo definen”

*Diagnosis of the Business Model in the manufacturing industry of Ciudad Juarez:
 “Current situation on its application and characteristics that define it”*

Erick Daniel Nava Orihuela ¹ ; Juan Alfonso Toscano Moctezuma ²

Recibido: 23 de junio de 2021.

Aceptado: 28 de agosto de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.131>

JEL: M00. Generalidades. Administración de empresas y economía de la empresa.

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo el investigar sobre el estatus actual del Modelo de Negocios en cuanto a su aplicación y características en la industria manufacturera de Ciudad Juárez, por medio de la revisión con métodos cualitativos (entrevistas) y el contraste o empate con la revisión bibliográfica, con el fin de obtener conclusiones útiles para la posible mejora del modelo de negocios en empresas de manufactura. Los resultados de las entrevistas aplicadas a un pequeño grupo de

funcionarios directivos y a un experto consultor independiente señalan, que no todos los directivos de las empresas en esta industria tienen claro sobre el concepto de este Modelo de Negocios, ni tampoco cuentan con autonomía para la toma de decisiones, ya que la gran mayoría de estas empresas están controladas por sus oficinas matrices ubicadas en otros países del mundo. Se concluye que el constante monitoreo del Modelo de Negocios y el diagnóstico del mismo ayuda a las grandes empresas de la

¹ Erick Daniel Nava Orihuela. Ingeniero en Mecatrónica. Investigador independiente Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Correo: al194532@alumnos.uacj.mx. Correo alterno: navalb52@gmail.com.

² Juan Alfonso Toscano Moctezuma. Licenciado en Contaduría con Maestría en Administración. Doctor en Contabilidad y Auditoría. Coordinador del Programa de Maestría en Administración de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Correo institucional: jtoscano@uacj.mx. Correo alterno: at_educacion@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8543-3600>.

industria manufacturera en Ciudad Juárez a mantener por una parte su vigencia y adaptabilidad, y por la otra que debido a la diversidad de sectores en esta industria manufacturera no se permite la caracterización de un modelo de negocios. Asimismo, existen similitudes en productos y procesos desarrollados en la región, aunque actualmente no tienden ser de alta tecnología, sin embargo, se tiene el potencial en esta industria manufacturera.

Palabras clave: modelos de negocios, propuesta de valor, estructura de costos, segmentos de mercado.

Abstract

The objective of this paper is to investigate the current status of the Business Model in terms of its application and characteristics in the manufacturing industry of Ciudad Juarez, through the review with qualitative methods (interviews) and the contrast or tie with the review bibliographic, in order to obtain useful conclusions for the possible improvement of the business model in manufacturing companies. The results of the interviews applied to a small group of executive officers and an independent expert consultant indicate that not all executives of companies in this industry are clear about the concept of this Business Model, nor do they have autonomy to make decisions, since the vast majority of these companies are controlled by their head offices located in other countries of the world. It is concluded that the constant monitoring of the Business Model and its diagnosis helps the large companies of the manufacturing industry in Ciudad Juarez to maintain, on the hand, its validity and adaptability, and on the other, due to the diversity of activities in this manufacturing industry the characterization of a business model is not allowed. Likewise, there are similarities in products and processes developed in the region, although currently

they do not tend to be high-tech, however, there is potential in this manufacturing industry.

Keywords: *business model, value proposition, cost structure, market segments.*

Introducción

El modelo de negocios (Business Model o BM por sus siglas en inglés) es un componente medular de cualquier empresa, ya que es la manera de cómo la organización crea y captura valor, llevando a cabo una conceptualización y materialización del propósito de la misma, teniendo como objetivo ser claro siempre con una estrecha relación con las estrategias del negocio (Zott, Amit, y Lorenzo, 2010: 216-226).

Asimismo, el establecimiento del BM de cualquier empresa funciona como una manera de organizar e interrelacionar las actividades para entregar la propuesta de valor, es decir, llegar con mayor precisión a lo que se dedica la empresa y cómo lo hace desde un punto de vista más holístico (Teece, 2010:172-194). Un BM es entonces el contenido, la estructura y los métodos de las estrategias diseñadas para crear valor mediante la diversa explotación de oportunidades de negocio en cuestión (Zott y Amit, 2010: 1-43).

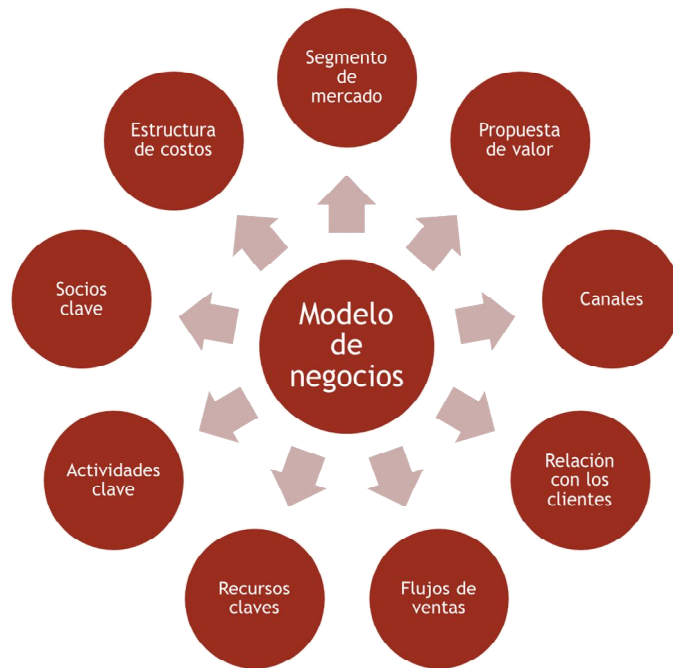
De este modo se puede conceptualizar al BM como la herramienta o el conjunto de las mismas, las cuales son las bases que sirven para la creación de valor de un negocio, proyecto u organización con fines de lucro. Es un concepto que es cada vez más importante en investigaciones tanto empíricas como las meramente teóricas o académicas, pero que además resultan de vital importancia para el mejoramiento de toda la estructura en una empresa. Es un análisis, que enfatiza en la explicación de un sistema integral (la estructura de la empresa que se compone de la mayor de los sistemas

periféricos) a través del cual las empresas hacen negocios, en un ambiente de cambio como lo es la realidad actual, incremento de la competencia e incremento de la complejidad del mercado (Morris, 2010: 191-204).

De manera más amplia la función de un BM trata explícitamente de identificar o delimitar el segmento del mercado, especificar el mecanismo de generación de ingresos, definir la estructura de la cadena de valor, describir cada uno de los elementos de la empresa en la

cadena de valor y finalmente formular una estrategia competitiva que obtenga y mantenga una ventaja sobre la competencia (Chesbrough, 2010: 354-363). Todo lo anterior con miras a la creación del valor de manera estratégica. Es así como se pueden complementar el concepto del BM y las ideas de distintos autores, profesionales y administradores que tratan con el tema, con la descripción gráfica mostrada en la Figura 1, donde, de manera integral se presentan los diferentes aspectos que debe tratar para acercarse al cumplimiento de su objetivo mayormente consensado.

Figura 1. Mapa conceptual típico del modelo de negocios (BM).



Fuente: Elaboración propia.

Una revisión de la literatura arrojó diferentes artículos y trabajos sobre investigaciones publicadas que, a lo largo de los últimos años demuestran de manera clara la utilidad que tienen los análisis del BM, ya sean en una etapa temprana para iniciar con su diseño e implementación o en una etapa posterior cuando la mejor opción es una modificación o reinención del BM, principalmente en la industria manufacturera. Asimismo, se pudieron localizar métodos que abordan y analizan los modelos de negocios mayormente en ambientes industriales.

Para empezar, en un artículo publicado en el año de 2020 se indaga y presenta prácticas de gestión para crear y capturar valor en cierto tipo de BM, el cual es de tipo circular y se desarrolla en la industria manufacturera europea. Además, se destaca “la necesidad de concebir una perspectiva sistémica en la implementación de dichas prácticas” (Urbinati, Rosa, Sassanelli, Chiaroni, y Terzi, 2020: 1-11). Aquí comienza la idea de la importancia del BM, su desarrollo y seguimiento de una manera sistematizada, organizada y consciente del mismo, un trabajo de investigación reciente que afirma en la práctica lo que se menciona en la teoría. Asimismo, es importante resaltar cómo la implementación de prácticas a nivel gerencial puede apoyar el diseño del BM de las empresas manufactureras que lideran.

Así bien, se sugiere que una caracterización (con tendencia a diagnóstico y definición concreta y completa) del BM en la industria manufacturera con el fin de entender y clarificar los aspectos que están directamente involucrados en el proceso de creación de valor, pasando por los diferentes objetivos retos que tiene la empresa en sus operaciones y en su alcance en la cadena de suministro. De este modo se puede converger en la idea de que modificar el BM tiene resultados positivos ya sea modificando pocos componentes o aspectos mayores con un enfoque a los resultados

mediante las nuevas tecnologías, siempre teniendo en cuenta que es importante conocer el panorama completo y de manera consciente para la aplicación de estrategias (Boffa y Maffei, 2019: 1360-1365).

También aplica lo anterior dicho cuando se estudia la industria de la manufactura aditiva con el enfoque del BM como herramienta. Es un tema relativamente nuevo y el efecto en general sobre el énfasis que se le da en los términos de operaciones son discutidos por los diferentes puntos de vista y efectos observables (Savolainen y Collan, 2020: 1-13).

México es uno de los principales representantes de la manufactura en Latinoamérica. Grandes compañías se sitúan o establecen sedes para la fabricación de productos en el país debido a su localización geográfica (cercanía con la importante zona de Norteamérica), fácil acceso por los bordes marítimos y la legislación y cuestiones políticas, sociales y económicas que favorecen la inversión extranjera, sin dejar de lado la calidad de la mano de obra (Vilchis y Aranda, 2015: 338-355).

Actualmente, en México también se estudia el BM desde los parámetros o factores determinantes que influyen en la innovación del mismo, es decir, se estudia el reto que significa generar un modelo de negocio exitoso en base de sus puntos clave. Todo lo anterior es con el fin de descubrir ciertos nichos que regulen y mejoren la ventaja competitiva de las organizaciones desde una continuidad o actualización del BM siempre teniendo en mente la innovación (Mejía y Sanchez, 2014: 107-132).

Aterrizando el tema al contexto de la región fronteriza de México con Estados Unidos, existe un artículo que describe algunos problemas o deficiencias en las operaciones de logística de la industria maquiladora, donde se desarrollan bajo modelos de negocios desarrollados o adaptados al entorno de específico local

donde ocurre que la materia prima y los productos terminados deben recorrer grandes distancias en su cadena de suministros conectadas al estado y no se recibe la atención adecuada, por lo que es importante primero ser conscientes del problema o deficiencia existentes y como la mejora en el BM está directamente relacionado con problemas de la cadena de suministros (Restori, Aguirre, Ahumada, y Villalobos, 2004: 1165-1170).

La zona norte de México cuenta con una gran concentración de industrias maquiladoras destinadas a la manufactura de productos, dichas maquiladoras pertenecen en su mayoría a empresas extranjeras que invierten sus recursos en el territorio nacional para llevar a cabo sus operaciones, ya sea, para fabricar su producto final o generar componentes que se trasladan a otras fábricas o se exportan para ser terminadas fuera del país. Específicamente Ciudad Juárez, Chihuahua cuenta con un gran número de industrias de este tipo. Cabe señalar que existen de empresas que no terminan por completo el producto final que llega a los clientes las cuales son mayoría, aunque no por mucho, por la gran variedad de maquiladoras del sector (Bribiescas, Romero, y García, 2015: 69-79).

A su vez, las industrias maquiladoras de la región de Ciudad Juárez integran y adoptan metodologías y principios definidos por la manufactura esbelta tratando siempre de llegar a los objetivos propuestos por la matriz que es cumplir con los objetivos de productividad, calidad y costos, no dejando de lado que muy frecuentemente no se realizan las labores de investigación y diseño en la zona, sino solamente actividades de producción en masa (Bribiescas y Romero, 2014: 113-131).

La dinámica de la industria maquiladora está muy definida, sin embargo, se adapta al cambio y a las

decisiones tomadas por la alta gerencia en función de ellas. La integración del análisis para la adaptación es una constante sin dejar de lado la identidad de las regiones, la cual por ejemplo es muy arraigada en Ciudad Juárez por su mano de obra (Salas, Limas, Jiménez, Jaramillo y Melgar, 2011: 30-35).

Así pues, el objetivo del presente trabajo de investigación es el conocer sobre el estatus actual del Modelo de Negocios (BM) en cuanto a su aplicación y características en la industria manufacturera de Ciudad Juárez, teniendo siempre en mente la diversidad de la misma y que los sectores son variados, por lo que en la medida de lo posible se analizarán desde sus semejanzas. Asimismo, se define el método cualitativo de la entrevista estructurada realizada a expertos en el área de la industria antes mencionada, tanto directivos de empresas ubicadas en la región fronteriza como académicos con una carrera sólida con experiencia en la dirección de empresas e investigación de diferentes ámbitos de la administración. Al final se analizan los resultados para definir el contraste o semejanzas con la revisión bibliográfica para obtener conclusiones útiles para la posible mejora del BM en empresas de manufactura. Es decir, poder tomar como base las conclusiones para ser capaces de desarrollar y entregar de una propuesta con el análisis del BM de la industria maquiladora para su mejora continua con enfoques de la administración estratégica.

Todo lo anterior funciona como punto de partida, sentando las bases teóricas y antecedentes donde diversos trabajos de investigación sustentan la aplicación del mejoramiento, diagnóstico o análisis del BM que a su vez pueden ser tomados como base e incluso tomar lecciones aprendidas para el desarrollo de la metodología y las diferentes etapas del mismo y trabajos posteriores.

Métodos

El tema central BM, un tema de interés para administradores de empresas u organizaciones con fines de lucro, es un tema que normalmente es abordado desde el punto de vista cuantitativo. Siguiendo el método científico de manera rigurosa con el fin de obtener resultados, analizarlos y concluir sobre los mismos.

Sin embargo, dada la naturaleza del tema y sus vertientes el presente artículo adopta un método de investigación de índole cualitativo, es decir, se toma la decisión de abordarlo con un enfoque cualitativo en la viva voz de diferentes expertos en el tema de la industria manufacturera de Ciudad Juárez desde el punto de vista administrativo. Con el fin de hacer mano de la técnica de la entrevista para recopilar información. En los siguientes párrafos se indica la manera en la que es plantea el método de investigación

La técnica de la entrevista resulta relevante en la investigación científica, la principal razón es la flexibilidad tanto a la hora del diseño como en su ejecución. Asimismo, es un instrumento que resulta ser dinámico, ya que, puede indagar sobre fenómenos de diferente índole (social, ciencias exactas, información de tipo cualitativa) y también (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández, y Varela-Ruiz, 2013: 162-167). A su vez, por tratarse se puede aplicar a expertos Por dichas razones se optó por utilizar la herramienta mencionada.

Una de las ventajas de la técnica de la entrevista es la investigación y registro de “hechos no observables”, que, de fuentes relevantes como lo son los expertos en cada materia revelan información. En específico, se elige la entrevista estructurada que consiste en la generar una serie de preguntas orientadas, realizarlas al sujeto en cuestión, escuchar y registrar las respuestas. Después, se redactan los resultados para hacer un análisis sin entrar

en la libre interoperación. Si bien es de base cualitativa y de cierta manera subjetiva (exceptuando citas dadas por el o los entrevistados y confirmadas con la revisión bibliográfica) las coincidencias entre los entrevistados dan una guía de la realidad (Vargas, 2012: 119-139).

En el presente trabajo, se diseña la entrevista de tal manera que funcione como instrumento central que permita recopilar información relevante para la obtención de conclusiones contundentes en el tema y con la fundamentación. Dicha entrevista se aplicó a una población muestra compuesta por un pequeño grupo de siete funcionarios directivos y un experto consultor independiente en el sector de la industria maquiladora de Ciudad Juárez con experiencia en puestos administrativos de alta gerencia.

Se tomó como base también para la fase de la preparación de la entrevista (definición de objetivos, formulación de preguntas de acuerdo con la estructura establecida). Las preguntas utilizadas en el instrumento de estudio fueron las siguientes:

1. ¿Estás de acuerdo con estas definiciones? ¿Qué le podrías agregar o quitar?
2. ¿Qué tan importante es la definición de un BM para las grandes empresas, en este caso enfocándonos en la industria maquiladora de Ciudad Juárez?
3. De manera general, ¿los directivos y líderes de las empresas, son conscientes de la importancia del modelo de negocios y conocen el porqué del mismo o solo se ejecuta?
4. ¿Hasta qué nivel es importante tener conciencia del BM (gerencial, coordinaciones, profesionales, ingeniería, operadores)?
5. ¿Se puede redefinir el BM desde las empresas que tienen varios años en operación o el cambio solo puede ser realizado desde la matriz?

6. ¿Se puede definir un solo BM característico de las grandes empresas que funcionan en Ciudad Juárez?
7. ¿Ha impactado la llegada de la pandemia del COVID-19 de manera que las empresas modifiquen alguna cuestión del BM o no generó cambios significativos en ese sentido?
8. ¿Es similar el análisis de mercado de las empresas en ciudad Juárez?
9. ¿Hay productos que actualmente no manufacturamos en Ciudad Juárez y es posible que cualquier tipo de productos llegue a producirse en la ciudad?
10. ¿Hay procesos que actualmente no realicemos en Ciudad Juárez y es posible que cualquier tipo de proceso llegue a realizarse en la ciudad?
11. ¿Es importante un diagnóstico y mejora continua del BM o solo con la definición inicial y correcta ejecución es suficiente? ¿Por qué?
12. ¿Cuáles son los indicadores que muestran que el BM funciona?
13. Comentarios adicionales o conclusiones del tema

Para la segunda fase de las entrevistas programadas con algunos de los funcionarios directivos de la industria manufacturera en forma selectiva, la aplicación de las entrevistas fue por medio virtual, por la plataforma virtual de Microsoft Teams. Teniendo registro de las reuniones virtuales mediante la grabación de las sesiones para futuras referencias y un registro más claro y accesible.

Algunos de los objetivos deseados en la aplicación de las entrevistas con los directivos de las empresas de la

industria manufacturera fue la identificación de la propuesta de valor de la industria de manufactura juarense, caracterización del BM en las maquiladoras, así como la identificación de los objetivos de la manufactura juarense. El registro de dicha aplicación se encuentra en la sección de resultados.

Posteriormente, se realiza una revisión literaria de trabajos de investigación meramente prácticos donde se lleguen a conclusiones relacionadas con el diagnóstico, mejoramiento, reformulación e innovación del BM. El objetivo de la revisión es la comparación de los resultados con la realidad de la industria maquiladora de la localidad. Contrastar o empatar resultados relacionados con el BM, análisis del mercado, producto y procesos.

Resultados

En la presente sección por su relevancia se presentan los resultados correspondientes a la entrevista aplicada al Dr. Francisco Arturo Bribiescas, quien es un experto consultor independiente, de profesión Ingeniero industrial, además de contar con una maestría en Administración y un Doctorado en Ciencias Administrativas, con más de 30 años de experiencia en empresas de manufactura, principalmente en 2 empresas Lear Corporation y Emerson en las cuales se desempeñaba como director de planta y gerente de operaciones. Experiencia en Benchmarking en plantas de Japón, China, Filipinas, Estados Unidos, Canadá y México. Trayectoria laboral que respalda el estatus de experto en el área de manufactura, para después convertirse en profesor e investigador en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ).

La respuesta de la entrevista realizada al experto consultor independiente, se describen a continuación:

1. ¿Estás de acuerdo con estas definiciones? ¿Qué le podrías agregar o quitar?

El concepto del BM para cualquier tipo de organización o empresa, debe contar con un modelo que lo lleve a las utilidades y a la rentabilidad. Siempre debe estar en constante revisión y si se requiere un hacer un rediseño por los constantes cambios y a los nuevos temas de interés, que lleva modificaciones de las mismas operaciones en función del avance tecnológico. Se debe tomar en cuenta la estructura de costos, tipo de inversiones, procesos, utilización de energía entre otros temas. El BM se debe ir adaptando a las condiciones, no se puede quedar estático y la parte directiva es responsable de ello.

2. ¿Qué tan importante es la definición de un BM para las grandes empresas, en este caso enfocándonos en la industria maquiladora del sector manufactura en Ciudad Juárez?

El BM es el mapa del camino, todas las organizaciones de buen nivel están obligadas a tenerlo bien definido. Implementándolo y diseñándolo, incorporando temas de interés actuales, para determinar las estrategias que se utilizarían para llevarlo a cabo.

3. De manera general, ¿los directivos y líderes de las empresas, son conscientes de la importancia del BM y conocen el porqué del mismo o solo se ejecuta?

Es muy aventurado afirmar algo al respecto, se debe tener una base de datos y una recopilación de datos estructurada. Sin embargo, en la experiencia en la industria maquiladora de la localidad no todos los directivos tienen claro el concepto del BM y es responsabilidad de los líderes mantener un nivel de actualización en

términos gerenciales y de operaciones. Empresas con un BM poco definido es probable que sus operaciones y existencia tenga una vigencia menor a las que si lo tienen, entonces, la búsqueda de la definición del BM es responsabilidad de la alta gerencia.

4. ¿Hasta qué nivel es importante tener conciencia del BM (gerencial, coordinaciones, profesionales, ingeniería, operadores)?

El BM es algo que se debe compartir con cada parte de la estructura organizacional (normalmente estructura piramidal), pero cuando hay poca claridad en el BM, se dificulta el manejo de la información, así como el mensaje que se quiere dar para transmitir e inyectar la importancia de los objetivos de las empresas, incluyendo el constante replanteo de las estrategias tomadas desde el monitoreo del mercado y la situación actual en el mundo empresarial.

5. ¿Se puede redefinir el BM desde las empresas que tienen varios años en operación o el cambio solo puede ser realizado desde la matriz?

Existen empresas de la industria maquiladora en Ciudad Juárez que cuenta con autonomía y libertad para tomar decisiones, sin embargo, la mayoría de las compañías son manejadas por las matrices que se encuentran en diferentes países de primer mundo. Existe una tendencia a la descentralización, pero es dominante la administración de organizaciones que centralizan el poder. Se debe trabajar para lograr que las restricciones en la toma de decisiones permitan mayor libertad en aras del mejoramiento del estatus de la empresa de manera significativa, no solo en los métricos convencionales de rendimiento y eficiencia.

6. ¿Se puede definir un solo BM característico de las grandes empresas que funcionan en Ciudad Juárez?

Es difícil definir un solo BM característico, existe una gran variedad de sectores en los que se divide la industria manufacturera. En Ciudad Juárez se pueden dividir en 8 grupos, como lo son el sector de arneses, el sector automotriz, el de costura, productos eléctricos y electrónicos, industria de materiales de uso médico, la industria metal mecánica y la del moldeo de plásticos. Depende de cada sector como evolucionar, por ejemplo a nivel global, la industria automotriz cuenta con planes a varios años a futuro, tal es el caso de Toyota que planea generar la mitad de sus ventas a partir de vehículos eléctricos (Levin, 2020), o BMW que tiene como objetivo incrementar en un 50% la producción de su línea de vehículos eléctricos (Carey y Fenton, 2021), a su vez GM aumentará su inversión para la producción de 30 modelos eléctricos en 2025 (Auto, 2020) y por su parte Ford invertirá 11 mil millones de dólares para la manufactura de 40 vehículos eléctricos en 2022 (Reuters, 2018). Cada una de estas decisiones son inherentes al BM y nos afecta en la producción en la localidad directa o indirectamente. Donde las empresas deben tener al menos una planeación estratégica del negocio a 5 años.

7. ¿Ha impactado la llegada de la pandemia del COVID-19 de manera que las empresas modifiquen alguna cuestión del BM o no generó cambios significativos en ese sentido?

Los impactos de las crisis económicas en los BM son claros e inminentes y ahora con la pandemia del COVID-19 no es la excepción.

Comenzando en la manera que evolucionó el trabajo remoto de cierta parte del personal trabajador de la industria maquiladora. Ahora bien, los procesos remotos no son una realidad total actual, sin embargo, en el presente se puede estar fraguando procesos tecnológicos de este tipo donde el reto es el ajuste de materiales y procesos. Por lo pronto las afectaciones golpearon en mayor o menor medida a las empresas de todos los tamaños y establecidas en cualquier parte del mundo, pero se están buscando soluciones a problemas de este tipo para evitar posibles repercusiones similares en el futuro. Lo anterior aplica para las empresas maquiladoras y los diferentes componentes de la cadena de suministros y distribución de materiales a los consumidores finales.

8. ¿Es similar el análisis de mercado de las empresas en ciudad Juárez?

Actualmente, en la región de Ciudad Juárez se localizan de 450 a 500 empresas que se dedican a la manufactura de productos. La gran mayoría de ellas cuentan con una estrategia global de manufactura, con objetivos encausados al crecimiento y a la rentabilidad. El análisis del mercado, así como las estrategias están bien definidas y ciertamente tienen similitudes, algunas en mayor o menor medida, incluso dependiendo del sector. Para empezar, se toma la ventaja de la ubicación geográfica, ventajas de la relación de calidad y costo de mano de obra, entre otros aspectos. Es importante mencionar que el análisis de mercado es similar y es igual de importante las medianas empresas con las grandes que operan en la ciudad tanto las que ofrecen productos como las de servicios.

9. ¿Hay productos que actualmente no manufacturamos en Ciudad Juárez y es posible que cualquier tipo de productos llegue a producirse en la ciudad?

Actualmente se produce una gran variedad de productos en Ciudad Juárez, sin embargo, por la misma diversidad sería imposible manufacturar exactamente todos, pero la capacidad de la mano de obra, instalaciones y procesos en la ciudad es bastante para producir una gran cantidad adicional. Pero, es una realidad que algunas empresas no optan por la producción alta tecnología, alta medicina o software especializado. La facilidad de la obtención de mano de obra no es compatible con la necesaria para la producción con dichas características, la base humana y la base tecnología, no solo en la ciudad o la región sino en el país.

10. ¿Hay procesos que actualmente no realicemos en Ciudad Juárez y es posible que cualquier tipo de proceso llegue a realizarse en la ciudad?

Al igual que el punto anterior, los argumentos son igualmente válidos. Gente competitiva, preparada y con bases que tengas la especialización necesaria para la implementación de nuevos procesos de alta tecnología, incursión en la instalación de centros de diseño e innovación. La relación entre los productos y procesos de alta tecnología es muy estrecha.

11. ¿Es importante un diagnóstico y mejora continua del BM o solo con la definición inicial y correcta ejecución es suficiente? ¿Por qué?

Sí, es importante. Sin embargo, existen métodos y herramientas para soportar y afianzar el BM. Es muy importante la elección de estas

herramientas y la buena gestión está basada en la determinación de las herramientas adecuadas a utilizar en las empresas para las operaciones con el fin de generar valor. En la actualidad está muy de boga el avance de la tecnología con la automatización y el mercado es dinámico, por tal razón es primordial el mantenimiento del BM con las herramientas correctas, tanto para los procesos como para la dirección de las personas. También, es necesario ver si el BM funciona, puede ser un buen diseño, pero podría no estar funcionando, es necesario evaluarlo y ajustarlo para su mejor rendimiento. En un periodo aceptable de tiempo es incluso recomendable rediseñar el BM.

12. ¿Cuáles son los indicadores que muestran que el BM funciona?

Existen los “Key Performance Indicators” (KPI) operativos que indican convencionalmente los niveles de calidad, producción, eficiencia. Pero más allá de esos indicadores existen otros muy interesantes sin importar si se tiene alta automatización o no, como lo es las horas estándar por pie cuadrado, es decir, relaciona espacio con capacidad para producir piezas en un periodo de tiempo, en otras palabras, un indicador de espacio productivo y que no es muy común y muy útil para reflejar la situación del BM en las operaciones. Otros podrían ser la cantidad de patentes, indicadores de innovación o costos de la mala calidad (COPQ). Y otro sería hacer benchmarking de plantas de alto nivel.

Ahora bien, un trabajo de investigación realizado en 2015 arrojó una herramienta práctica que ayuda en los cálculos relacionados a los costos con diferentes funciones, bajo la reformulación de un BM preestablecido. Se evaluó bajo un análisis de

sensibilidad, lo cual lleva a una metodología bien fundamentada. Incluso se propuso la directa implementación en los procesos de producción relacionados a la manufactura aditiva y toda la nueva tecnología implicada (Schröder, Falk, y Schmitt, 2015: 311-316). Este es un ejemplo donde se desarrolló un nuevo BM y se trata de evaluar la viabilidad y posible efectividad en su implementación.

En una investigación distinta se revisa la manera del diseño del BM tomando en cuenta la flexibilidad en la manufactura. Se analiza la tendencia de la creciente diversidad de los BM y sus diferentes enfoques, que, cabe mencionar son cambiantes y dinámicos en cortos periodos de tiempo. Lo anterior entra en un tema de gran interés para los administradores desde un punto de vista empresarial evolutivo. Específicamente, el artículo presenta implicaciones importantes en el sentido gerencial para que los encargados de las operaciones mejoren el desempeño de la empresa con el hecho fundamental del rediseño del BM. Nuevamente considerando seriamente las nuevas tecnologías haciendo énfasis en las tecnologías de la información que son un medio para la creación eficiente de valor (Wei, Song, y Wang, 2017: 87-97).

Continuando con el tema de las nuevas tecnologías, otro trabajo, presenta de manera puntual las oportunidades y desafíos al que se enfrentan las empresas, pero que con el enfoque correcto se pueden aprovechar para un acelerado crecimiento teniendo la herramienta del BM bien diseñado e implementado, adaptado a industrias de productos y servicios haciendo su distinción donde sea necesaria. Al final se hace hincapié en el impacto positivo o negativo del BM dirigido hacia las empresas tecnológicas (Paiola y Gebauer, 2020: 245-264). Cabe mencionar que el rediseño no solo incluye seguir las reglas puestas por las

grandes empresas exitosas sino adaptarlo a las necesidades propias del giro de la empresa, incluso llegando a crear novedosos métodos para diseñar y aplicar el BM.

También, un artículo más analiza más allá de las grandes empresas, es decir, las pequeñas y medianas empresas de manufactura y su relación con la reciente introducción de la industria 4.0 y como las mismas se debe adaptar en el sentido del BM. La investigación fue realizada en empresas alemanas y demuestra un cambio gradual y lógico en la manera que crean valor, de cierta manera de forma obligada. Abarcando desde procesos internos, manera de aplicarlos hasta ciertos puntos de la cadena de suministros. Se debe aprovechar todos los recursos de las nuevas tecnologías como lo son la digitalización de los procesos, la manufactura asistida y la conectividad para asegurar la utilización y la sobrevivencia a la vez que se ofrecen productos y servicios atractivos en diferentes sentidos (Müller, Buliga, y Voigt, 2018: 2-17).

Finalmente, con el fin de realizar la comparación con un caso más local de análisis del BM tenemos un trabajo doctoral, que hace un análisis extenso sobre una “Propuesta metodológica para el desarrollo de negocios en la industria maquiladora de autopartes en Cd. Juárez”. Al final se llegan a diferentes conclusiones, de lo cual se puede obtener la importancia del diagnóstico del mercado, análisis de producto y procesos que son factores de la generación de la ventaja competitiva (Acosta, 2019: 1-172). Aunque no se mencionó explícitamente el BM como objeto de estudio, es justamente la importancia de analizar todos estos factores que llevan o no a una empresa al éxito mediante la correcta implementación de una herramienta para capturar y crear valor.

Conclusiones

El constante monitoreo del BM y la confirmación de su aplicabilidad en la actualidad en la que se vive es tan importante como los resultados reflejados en los principales indicadores de eficiencia, producción y costos, ya que directamente impacta a los mismos y a algunas otras áreas relevantes en las operaciones de las empresas.

Asimismo, el diagnóstico y mejoramiento del BM ayuda a las grandes empresas de la industria maquiladora en Ciudad Juárez a mantener su vigencia y la adaptabilidad. Es primordial para la dinámica de la economía y las operaciones hoy en día, tener en cuenta el constante cambio de las generaciones y el avance de la tecnología en los productos y procesos, así como los factores que afectan la demanda y por ende el negocio.

Por otro lado, la diversidad de las empresas de la industria maquiladora en Ciudad Juárez no permite la caracterización de un BM en común. Sin embargo, si se tienen similitudes, es mayormente producción en masa de partes a ensamblar en alguna otra planta, dejando rezagado el diseño y la manufactura de productos para el cliente final. Aunque sea cual sea el sector de la industria se exporta y se aprovechan las ventajas de la ubicación geográfica.

Además, la importancia del BM es comparable tanto como en grandes empresas ubicadas en otras partes del mundo, la tecnología juega un papel importante en cada una de ellas. La innovación en el BM es un indicador que puede predecir el futuro éxito de las empresas.

Finalmente, se tienen similitudes en productos y procesos desarrollados en la región, actualmente no tienden ser de alta tecnología, sin embargo, se tiene el potencial y para mejorar en ese sentido se debe trabajar en un alto grado de formación de la mano de obra e

incluir procesos especializados acorde a un BM pensado estratégicamente de manera integral con los objetivos de las empresas de manera local y global.

Referencias

- Acosta, L. (2019). Propuesta metodológica para el desarrollo de negocios en la industria maquiladora de autopartes en Cd. Juárez. *Secretaría de Investigación y Posgrado - Universidad Autónoma de Chihuahua*, 1-172.
- Auto, I. (2020, Noviembre 19). *GM to boost spending on electric vehicles, plans 30 models by 2025*. Retrieved from The Washington Post. https://www.washingtonpost.com/business/economy/gm-to-boost-spending-on-electric-vehicles-plans-30-models-by-2025/2020/11/19/15d68534-2a61-11eb-92b7-6ef17b3fe3b4_story.html
- Boffa, E., y Maffei, A. (2019). A descriptive framework to characterize the manufacturing domain in the context of Business Models. *Procedia CIRP*, 81(1), 1360-1365.
- Bribiescas, F. A., y Romero, I. F. (2014). Gestión de certificación de calidad como factor de competitividad en le sector industrial de manufactura, en la región transfronteriza Cd. Juárez, Chih., México, El Paso, Texas, USA. *Revista internacional administración & finanzas*, 7(1), 113-131.
- Bribiescas, F. A., Romero, I. F., y García, E. (2015). Turismo industrial: oportunidades y retos dentro del sector de manufactura en Ciudad Juárez. *ósis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(47), 69-79.
- Carey, N., y Fenton, S. (2021, Enero 15). *BMW aims to double fully-electric vehicle sales in 2021*. Reuters. <https://www.reuters.com/article/autos-bmw-electric-idINKBN29K25A>

- Chesbrough, H. (2010). Business model innovation: opportunities and barriers. *Long range planning*, 43(2-3), 354-363.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.
- Levin, T. (2020, Enero 28). *All the things carmakers say they'll accomplish with their future electric vehicles between now and 2030*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/promises-carmakers-have-made-about-their-future-electric-vehicles-2020-1?r=MX&IR=T>
- Mejía, J., y Sanchez, J. (2014). Factores determinantes de la innovación del modelo de negocios en la creación de ventaja competitiva. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 11(42), 107-132.
- Morris, L. (2010). Business model innovation the strategy of business breakthroughs. *International Journal of Innovation Science*, 1(4), 191-204.
- Müller, J. M., Buliga, O., y Voigt, K.-I. (2018). Fortune favors the prepared: How SMEs approach business model innovations in Industry 4.0. *Technological Forecasting and Social Change*, 132(1), 2-17.
- Paiola, M., y Gebauer, H. (2020). Internet of things technologies, digital servitization and business model innovation in BtoB manufacturing firms. *Industrial Marketing Management*, 89(1), 245-264.
- Restori, M., Aguirre, F., Ahumada, O., y Villalobos, R. (2004). Improvement of Transportation Practices in the Maquiladora Industry. *IIE Annual Conference. Proceedings*, 1165-1170.
- Reuters. (2018, Enero 15). *Ford plans \$11 billion investment, 40 electrified vehicles by 2022*. CNBC. <https://www.cnn.com/2018/01/15/ford-plans-11-billion-investment-in-electric-vehicles-by-2022.html>
- Salas, J. F., Limas, M. L., Jiménez, B., Jaramillo, C., y Melgar, J. (2011). La motivación y la disposición al cambio de los trabajadores en mandos medios de la industria maquiladora de Ciudad Juárez. *NovaRua Revista Universitaria de Administración*, 2(3), 30-35.
- Savolainen, J., y Collan, M. (2020). How additive manufacturing technology changes business models?—review of literature. *Additive manufacturing*, 32(1), 1-13.
- Schröder, M., Falk, B., y Schmitt, R. (2015). Evaluation of cost structures of additive manufacturing processes using a new business model. *Procedia Cirp*, 30(1), 311-316.
- Teece, D. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long range planning*, 43(2-3), 172-194.
- Urbinati, A., Rosa, P., Sassanelli, C., Chiaroni, D., y Terzi, S. (2020). Circular business models in the European manufacturing industry: A multiple case study analysis. *Journal of cleaner production*, 274(1), 1-11.
- Vargas, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Calidad en la educación superior*, 3(1), 119-139.
- Vilchis, A., y Aranda, E. (2015). Transformación del mercado laboral profesional en la industria maquiladora en Ciudad Juárez, Chihuahua en el 2010. *European Scientific Journal*, 11(34), 338-355.

- Wei, Z., Song, X., y Wang, D. (2017). Manufacturing flexibility, business model design, and firm performance. *International Journal of Production Economics*, 193(1), 87-97.
- Zott, C., y Amit, R. (2010). Business model design: An activity system perspective. *Long range planning*, 43(2-3), 216-226.
- Zott, C., Amit, R., y Lorenzo, M. (2010). The business model: Theoretical roots, recent developments, and future research. *IESE Research Papers*, 3(4), 1-43.



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).
 Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.
 ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.



Estudio de caso del programa de inclusión laboral a personas con discapacidad en el sureste mexicano

Case study of a labor inclusion program for people with disabilities in the Mexican southeast

Guadalupe Zimbrón Pérez ¹ ; Ruth Noemí Ojeda López ²

Recibido: 14 de agosto de 2021.

Aceptado: 12 de octubre de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.132>

JEL: J14. Economía de los discapacitados y código.

J15. Economía de las minorías y de las razas; No discriminación laboral.

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar por qué la inclusión laboral a Personas con Discapacidad (PCD) ha ido en decremento durante el periodo 2013-2018 en el sureste mexicano, a pesar de que en el país se cuenta con diferentes legislaciones, mecanismos y programas (nacionales y estatales) enfocados a la inclusión laboral a PCD, la metodología fue a través de estudio de caso a un programa de rehabilitación e inclusión laboral, por medio de entrevistas,

observación participante, revisión documental de diferentes fuentes de información y políticas públicas de reciente creación. Como resultado, para la mayoría de los empresarios participantes del programa, la inclusión laboral a PCD fue una experiencia positiva, se concluye que un programa de inclusión laboral sólo es el inicio hacia la inclusión de PCD en el ámbito laboral, pero no es suficiente. La inclusión necesita que las autoridades, sociedad en general,

¹ Guadalupe Zimbrón Pérez. Maestra en Dirección Estratégica de Empresas Familiares. Investigador independiente del Doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán, México. Correo: lupi_zp@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5710-3815>.

² Ruth Noemí Ojeda López. Doctora en Ciencias de la Administración. Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán, México. Certificada por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 1. Correo: ruth.ojeda@correo.uady.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-120X>.

PCD y academia se involucren e informen del tema. Todos somos responsables en nuestras acciones diarias de hacer real no sólo la inclusión laboral, sino también la social.

Palabras clave: discapacidad, estigma, inclusión laboral, discriminación.

Abstract

The aim of this article is to understand the reason of the labor inclusion of PWD has decreased during the 2013-2018 period in the Mexican southeast, despite in the country has different laws, mechanisms, and programs (national and state) focused on the labor inclusion of PWD, the methodology was through a case study of a rehabilitation and labor inclusion program, through interviews, participant observation, documentary review of different sources of information and recently created public policies. As a result, for most participants of labor inclusion program, labor inclusion of PWD was a positive experience. As a conclusion, labor inclusion program is just the beginning towards the inclusion of PWD in the workplace, but it is not enough. The inclusion requires that the authorities, society in general, PWD and academia must be involved and informed. We all are all responsible with our daily actions to achieve not only labor inclusion, also social.

Keywords: disabilities, stigma, labor inclusion, discrimination.

Introducción

La Clasificación Internacional del Funcionamiento de la Discapacidad y de la Salud (OMS, 2001) define la discapacidad como un término genérico que abarca deficiencias, limitaciones de la actividad y restricciones

a la participación e incluye la interacción entre las personas que padecen alguna enfermedad (por ejemplo, parálisis cerebral, síndrome de Down y depresión) y factores personales y ambientales (por ejemplo, actitudes negativas, transporte y edificios públicos inaccesibles y un apoyo social limitado).

Por su parte, el Programa Nacional de Trabajo y Capacitación para Personas con Discapacidad (PCD) en México del Gobierno Federal (2010-2012), define inclusión laboral de las PCD como la inclusión de las y los trabajadores con discapacidad para trabajar en igualdad de condiciones que los demás, en un universo abierto donde la sociedad debe facilitar y flexibilizar las oportunidades en un ambiente propicio para el desarrollo emocional, físico e intelectual. Se entiende por inclusión laboral no solamente la incorporación de una persona con discapacidad para cubrir una vacante de acuerdo con su perfil y los requerimientos del puesto de trabajo. El término involucra desde la publicación de las vacantes, los procesos de selección y reclutamiento, la capacitación en y para el trabajo, la rehabilitación laboral, accesibilidad, seguridad y salud, igualdad en la remuneración y otras prestaciones, hasta los mecanismos para asegurar la estabilidad en el empleo, la promoción y el ascenso, entre otros (Gobierno Federal, 2010).

A nivel mundial, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2011), más de mil millones de personas, un 15% de la población mundial padece discapacidad en alguna forma. Eso no es todo, pues las tasas de discapacidad están aumentando debido en parte, al envejecimiento de la población y al aumento de la prevalencia de enfermedades crónicas.

En el estado del sureste mexicano donde se realizó el estudio de caso, la tasa de población de PCD es de 65 por cada mil habitantes, mientras que la tasa promedio en el país es de 60, con esta cifra el estado ocupa el

lugar número 13 con la tasa de población con discapacidad por entidad federativa superando la media nacional (INEGI, 2016).

Una investigación de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2010) demostró que, en 27 países, las PCD en edad de trabajar, en comparación con las Personas sin Discapacidad (PSD), percibían desventajas significativas en el ámbito laboral y tenían peores oportunidades de empleo. En promedio, su tasa de empleo (44%) era ligeramente superior a la mitad del de las PSD (75%). La tasa de inactividad era unas 2,5 veces mayor entre las PSD (49% y 20%, respectivamente).

En lo relacionado al tema de actividad económica en México, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2016) reportó que, de cada 10 PCD, solamente 4 participan en actividades económicas, ello contrasta con lo observado entre las PSD las cuales participan en el mercado laboral cerca de 7 de cada 10. Mientras que la tasa de participación económicamente activa de las PCD en el estado del sureste mexicano es de 35.4, y el 68.0 corresponde a las personas que no tienen ningún tipo de discapacidad, siendo la media de la tasa de participación económicamente activa para las PCD de 39.1 y la media para las PSD de 65.7, esto sitúa al estado en la posición número 26 (por debajo de la media) en referencia a las 32 entidades federativas restantes.

Actualmente no se cuenta con datos exactos de la participación económicamente activa de las PCD en la capital del estado del sureste mexicano, siendo necesario mencionar la diferencia entre los registros censales del país de los años 2000 y del 2010 de las PCD, debido a los cambios que se realizaron al conjunto de ítems que constituyen la pregunta sobre discapacidad sugeridos por las Naciones Unidas para la ronda censal del 2010,

haciendo menos viable la comparación de los datos (Reyes, 2014).

En el 2013, el Centro de Rehabilitación y Educación Especial (CREE) retomó el censo de PCD en el estado, en donde se realizó una cobertura de sólo 10 municipios (de los 106 que son) y donde manifestó que el porcentaje de PCD era de 1.93 por ciento, cifra menor comparada con la que ofrecen organismos como el INEGI de 6.4 por ciento (Díaz, 2013).

Los datos de la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica en México (ENADID, 2014), revelan que, en la mayor parte del país, aún es amplia la brecha en la inserción de las PCD en el mundo del trabajo, lo cual se suma a múltiples desigualdades que se refuerzan entre sí.

Una vez presentado el panorama de la PCD en el mundo, el país y el estado, surge la necesidad de analizar por qué la inclusión laboral a PCD ha ido en decremento durante el periodo 2013-2018 en el sureste mexicano, a pesar de que en el país se cuenta con diferentes legislaciones, mecanismos y programas (nacionales y estatales) enfocados a la inclusión laboral a PCD. Ya que una de las grandes dificultades que presentan las PCD es que actualmente en el mundo existe una situación de discriminación, exclusión y estigmatización hacia este grupo. En el sureste mexicano no es la excepción, ya que su participación en el sector laboral es casi nula, como se puede apreciar al contrastar los datos estadísticos presentados anteriormente.

De igual forma es necesario aclarar que esta investigación se centró en la inclusión laboral de PCD que se realiza a través del programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD del CREE en el sureste mexicano, sin embargo, esto no significa que en el estado donde se realizó este estudio no se realice inclusión laboral a PCD a través de otros centros y/o

instituciones.

Marco teórico y referencial

Durante la revisión de la literatura, se distinguen tres tipos de modelos que se refieren a la discapacidad. El primero en definir estos modelos es el autor Puig de la Bellacasa (1987), quien divide estos modelos como: el modelo tradicional, de rehabilitación y de la autonomía personal. Y de manera más reciente la autora Palacios (2008) los define como: el de prescindencia¹ característico de la edad antigua y el medioevo; el modelo médico o de rehabilitación, típico de la primera mitad del siglo XX y, por último, el modelo social, surgido a partir de la década de los sesenta del siglo pasado hasta hoy en día.

Modelos según Palacios (2008)

Modelo de la Prescindencia

Esta autora menciona que la actitud más común hacia la discapacidad en la antigüedad y la edad media era la prescindencia, ya sea por haber recibido un castigo de los dioses o bien por considerarse que las PCD no tenían nada que aportar a la comunidad, se asumía que sus vidas carecían de sentido y que, por lo tanto, no valía la pena que vivieran.

Este modelo se explica a partir de dos supuestos, uno relacionado con la causa de la discapacidad y otro con el rol del discapacitado en la sociedad. Respecto al primero propone que las causas que daban origen a la discapacidad eran religiosas, un castigo de los dioses por un pecado cometido generalmente por los padres de la persona con discapacidad, o bien una advertencia de la divinidad que, a través de una malformación congénita, podía estar anunciando que la alianza ancestral se había roto y que se avecinaba una catástrofe. En cuanto al

segundo supuesto, que identificaba el rol de la persona con su utilidad, partía de la idea de que el discapacitado no tenía nada que aportar a la sociedad, que era un ser improductivo y, por consiguiente, terminaba transformándose en una carga tanto para sus padres como para la misma comunidad.

Modelo médico o rehabilitador

A raíz de la Primera Guerra Mundial y de la introducción de las primeras legislaciones en torno a la seguridad social, el concepto de discapacidad asiste a un cambio de paradigma.

Fue así como el modelo de prescindencia pasó a ser sustituido por el modelo médico o de rehabilitación, cuyos fundamentos impregnan la mentalidad común hasta el día de hoy.

Los supuestos en los que se basa este nuevo paradigma son dos, uno relacionado con las causas de la discapacidad, y el otro con el rol de la persona en la sociedad: en primer término, las causas de la discapacidad ya no son religiosas sino científicas y, en segundo lugar, las PCD dejan de ser consideradas inútiles respecto de las necesidades de la comunidad y, siempre que sean rehabilitadas, pueden tener algo que aportar.

Palacios (2008) nos dice que con este modelo de rehabilitación emerge la posibilidad del trabajo protegido, pues los Estados comienzan a hacerse cargo de aquellos ciudadanos que poseen diversidades funcionales. Surgen así políticas públicas tendientes a poner los tratamientos médicos y los medios técnicos al servicio de las PCD.

En este contexto, la atención sanitaria adquiere un rol fundamental; y en la esfera política, la respuesta es la

¹ El modelo de prescindencia se caracteriza por entender que las causas que originan la discapacidad son religiosas y por considerar que las PCD son innecesarias, como consecuencia de esta visión la sociedad decide prescindir de las personas con discapacidad, a través de políticas eugenésicas, marginándolas o en el mejor de los casos, tratándolas como objeto de caridad (Palacios, 2008).

adecuación de la atención sanitaria a las necesidades de las PCD. De ahí que, ligado a este modelo médico, tras la Primera Guerra Mundial, surgieran las leyes de servicios sociales para los veteranos de guerra con discapacidad y, en la década de los sesenta, dicha legislación de servicios sociales se extendiera a todas las PCD (Palacios, 2008).

Modelo social

En este modelo un lugar de entender la discapacidad como una carencia de la persona que se debe remediar en pro de la inserción se pasa a mirar las deficiencias como un producto social, resultado de las interacciones entre un individuo y un entorno no concebido para él. De este modo, el modelo social atenúa fuertemente los componentes médicos de la discapacidad y resalta los sociales.

Esta nueva visión de inclusión “desafía la verdadera noción de normalidad en la educación y en la sociedad sosteniendo que la normalidad no existe, sino que es una construcción impuesta sobre una realidad donde sólo existe la diferencia” (Palacios, 2008, p.129).

Estigma y prejuicio

El presente trabajo se basó en las teorías del estigma de Erving Goffman (1970) y de la naturaleza del prejuicio propuesta por Gordon Allport (1954), para comprender la situación que viven día con día las PCD durante su proceso de inclusión tanto social como laboral.

Goffman (1970) en su obra, *Estigma: Identidad deteriorada*, plasma una perspectiva de la relación del estigmatizado con los normales (personas sin estigma) y viceversa. En ella, se analizan los testimonios de personas con diferentes tipos de discapacidad y deficiencias (ciegos, parapléjicos, deformes, etc.).

Para Goffman (1970), la sociedad establece los medios para categorizar a las personas y el complemento de atributos que se perciben como corrientes y naturales en los miembros de cada una de esas categorías y es el medio social el que establece las categorías. Refiere que estigma es, una clase especial de relación entre atributo y estereotipo, el término estigma y sus sinónimos ocultan una doble perspectiva: el individuo estigmatizado, en la cual existe la incógnita de si su condición de diferente es desconocida o resulta evidente en el acto, o, por el contrario, no es conocida por quienes lo rodean, ante estas posibilidades surgen las situaciones del desacreditado y desacreditable.

Define tres tipos de estigmas, el primero de ellos son las abominaciones del cuerpo, las distintas deformidades físicas; luego, los defectos del carácter del individuo que se perciben como falta de voluntad, pasiones tiránicas o antinaturales, creencias rígidas y falsas, deshonestidad. Por último, los estigmas tribales de la raza, la nación y la religión, susceptibles de ser transmitidos por herencia y contaminar por igual a todos los miembros de una familia (Goffman, 1970).

Goffman (1970), asigna el nombre de normal a todos aquellos que no se apartan negativamente de las expectativas particulares que están en discusión, para estos, son bien conocidas las actitudes que adoptan hacia una persona que posee un estigma y las medidas que toman al respecto, ya que son precisamente estas respuestas las que la benevolente acción social intenta suavizar y mejorar. Se cree que la persona que tiene un estigma no es totalmente humana y partiendo de este supuesto se practica la discriminación, mediante la cual reducimos en la práctica, sin pensarlo, sus posibilidades de vida.

Parte del supuesto de que la teoría del estigma se construye para explicar la inferioridad y dar cuenta del

peligro que representa esa persona, racionalizando a veces una animosidad que se basa en otras diferencias, como, por ejemplo, la de la clase social (Goffman, 1970).

Pasando a otro concepto fundamental que se presenta en las situaciones que viven las PCD en su paso por la inclusión, está el prejuicio. Allport (1954) nos explica que el prejuicio comúnmente se manifiesta en el trato con miembros individuales de grupos rechazados, tan común es este proceso que podríamos definir el prejuicio como: una actitud hostil o prevenida hacia una persona que pertenece a un grupo, simplemente porque pertenece a ese grupo, suponiéndose por lo tanto que posee las cualidades objetables atribuidas al grupo.

El prejuicio tiene dos ingredientes esenciales, tiene que haber una actitud favorable o desfavorable y debe estar vinculada a una creencia excesivamente generalizada (y por lo tanto errónea). Las declaraciones prejuiciosas expresan a veces el factor actitud, a veces el factor creencia (Allport, 1954).

El centro de rehabilitación y educación especial (CREE)¹ y el programa de rehabilitación e inclusión laboral a personas con discapacidad en el sureste mexicano

Mediante el programa de atención a PCD del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) se otorgan servicios dirigidos a la población que presenta algún tipo de discapacidad y que se encuentra en condiciones de vulnerabilidad social, mediante acciones de prevención, rehabilitación e integración social, a través de los centros estatales (Sistema Nacional DIF, 2016).

A lo largo del país, se cuenta al menos con un centro de rehabilitación por estado, el centro en el que nos enfocaremos tiene aproximadamente 40 años de existencia durante los cuales ha presentado modificaciones en su estructura, dado que las elecciones presidenciales del 2018 coincidieron con las elecciones gubernamentales, el personal de dicho centro y del programa, se encontraban en proceso de relevos y adaptación a la nueva dirección y personal durante el trabajo de campo de este proyecto.

A diferencia de otras organizaciones gubernamentales del sureste mexicano que también se relacionan con temas de inclusión y PCD, el CREE es el que tiene mayor injerencia y participación en el proceso de inclusión laboral de PCD por presentar un proceso más integral y ofrecer herramientas para apoyar a las empresas participantes o interesadas en participar en el programa y a los buscadores de empleo.

La inclusión laboral a PCD es un tema el cual el nuevo gobierno del país y del mismo estado han enfatizado desde que inició su toma de protesta, tanto el plan nacional de desarrollo (Presidencia de la República, 2019-2024) y el plan estatal de desarrollo manifiestan en sus líneas el apoyo a grupos en situación de vulnerabilidad (siendo las PCD uno de estos) como una prioridad en sus agendas.

Metodología

Todos los nombres que se mencionan en este trabajo han sido cambiados para mantener el anonimato de los participantes y de las unidades de análisis.

El trabajo que se presenta se realizó con un enfoque cualitativo a través del método de estudio de caso de

¹ El CREE es un programa concebido para proporcionar servicios de atención, prevención y rehabilitación a las personas con discapacidad temporal o permanente, su misión es reducir la incidencia de las discapacidades incrementando las acciones relacionadas con la prevención y hacer efectiva la rehabilitación integral mediante la vinculación de las acciones de salud con las de integración social (Gobierno de Yucatán, 2019).

tipo interpretativo, apoyado con la teoría del Estigma de Goffman (1970) y la del prejuicio de Allport (1954) para poder corroborar los supuestos de esta teoría en el contexto estudiado. El objeto de estudio es analizar por qué la inclusión laboral a PCD ha ido en decremento durante el periodo 2013-2018 en el sureste mexicano.

La unidad de análisis fue el CREE ubicado en el sureste mexicano y los participantes, usuarios de este centro, personal que labora para el programa de inclusión laboral a PCD, responsable del departamento de fotcredencialización y empresarios que participaron y dejaron de participar en el programa durante el periodo 2013-2018. Para la obtención de la información las técnicas utilizadas fueron la observación participativa, revisión documental y entrevistas.

Cabe mencionar que anteriormente se había tenido la oportunidad de tener un acercamiento a dicho centro gubernamental, con al menos dos directores y un responsable diferentes a quienes actualmente se

encuentran a cargo del centro y del programa de rehabilitación e inclusión laboral a PCD respectivamente.

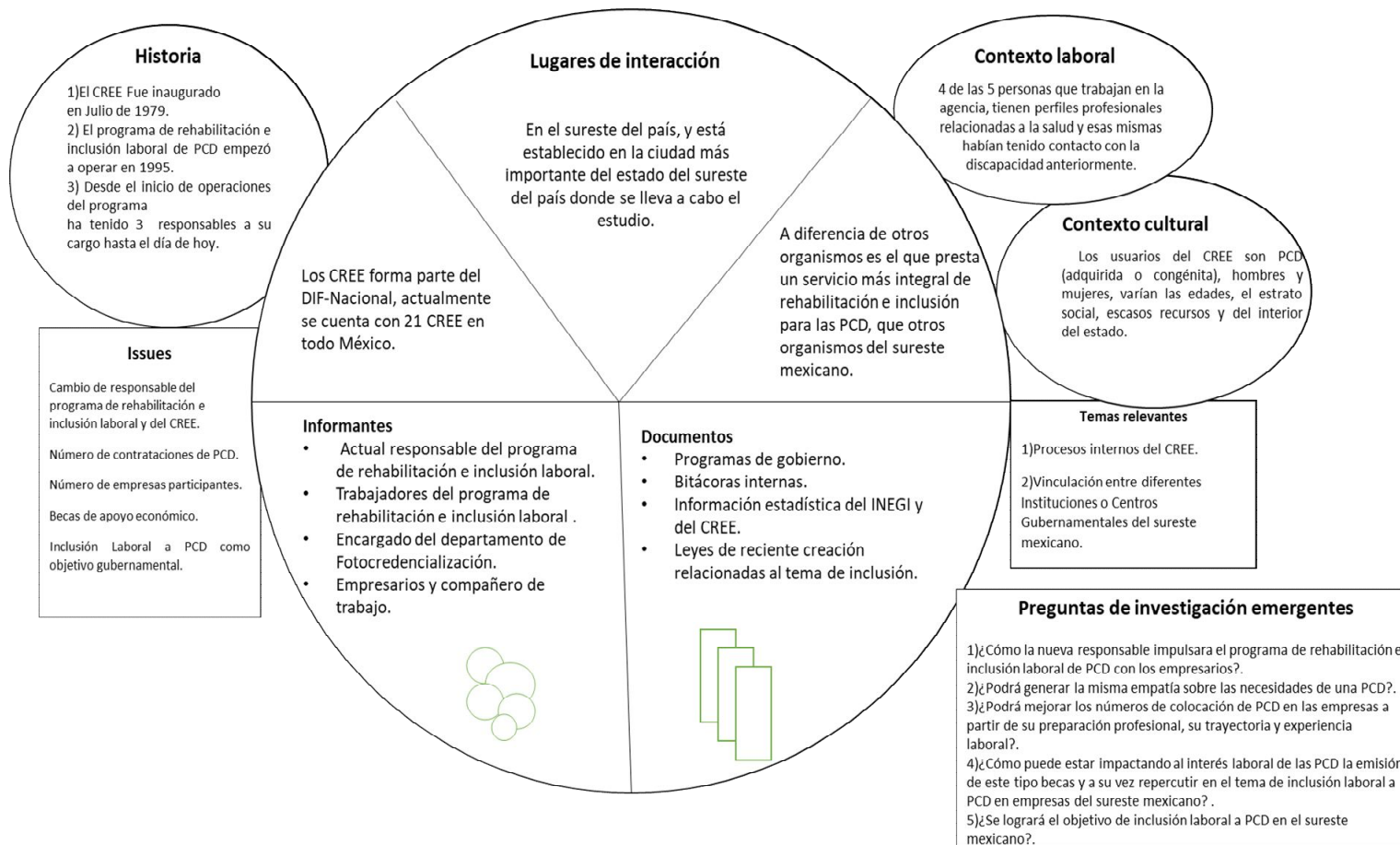
Para el estudio de caso se utilizó la bitácora de campo, fotografías, grabaciones, todas ellas con consentimiento y conocimiento de los participantes, quienes se mostraron en todo momento accesibles.

A partir de la recopilación de información, se utilizó la técnica de análisis de contenido y triangulación de estos, con la información proporcionada durante las entrevistas y datos de registros que mantiene el programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD y otros departamentos relacionados con el programa de este CREE del sureste mexicano.

Con la finalidad de ilustrar las particularidades del caso, en la figura 1 se observa el diseño del caso de inclusión laboral a PCD en el sureste mexicano apoyándonos en la propuesta de Stake (2006).

Figura 1

Diseño del caso de Inclusión Laboral a Personas con Discapacidad del Sureste Mexicano



Fuente: Elaboración propia con base en Stake (2006).

A partir de la recolección de datos a través de la observación, revisión documental y entrevistas, se llevó a cabo un análisis de datos a nivel textual, con el cual, se realizó un proceso de interpretación de los datos en una categorización de conceptos que mejor explicaban los fenómenos sociales y teóricos que ocurren alrededor del programa de rehabilitación e inclusión laboral donde se llevó a cabo el estudio. Las categorías y códigos que se emplearon para agrupar los datos que mejor explicaron el análisis textual fueron:

1. Categoría: Contacto mixto.
Códigos: cultura de contratación a PCD, temor, contacto con PCD.
2. Categoría: Objetivos hacia la inclusión.
Códigos: apoyo económico, asistencialismo, interés.

Resultados

Inclusión laboral a personas con discapacidad ¿afinidad o estigma?

“¡No, el no vino a pedir limosna, él está aquí trabajando!” (Miguel, responsable del departamento de fotocredencialización, diario de campo, 4 de octubre 2019).

En este proceso de cambios y relevos de personal del CREE y del programa, “Miguel” fue el anterior responsable de dicho programa y estuvo a cargo cerca de seis años. Es el tercero de siete hijos, desde la edad de ocho años empezó a trabajar en un puesto de periódicos junto a su padre, todos los días después de la escuela, su papá lo iba a buscar y ahí vendía periódicos junto con sus hermanos mayores.

Miguel tiene muy presente hasta el día de hoy, su experiencia en su primer día de trabajo, él estaba junto a

su papá ayudándolo a cobrar, cuando de manera inesperada un señor se le acerca para regalarle unas monedas, y su papá de manera inmediata, le respondió a aquel señor: “¡no, el no vino a pedir limosna, él está aquí trabajando! ... y le devolvió el dinero”. Para él, recordar todo lo que su padre le enseñó le ha sido más útil que lo que aprendió en la escuela, ya que nunca hizo distinción entre sus hijos por la condición de Miguel, quien tiene discapacidad motriz.

Estudió hasta nivel de secundaria, posteriormente cursó estudios de analista programador de datos y desde muy temprana edad se vio involucrado en el ambiente laboral, en la política, en la organización de asociaciones civiles, y hasta en cuestiones legales, como participar en la sesión de la Ley para la Integración de PCD en el estado, finalmente después de muchos obstáculos, dicha ley fue aceptada y en una visita del presidente de la república de aquel entonces al estado, tuvo la oportunidad de coincidir con él, y le obsequia el escrito de la ley, y a partir de ese momento surge la invitación por parte del director del DIF de éste estado para que Miguel empiece a trabajar con ellos.

Pero fue hasta que llega al gobierno del estado una mujer al poder, que él se ve más involucrado en trabajar en una organización gubernamental relacionada con las PCD por parte del ayuntamiento y con el tiempo se dio la oportunidad de hacerse cargo de la agencia de integración laboral a PCD (llamada así durante esa administración al mismo programa que actualmente nos referimos como programa de rehabilitación e inclusión laboral para PCD).

Tuvimos buenos resultados de colocación, se dio una sinergia muy interesante cuando a mí me toca estar en la agencia, los amigos que se hicieron en el camino ya estaban en mejores posiciones y se pudo dar que nos

facilitaran las cosas para colocar gente. (Miguel, responsable del departamento de fotocredencialización, diario de campo, 4 de octubre 2019).

Con los cambios en el CREE, su puesto también tuvo un cambio, en este momento es el responsable del departamento de fotocredencialización en el mismo centro de rehabilitación.

Actualmente el centro de rehabilitación a nombrado una nueva responsable del programa y también se ha renombrado como: “programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD”. Durante el periodo de observación, la nueva responsable: “Tatiana” tenía aproximadamente quince días de haber sido nombrada y de estar en su nuevo puesto.

En lo personal como rehabilitadora me ayudó porque pude entender lo que se esperaba de una persona con discapacidad, todo lo que es la fuerza, la resistencia, el equilibrio, la tolerancia, la frustración, el hacer una tarea tras otra, el permanecer de pie 8 horas, el comer rápido, el entrar a un cuarto frío, el trabajar con máquinas, todo eso, a mí me sirvió. (Tatiana, responsable del programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD, diario de campo, 23 de septiembre de 2019).

Tatiana, ya tiene once años formando parte del centro de rehabilitación, y surge su nombramiento como parte de los cambios en la estructura de dicho centro. Es licenciada en rehabilitación, madre de tres hijos, estuvo en el área clínica como responsable del programa del adulto mayor, y antes de su actual puesto, se le comisionó como entrenadora y capacitadora del centro de capacitación que se creó como convenio entre el centro de rehabilitación y una tienda de autoservicio,

dicho centro de entrenamiento tiene sus instalaciones dentro del mismo CREE.

Para que Tatiana pudiera llegar a desarrollar el programa del centro de capacitación, tuvo que tomar un curso de aspirantes de nuevo ingreso de la tienda de autoservicio desde la parte administrativa hasta la operativa, como un aspirante más.

Fue una etapa de mi vida que marcó un cambio porque fue drástico, de estar coordinando un departamento de terapia física a pasar a ser una empleada de ocho horas, pero comprendí más la dignidad de un trabajo, al estar en contacto con otros aspirantes a ese puesto y ver como se valoran y colaboran para hacer equipo. (Tatiana, responsable del programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD, diario de campo, 23 de septiembre de 2019).

La importancia de este centro de entrenamiento es que prepara gente con discapacidad para formarse en un puesto operativo, que puede ser contratado por cualquier tienda de autoservicio de la zona con un giro similar a la cadena con la que se realizó el convenio. Hoy en día el centro de capacitación a graduado a 12 generaciones de PCD que han cursado y acreditado el curso, y desarrollado habilidades para poder ingresar a la vida laboral en puestos similares si así lo desearan.

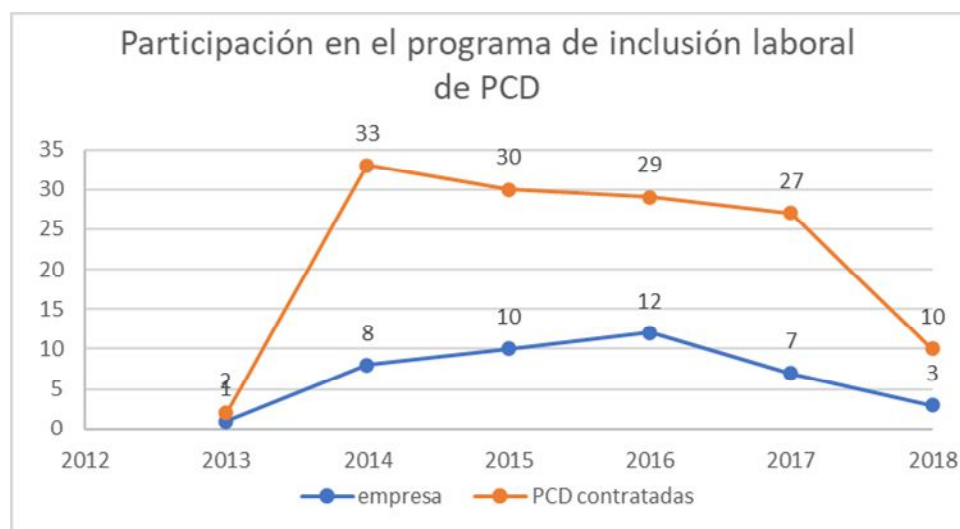
Tatiana, desde su nuevo puesto, comenta que desea consolidar más este departamento, el equipo de trabajo con el que cuenta se mantiene igual a la administración pasada, menciona que es un equipo integrado y confía que con la experiencia con la que ya cuentan y el conocimiento de los procesos podrán tener más impacto, como agente de sensibilización para promover la cultura de la inclusión hacia las PCD.

Ante este cambio de responsables del programa entre una administración y otra, surgen las siguientes cuestiones críticas: ¿Cómo la nueva responsable impulsará el programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD con los empresarios? ¿Podrá generar la misma empatía sobre las necesidades de una PCD? ¿Podrá mejorar los números de colocación de PCD en las empresas a partir de su preparación profesional, su trayectoria y experiencia laboral?

En la figura 2 se presenta la gráfica de personas colocadas en empresas participantes en el programa de rehabilitación e inclusión laboral y las empresas participantes en la administración pasada (2013-2018) y en la cual se puede apreciar el decremento de participación de las empresas y contrataciones a PCD durante el periodo estudiado.

Figura 2

Participación de Empresas en el Programa de Inclusión Laboral y Contratación de PCD



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el CREE (2019), Yucatán.

La inclusión laboral a PCD ¿es realmente un objetivo para las agendas de gobierno federal de México y estatal del sureste mexicano?

“... desde que inició el año, hemos tenido una baja en las personas que han venido a solicitar trabajo” (Johana, trabajadora social, diario de campo, 19 de septiembre de 2019).

El programa de rehabilitación e inclusión laboral a

PCD, tiene sus propios requisitos, procesos y lineamientos y atiende a hombres y mujeres en edad laboral con cualquier tipo de discapacidad (auditiva, intelectual, neuromotora y visual).

Para poder participar en el programa los requisitos son:

- Credencial de discapacidad.
- Copia del Instituto Nacional Electoral (INE).

- Copia actual de comprobante domiciliario.
- Copia de la clave única del registro de población (CURP).

De acuerdo con información obtenida del programa de rehabilitación e inclusión laboral a PCD (DIF-CREE, 2019) el proceso consta de los siguientes pasos:

1. Se hace un alta en el centro de rehabilitación estatal, donde se realizan diferentes evaluaciones médicas, psicológicas y funcionales.
2. La persona que acude por primera vez se refiere al área médica para la formación del expediente clínico en el centro de rehabilitación estatal. Posteriormente en el programa de rehabilitación e inclusión laboral empieza un estudio sociolaboral. Así mismo se aplican pruebas psicométricas y la del Sistema de evaluación de habilidades laborales diseñado para PCD y adultos mayores conocido como VALPAR¹ (Consejo para el Desarrollo y la Inclusión de las Personas con Discapacidad, 2017).
3. Los resultados de las pruebas determinan en qué tipo de trabajo se puede desempeñar la persona.
4. Se ofertan las vacantes pertinentes y se da inicio al proceso de inclusión laboral, lo cual va acompañado de una plática de sensibilización en las empresas.
5. Cuando la persona se encuentra en el ámbito laboral, se realiza un seguimiento de seis meses

con el fin de obtener una permanencia laboral idónea.

Para que estos procesos se lleven a cabo, el programa cuenta con cinco personas trabajando de manera conjunta: una trabajadora social, una evaluadora de habilidades del Servicio Nacional del Empleo (SNE), una psicóloga, la secretaria de la persona responsable del programa y la responsable de dicho programa, la combinación de estas profesionales es para ofrecer un servicio más integral a las empresas y a los usuarios.

Durante el periodo de observación y entrevistas con el equipo de trabajo, dos personas coinciden en sus comentarios acerca de la afluencia de las PCD hacia el centro de rehabilitación y hacia el programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD.

“...en 6 meses más o menos, 5 meses se hicieron la cantidad de credenciales que se hacían en un año, como 3000 credenciales y se siguen haciendo todos los días de a 50 credenciales” (Johana, trabajadora social, bitácora de campo, 19 de septiembre de 2019).

...estamos viendo que, si hay un gran interés de la población, nosotros aquí lo vemos, por que acuden a buscar su credencial para PCD que aquí se emite, y si hemos visto una afluencia pues muy importante de personas que son de la ciudad y del interior de estado. (Tatiana, responsable del programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD, diario de campo, 23 de septiembre de 2019).

¹ En México, la STPS cuenta con Centros de Evaluación de Habilidades Laborales con el sistema VALPAR que son operados por el servicio Nacional de Empleo (SNE), con esta evaluación se identifican las necesidades, habilidades funcionales, aptitudes, logros e intereses de las personas. Actualmente operan 29 centros de habilidades laborales en 27 estados del país, estos centros funcionales en algunas oficinas del SNE o en alianza con instituciones públicas como el DIF (Consejo Nacional para el Desarrollo y la Inclusión de las Personas con Discapacidad, 2017).

En relación con el tema de discapacidad, por mandato oficial, se creó un programa social denominado: Programa pensión para el bienestar de PCD, el cual arrancó la entrega de estos apoyos en enero del 2019, este programa apoya a niñas, niños y adolescentes, así como jóvenes (0 a 29 años) que tienen discapacidad permanente, y población indígena de 0 a 64 años. El programa otorga un apoyo económico a:

- Todas las PCD que pertenezcan a grupos indígenas del país de 0 a 64 años.
- Niñas, niños y jóvenes con discapacidad permanente de 0 a 29 años que vivan en municipios y zonas urbanas de alta y muy alta marginación.
- El monto de apoyo es de \$2,550 pesos (moneda nacional) que son entregados bimestralmente, la meta de población a atender son 1 millón de PCD.

El apoyo económico se entregará de manera directa, sin intermediarios, mediante el uso de una tarjeta bancaria (Secretaría del Bienestar, 2019).

“...en cierto sentido si consideramos que este tipo de apoyos, pueden representar un reforzamiento a la práctica asistencial” (Tatiana, responsable del programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD, diario de campo, 23 de septiembre de 2019).

Como se explicó, parte de los requisitos para poder empezar el proceso en el programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD, es contar con la credencial de discapacidad, en este caso Miguel en su nuevo puesto es él quién está encargado del departamento para realizar este primer requisito.

“... siento que, si va a perjudicar un poquito las ganas de salir delante de los compañeros con discapacidad, tal vez si hubiera mecanismos, aunque si, bueno este programa al menos tiene unos candados” (Miguel, responsable del departamento de fotocredencialización, diario de campo, 4 de octubre 2019).

Si bien es cierto que un objetivo prioritario y manifestado de la presidencia del país y del gobierno estatal es atender a grupos vulnerables, entre ellos a las PCD, las cuestiones críticas al respecto serían: ¿cómo puede estar impactando al interés laboral de las PCD la emisión de este tipo becas y a su vez repercutir en el tema de inclusión laboral a PCD en empresas del sureste mexicano? ¿realmente se logrará el objetivo de inclusión laboral a PCD en el sureste mexicano?

En la figura 3 y figura 4 se presentan los datos a los que hacen referencia el equipo de trabajo de la agencia de inclusión laboral, en relación con el interés y mayor afluencia de las PCD a registrarse para obtener su credencial y posteriormente solicitar su beca de apoyo económico, en un año de diferencia.

Figura 3

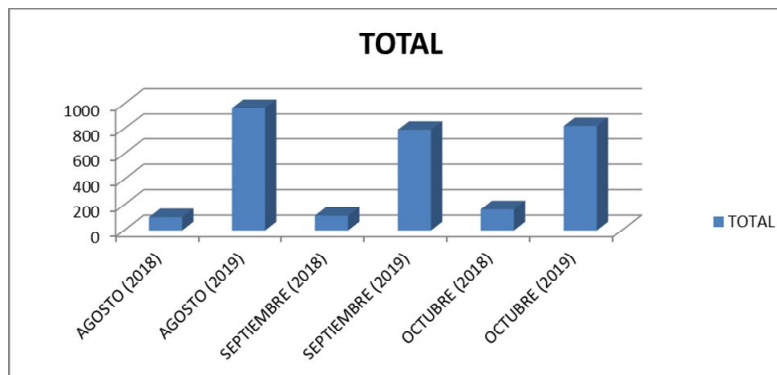
Comparativo de Asistencia de PCD para Solicitar su Credencial

COMPARATIVO MESES AGOSTO, SEPTIEMBRE, OCTUBRE AÑOS 2018/2019			
MESES/GENERO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
AGOSTO (2018)	49	54	103
AGOSTO (2019)	383	584	967
SEPTIEMBRE (2018)	47	68	115
SEPTIEMBRE (2019)	337	455	792
OCTUBRE (2018)	68	97	165
OCTUBRE (2019)	385	437	822

Fuente: Elaboración e información proporcionada por el departamento de fotocredencialización del CREE, Yucatán (2019).

Figura 4

Gráfica Comparativa de la Asistencia de PCD para Solicitar su Credencial



Fuente: Elaboración e información proporcionada por el departamento de foto credencialización del CREE, Yucatán (2019).

En cuanto a los usuarios del CREE, fue muy difícil conseguir entrevistas con ellos, sin embargo, se les realizaron preguntas referentes a los trámites que estaban haciendo o si conocían el programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD, de las 15 personas con las que se intentó tener contacto, 11 personas rechazaron la entrevista.

De los cuatro usuarios entrevistados, una madre y un menor de edad confirmaron que estaban en el CREE

para solicitar su beca. Otro usuario, estaba en espera de su terapia y al preguntarle si conocía el programa de rehabilitación e inclusión laboral a PCD del CREE, comentó que no, pero que le gustaría tener la oportunidad de trabajar. Y, por último, al platicar con su tutor que lo acompañaba, mencionó que no conocía del programa, y que ya habían iniciado el trámite para solicitar el apoyo económico.

Experiencias del programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD en el sureste mexicano

A continuación, se presenta la opinión del gerente regional que junto con su empresa participó de manera continua durante el periodo analizado y hasta el día de hoy siguen realizando contrataciones de PCD mediante el programa del CREE, para conocer su opinión acerca de la experiencia de participación.

...sin saber cómo opera el programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD del CREE, creo que un aspecto que podrían mejorar para fomentar la inclusión en el estado sería un tema de difusión hacia otras empresas, sus beneficios, etc. En el caso de nosotros fue un tema mutuo, pero a lo mejor hay empresas que no es que no quieran o ni siquiera saben del tema, pudieran tener cierta información con la difusión. (Alejandro, Gerente Regional del Sureste de tiendas de autoservicio, empresa participante en el programa, diario de campo, 01 de noviembre 2019).

El considera que parte de la idea de hacer inclusión de parte de su empresa es porque:

...tienen un enfoque muy humano, hay programas institucionales en la empresa relacionados a la inclusión laboral y de responsabilidad social. Es verdad que es mucho de la compañía, pero también es mucho de la gente con la que nos rodeamos acá. (Alejandro, Gerente Regional del Sureste de tiendas de autoservicio, empresa participante en el programa, diario de campo, 01 de noviembre 2019).

Con la finalidad de conocer la experiencia de los empresarios que dejaron de participar en el programa, se plasman fragmentos relacionados al tema de la inclusión laboral a PCD y su percepción hacia el programa.

...yo creo que al programa hay poco por hacer para mejorarlo, nosotros siempre tuvimos buena relación con el personal, en específico con la trabajadora social, lo único que sí nos gustaría como usuarios del servicio, que al final fue yo creo lo que apagó la flama, es que hay que trabajar con la bolsa de trabajo de las PCD, al principio tuvimos un resultado espectacular, entro más gente, cambió la situación, el personal del programa se dio cuenta de los focos rojos y las PCD ya no querían trabajar, nos daban excusas. Entonces nada más, si hubiera alguna manera de mantener esa chispa encendida de tener ganas de chamber, yo si recomendaría la inclusión laboral de PCD sin ningún problema, ellos nos cambiaron a nosotros, eso fue lo padre, aprendimos cosas de ellos y tuvimos que adaptar nuestros procesos. (Raúl, Gerente de producción, empresa que dejó de participar en el programa, diario de campo, 17 de octubre 2019).

... fue una buena experiencia, hubo un buen trato, quizá nos quedamos cortos en continuidad y seguimiento, entiendo que no todas las empresas estamos abiertas a hacer inclusión no por una cuestión de ideología sino a veces por políticas de la empresa y operación, entonces en ese sentido si te limita un poco. No recuerdo el haber sentido que tuve un servicio por parte de ellos (programa de rehabilitación), yo como

cliente, siento que si pudo ser la falta de seguimiento, que podríamos estar haciendo algo más allá del resultado. (Sara, Gerencia de desarrollo humano, empresa que dejo de participar, diario de campo, 28 de octubre 2019).

Mi experiencia con la inclusión laboral a PCD fue grata, siempre conté con el apoyo del personal del programa, no tuve mayor complicación con el proceso, bueno hasta cierto punto, ya que la PCD que trabajo con nosotros se hacía a un lado, no la pudimos incluir la invitamos a comer, para comer todos juntos y ella se quedaba en su lugar y así, ella era muy cerrada, y es ahí donde tuvimos un poquito de problema, yo creo que deben hacerles estudios psicológicos a las PCD, yo creo que con la ayuda psicológica les asentaría bien tanto para ellos como para los contratantes. (Nadia, asistente de dirección, empresa que dejo de participar, diario de campo, 6 de noviembre 2019).

De primera instancia uno es temeroso a convivir con una PCD por ignorante, pero fue muy cómodo aprender a trabajar con una PCD y compartir todo. La naturaleza del proyecto de esta empresa es que necesito de un día para otro personal (PCD) y la respuesta del CREE ha sido un poco lenta, entre las recomendaciones hacia el programa sería el convocar empresarios para involucrar a PCD, hacer algún distintivo como gobierno para las empresas participantes o incentivo fiscal, que nos den datos de cuantas PCD hay en el estado, cuantos han sido evaluados, cuantos han

sido contratados y así ... (Jacobo, Gerente Regional, empresa que dejo de participar, diario de campo, 6 de diciembre 2019).

Con estos fragmentos (los más significativos durante el trabajo de campo) podemos tener un panorama más completo de factores que pueden intervenir de manera favorable o no, en el proceso de inclusión. Desde sugerencias de mejoras en procesos internos del programa y del CREE, cuestiones mismas de las PCD, incentivos y difusión de parte del gobierno sobre temas de inclusión y de las instituciones que existen en el sureste para promover la inclusión laboral a PCD.

Es necesario proveer más información y sensibilización sobre el tema de discapacidad a la sociedad general, ya que se pudiese estar discriminando sin estar conscientes de esto. La evidencia de la falta de educación en estos temas en la sociedad mexicana se puede ver en los resultados publicados en la ENADIS (2005), donde se muestra que somos “una sociedad con intensas prácticas de exclusión, desprecio y discriminación hacia ciertos grupos” y “que la discriminación está fuertemente enraizada y asumida en la cultura social, y que se reproduce por medio de valores culturales” (ENADIS, 2010, p.6).

Para la CONAPRED (2012), en su reporte sobre la discriminación, consideran que el problema conceptual de origen sobre las PCD es que son vistas como una carga económica y no como sujetos de derechos. Las adecuaciones necesarias para su inclusión en el mundo laboral también son vistas como una carga adicional, en lugar de contabilizarse como un gasto normal y necesario, ya que siempre habrá clientes y potenciales empleados con discapacidad física o mental.

El mercado laboral mexicano cuenta con una demanda muy precaria de las personas con discapacidad. Se trata

de una grave deficiencia que deja fuera del aparato productivo nacional a una fuerza laboral muy importante por el valor y talento que podrían agregar a la economía. Al mismo tiempo, arroja a una circunstancia de gran vulnerabilidad y dependencia a este sector de la población (CONAPRED, 2012).

Conclusiones y Discusión

Las empresas que se inscribieron para participar en el programa de inclusión laboral de PCD ha sido por medio de invitación directa del CREE o por que algún familiar con discapacidad ha acudido a terapias en dicho centro o por algún tipo de ayuda, sin embargo, desconocían el programa de rehabilitación e inclusión laboral de PCD de dicho centro, así como también los procesos que conlleva hacer inclusión laboral a PCD. Entendiendo que a este programa y al CREE les hace falta mayor promoción, para que más personas sepan cuáles son las funciones de este centro, sus alcances, los apoyos que brindan a las PCD y sus familias, entre capacitación, pláticas, talleres, etc.

El Programa Nacional de Trabajo y Capacitación para Personas con Discapacidad define inclusión laboral a PCD como: la inclusión de las y los trabajadores con discapacidad para trabajar en igualdad de condiciones que los demás, en un universo abierto donde la sociedad debe facilitar y flexibilizar las oportunidades en un ambiente propicio para el desarrollo emocional, físico e intelectual. Se entiende por inclusión laboral no solamente la incorporación de una persona con discapacidad para cubrir una vacante de acuerdo con su perfil y los requerimientos del puesto de trabajo. El término involucra desde la publicación de las vacantes, los procesos de selección y reclutamiento, la capacitación en y para el trabajo, la rehabilitación laboral, accesibilidad, seguridad y salud, igualdad en la remuneración y otras prestaciones, hasta los

mecanismos para asegurar la estabilidad en el empleo, la promoción y el ascenso, entre otros (STPS, 2010-2012).

El CREE, a través del programa de rehabilitación e inclusión a PCD realiza una evaluación médica-psicológica de la PCD que sugiere los pasos hacia una integración de las PCD hacia las empresas, pero no hacia una inclusión laboral de la PCD al entorno laboral, ya que limita su campo de actuación hasta la primera parte de lo que se entiende por inclusión por la STPS (2010-2012), dejando fuera de su alcance los mecanismos para asegurar la estabilidad en el empleo, la promoción y el ascenso de la PCD.

El servicio que brinda el programa del CREE al empresario se queda corto en la capacidad de actuación del personal responsable del programa, ya que a pesar de que el número de empresas participantes en dicho programa es reducido, las funciones del personal se limitan a atender a las PCD durante su proceso de contratación pero sin dar seguimiento de su desempeño en la empresa, ya que se limita a hacer visitas a la empresa cuando se lo solicita su jefe inmediato o vuelve a tener contacto con la PCD cuando esta solicita específicamente algún apoyo.

Esta falta de seguimiento puede generar en los empresarios incertidumbre, confusión o desinterés, por la falta de orientación hacia ciertas situaciones que se pueden presentar en la empresa con los colaboradores que puedan no tener claro cómo interactuar con las PCD.

Un programa gubernamental como el observado, es un buen inicio hacia el camino de la inclusión, sin embargo, el programa por sí mismo no es la solución que requiere el tema de inclusión laboral. La inclusión laboral no sólo depende de los empresarios y de las PCD, o de las PCD y sus ganas de trabajar, sino depende de muchos actores más como: las autoridades, sociedad, sector empresarial,

que permitan incluirlos no únicamente en el trabajo sino, también en el día a día. Todos estos actores forman parte del proceso y es indispensable su interés y acciones para que la inclusión laboral sea más que una realidad, una posibilidad.

Lo idóneo es que no existieran estos programas, que no fuera necesario recurrir a ellos, porque las personas, sin importar su condición, pudieran hacer valer sus derechos sin temor a ser rechazados, excluidos o estereotipados por las creencias que se han arrastrado a lo largo del tiempo, porque la sociedad debería evolucionar, cambiar sus paradigmas y ver las capacidades de las personas y no sus discapacidades. Aprender de lo que ha sucedido en relación con los casos de éxito empresariales con la inclusión laboral de PCD, para que sea a través de estos espacios laborales que las PCD puedan acceder a sus derechos y a la justicia social.

Se debe de resaltar la necesidad que tiene la sociedad de información y sensibilización en el tema de discapacidad, de la delgada línea que hay entre excluir y discriminar, la importancia de la educación en estos temas será una pieza clave al cambio de ideas erróneas sobre las capacidades de las PCD no sólo en el ámbito laboral.

Otra de las razones que pudo afectar a la inclusión laboral de PCD y el desempeño del programa, es el interés que presentan las PCD en solicitar la beca económica autorizada por el actual gobierno de la república a diferencia del interés que están presentando en registrarse para: solicitar trabajo, inscribirse a cursos de entrenamiento laboral que ofrece el CREE, dejar sus datos para la bolsa de trabajo del programa y/o registrarse para realizar sus pruebas de habilidades y psicológicas correspondientes al procedimiento. Al no haber interesados que pueda ofrecer el programa a las empresas interesadas en la inclusión laboral y con

necesidad de cubrir una vacante laboral, el programa se queda sin su principal elemento para iniciar una vinculación hacia la inclusión laboral de PCD.

La disposición del apoyo económico, fue a partir de los últimos meses de la administración analizada, la cual ya venía en decremento de participación de empresas y contrataciones de PCD, por lo tanto, habría que considerar también entre los factores que pudieron dar origen a este comportamiento la opinión de los empresarios que participaron en el programa durante este periodo y dejaron de hacerlo o continuaron participando, de las PCD que han sido contratadas, así como también a las que se postularon y no fueron contratadas durante este periodo, la opinión de los compañeros de trabajo y los jefes directos de las PCD, para tener una comprensión más amplia sobre los diferentes actores del proceso de inclusión laboral.

En lo relacionado al objetivo de fomentar la inclusión desde la política nacional y gubernamental, pareciera acertado el hecho de fomentar el programa de apoyo económico para las PCD, sin embargo, no se menciona algún tipo de candado que permita hacer más eficiente la asignación de recursos por ejemplo: según el grado de afectación de la PCD, ya que hay ciertas discapacidades que dada su severidad, realmente les impedirá tener movilidad o permanecerán toda su vida postrados en una cama, por lo tanto la beca sería de mucho beneficio para ellos y sus familias, ya que la discapacidad es costosa (tratamientos, equipos, medicamentos, etc.) por el otro lado, hay discapacidades que su grado de afectación no es tan severa y les permite tener cierta movilidad y comunicación, en las cuales se sugeriría una canalización a programas de capacitación o entrenamiento laboral para que, después de sus pruebas, si son aptos a contratación, puedan participar en programas de inclusión laboral, ya que con estos apoyos económicos entregados sin mayor filtro, no se fomenta

la inclusión, sino lo contrario: la exclusión (social y laboral) y el asistencialismo.

Otra cuestión que se debe considerar es el tiempo que estará vigente este apoyo, ya que queda claro que los recursos económicos son finitos, no alcanzará para todos los solicitantes, de hecho, está manifestado que sólo será para un millón de personas.

Ante el interés de las PCD por este apoyo económico, pudiera ser de mucha utilidad el acercamiento de las PCD hacia el centro de rehabilitación, ya que al tener mayor afluencia de PCD, se podrá tener censos más actualizados acerca de la cantidad de PCD que hay en este estado, en el interior del mismo y el tipo de discapacidad, cuestión que no se tiene actualizada ni completa a nivel estatal, ni a nivel nacional, ya que entre los censos del 2000 y del 2010 hay diferencias, debido a los cambios y omisiones al conjunto de ítems que constituyen la pregunta sobre discapacidad entre ambos censos, dificultando calcular la prevalencia de la discapacidad en los términos que se establecen por las Naciones Unidas, ya que no se sabe si las diferencias numéricas entre ambos censos, se deben a un cambio en el marco conceptual o a un cambio real en el volumen de PCD en el país (Reyes, 2014).

Con el comparativo de afluencia de PCD hacia la solicitud del apoyo económico, podemos darnos una idea de cómo será el comportamiento de la inclusión laboral de PCD los próximos años.

Referencias

Allport, G. (1954). *La naturaleza del prejuicio*. Addison-Wesley Publishing Company, Inc.

Consejo Nacional para el Desarrollo y la Inclusión de las Personas con Discapacidad. (2017). *Sistema VALPAR como método de evaluación, para la Inclusión laboral de las Personas con Discapacidad*. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/conadis/articulos/sistema-valpar-para-la-inclusion-laboral-de-las-personas-con-discapacidad?idiom=es>

Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED). (2012). *Reporte sobre la discriminación en México 2012*. CONAPRED.

https://www.conapred.org.mx/documentos_cedoc/13%20%20Reporte_2012_IntroGral_Ax.pdf

Díaz, C. (2013). *Censan casa por casa a personas con capacidades diferentes (gráfico)*. Novedades Yucatán. <https://sipse.com/novedades-yucatan/para-el-cree-la-discapacidad-en-yucatan-es-menor-a-la-indicada-por-el-inegi-64158.html>

DIF-CREE. (2019). *Programa de rehabilitación e inclusión laboral de personas con discapacidad (2019)*. Servicios, objetivo y nuestros procesos. [Tríptico] Yucatán: Autor.

Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (ENADID). (2014). *Presentación de Resultados*. INEGI.

<http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/enadid/2014/>

Encuesta Nacional sobre Discriminación (ENADIS). (2005). *Primera Encuesta Nacional sobre Discriminación en México*. CONAPRED, SEDESOL. https://www.conapred.org.mx/userfiles/files/Presentacion_de_la_Encuesta_final.pdf

- Encuesta Nacional sobre Discriminación (ENADIS). (2010). *Resultados Generales*. CONAPRED. <https://sindis.conapred.org.mx/investigaciones/encuesta-nacional-sobre-discriminacion-enadis-2010-resultados-generales/>
- Gobierno Federal. (2010). Programa Nacional de trabajo y capacitación para personas con discapacidad 2010 - 2012. CONADIS. http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/transparencia/ano/PCD_2010_2012.pdf
- Secretaría del Bienestar. (2019). Programa pensión para el bienestar de las personas con discapacidad. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/bienestar/acciones-y-programas/programa-pension-para-el-bienestar-de-las-personas-con-discapacidad>
- Gobierno de Yucatán. (2019). DIF – Yucatán. Gobierno del Estado de Yucatán. <http://dif.yucatan.gob.mx/cree-quienes-somos.html>
- Goffman, E. (1970). *Estigma: La identidad deteriorada*. Amorrortu
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2016). *La discapacidad en México, datos al 2014*. INEGI. http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825090203.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2010). *Sickness, Disability and Work: breaking the barriers, a synthesis of findings across OECD countries*. OECD. <https://www.oecd.org/publications/sickness-disability-and-work-breaking-the-barriers-9789264088856-en.htm>
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2001). *Clasificación internacional del funcionamiento (CIF), de la discapacidad y de la salud*. OMS. https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/su_mmary_es.pdf
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2011). *Resumen informe mundial sobre la discapacidad*. OMS. https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/es/
- Palacios, A. (2008). El modelo social de la discapacidad: orígenes, caracterización y plasmación en la convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. *Cinca*.
- Puig de la Bellacasa, R. (1987). Concepciones, paradigmas y evolución de las mentalidades sobre la discapacidad. *Discapacidad e Información*, (14), 63-96. http://riberdis.cedd.net/bitstream/11181/3306/1/Discapacidad%20e%20informaci%C3%B3n_3ed.pdf
- Presidencia de la República. (2019-2024). *Plan Nacional de desarrollo 2019 - 2024 (PND)*. Presidencia de la República. <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf>
- Reyes, J. (2014, agosto). *La medición de la discapacidad en México en los censos de población 2000 y 2010: experiencia, resultados y retos*. Ponencia presentada en el VI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Población, Lima, Perú.
- Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS). (2010 - 2012). Programa Nacional de Trabajo y Capacitación para personas con discapacidad 2010-2012. Gobierno Federal. http://www.stps.gob.mx/bp/secciones/transparencia/ano/PCD_2010_2012.pdf

Sistema Nacional DIF. (2016). Agencias de Integración Laboral para personas con discapacidad. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/difnacional/acciones-y-programas/agencias-de-integracion-laboral-para-personas-con-discapacidad>

Stake, R. (2006). Multiple case study analysis. The Guilford Press.



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).
 Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.
 ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.

Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas financiadas por el Gobierno Federal

Factors that influence Innovation Management in companies financed by Federal Government

Leticia del Carmen Ríos Rodríguez ¹ ; Eduardo Alejandro Carmona ² ; Leonel Ruvalcaba Arredondo ³

Recibido: 25 de agosto de 2021.

Aceptado: 4 de octubre de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.133>

JEL: O32. Gestión de la innovación tecnológica y de la I + D.

L25. Rendimiento de la empresa: tamaño, edad, beneficio y ventas.

M10. Administración de empresas (Generalidades).

Resumen

Entre las estrategias más eficientes para que una empresa logre una diferenciación favorable respecto a sus competidores está la innovación; al fomentarla, se promueve un óptimo desempeño social y económico. En esta investigación, se muestra el análisis de doce empresas participantes en el Programa de Estímulos a

la Innovación (PEI) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), las cuales colaboraron con una Institución de Educación Superior (IES) en el Estado de Zacatecas, México, durante 2014-2017.

Esta entidad (Zacatecas) cuenta con poca incidencia

¹ Leticia del Carmen Ríos Rodríguez. Doctora en Ingeniería y Tecnología Aplicada. Docente – Investigador Unidad Académica Docencia Superior Universidad Autónoma de Zacatecas, Zacatecas, México. Correo: leticia.rios@uaz.edu.mx. ORCID: 0000-0002-1005-020X.

² Eduardo Alejandro Carmona. Doctor en Administración. Docente – Investigador Unidad Académica de Contabilidad y Administración, Universidad Autónoma de Zacatecas, Zacatecas, México. Correo: alexcar2001@uaz.edu.mx. ORCID: 0000-0002-3978-3052.

³ Leonel Ruvalcaba Arredondo. Doctor en Administración. Docente – Investigador Unidad Académica Docencia Superior, Universidad Autónoma de Zacatecas, Zacatecas, México. Correo: l_ruvalcabaa@uaz.edu.mx. ORCID: 0000-0001-7031-8645.

en proyectos de innovación, de ahí la pertinencia de este estudio cuyo objetivo consiste en determinar la varianza común del grupo de ítems estudiados que influyen en la gestión de la innovación de las empresas. Para conocer las variables de mayor impacto en la innovación, se diseñó un cuestionario estructurado con una escala tipo Likert. La información se analizó a través de análisis factorial (AF). A partir del análisis, se destaca que los factores: tecnología, competitividad y colaboración externa / vinculación, favorecen la gestión de la innovación dentro de las empresas. Se propone: una interfaz de comunicación entre las IES y la empresa, para facilitar la transferencia de tecnología y el reconocimiento mutuo; fomentar políticas gubernamentales que influyan en la mejora de competencias y capacidades de los recursos humanos y que promuevan la I&D (Investigación y Desarrollo) en las empresas.

Palabras clave: gestión de la innovación, empresa, análisis factorial exploratorio (AFE).

Abstract

Among the most efficient strategies for a company to achieve a favorable differentiation from its competitors is innovation; by promoting it, optimal social and economic performance are promoted. This research shows the analysis of twelve SMEs (Small and medium enterprises) participating in the National Council of Science and Technology (CONACYT) Innovation Stimulus Program (PEI), which collaborated with a Higher Education Institution (IES) in the State of Zacatecas, Mexico, during 2014-2017. This entity (Zacatecas) has little impact on innovation projects. This entity (Zacatecas) has little impact on innovation projects, hence the relevance of this study whose objective is to determine the common variance of the group of items studied that influence the management of

innovation in companies. To know the variables with the greatest impact on innovation, a structured questionnaire with a Likert scale was designed. The information was analyzed through factor analysis (AF). From the analysis, it is highlighted that the factors: technology, competitiveness and external collaboration / linkage, favor the management of innovation within companies. Proposed: a communication interface between HEIs and the enterprise to facilitate technology transfer and mutual recognition; promote government policies

Keywords: innovation management, enterprise, Exploratory Factor Analysis.

Introducción

La innovación es un elemento esencial en la generación de ventajas competitivas de las empresas y también está comprobado su efecto positivo en la productividad de las mismas (Kato, 2019). En las últimas décadas, numerosos estudios (González y Mancillas, 2016; Ron y Sacoto 2017; Taborda, Nova y Bohórquez 2018) realzan la envergadura de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas en la participación dentro del Producto Interno Bruto (PIB) del país, así como en la creación de empleos. En México, hay 4,169,677 empresas, mismas que general el 52% del PIB y el 72% del empleo (INEGI, 2018).

Dentro del Índice Global de Innovación 2019, México está en la posición número 56, lo que evidencia su lejana postura con respecto a los primeros lugares a nivel internacional (OMPI, 2019). Este dato constata que las empresas mexicanas tienen aún un área de oportunidad en cuanto a la mejora de los niveles de innovación. No obstante, dentro de los Estados de la República Mexicana, Zacatecas se encuentra en los últimos lugares en empresas que logran innovar, esto se demuestra al presentar el penúltimo lugar como Estado en número de

proyectos del PEI del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología en el periodo de 2009 al 2018 (CONACYT, 2019). Asimismo, en la Tabla 1 se puede observar como en el Estado de Zacatecas el número de proyectos

aprobados y vinculados con la UAZ son muy pocos en relación a los autorizados a nivel Nacional, tal como lo muestra la Tabla 1.

Tabla 1

Número de proyectos aprobados PEI de 2010 a 2018

Año	Nivel Nacional	Zacatecas (vinculados con la UAZ)
2010	677	1
2011	543	2
2012	522	0
2013	706	2
2014	866	4
2015	794	8
2016	937	8
2017	421	8
2018	503	5
Total	5969	38

Fuente: Elaboración propia con información de CONACYT (2019).

De acuerdo con esta información, las causas de la falta de innovación de las empresas son evidentes. Uno de los elementos comunes observados en estas instancias es la escasa tecnología que poseen para su desempeño, situación que representa el problema por el que poseen una limitada competencia para ofrecer productos y servicios que se caractericen por tener un grado de innovación o distinción competitiva en su rama (Aranda y Solleiro, 2015). Asimismo, se ha identificado que las empresas carecen de estrategias y recursos para mantener un análisis sistemático y permanente dentro y fuera de las mismas, que les faculte valorar y decidir qué

tipo de innovación adaptar, qué herramientas utilizar para lograrlo e identificar cuáles son los procesos organizacionales y de carácter administrativo, necesarios para llevar a cabo la transformación de los procesos y productos en las mismas (Mendoza y Valenzuela, 2013).

En este sentido, es ineludible adoptar una política de innovación, debido a que para lograr la competitividad se tiene que trabajar con ahínco y decisión, ya que esta no se obtiene por herencia, así como tampoco obedece de situaciones económicas (Simoen, 2012; citado por Solleiro y Terán, 2012).

Esta construcción evolutiva del pensamiento administrativo despliega algunos traslapes entre teorías, mismos que posibilitan la visión multidisciplinaria y la integración de los conceptos para estudiar los factores que inciden en la innovación, por lo que se incursiona en la identificación de elementos de las diferentes teorías señaladas y su convergencia en un cuerpo teórico de mayor dimensión; también se explicitan los elementos metodológicos utilizados.

De acuerdo con los elementos expuestos, se analizan las situaciones que incitan a las empresas para: implementar procesos de innovación e identificar las particularidades de gestión de la innovación, sin soslayar que es importante examinar el proceso de las empresas beneficiadas por el CONACyT a través del PEI y la vinculación que de manera reciente han establecido las empresas beneficiadas con las Instituciones de Educación Superior (IES). El objeto de estudio son las 16 empresas apoyadas por el PEI en el periodo 2014-2017 vinculadas con la Universidad Autónoma de Zacatecas.

Estas condiciones nos llevan a plantearnos la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores organizacionales son los que influyen primordialmente en la gestión de la innovación de las empresas apoyadas por el Programa de Estímulos a la Innovación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología?

De este problema expresado nos orientamos al punto central de la investigación al expresar el objetivo siguiente:

Identificar los factores organizacionales que influyen primordialmente en la gestión de la innovación de las empresas apoyadas por el Programa de Estímulos a la Innovación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Esta meta que nos planteamos la resolveremos mediante la siguiente afirmación inicial expresada como hipótesis:

Las empresas apoyadas por el Programa de Estímulos a la Innovación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología desarrollan factores organizacionales que influyen de manera determinante en la gestión de la innovación.

Este documento está compuesto de siete apartados: introducción, como se detalla líneas arriba, revisión de literatura donde se analiza la relación de la innovación con otras variables asociadas a teorías administrativas; posteriormente se describe el método utilizado aplicado al objeto de estudio (16 PyMES apoyadas por el PEI de CONACYT vinculadas por la UAZ) que comprendió desde el análisis de fiabilidad hasta el análisis factorial confirmatorio. Después se muestran los resultados y discusión de los mismos así como la identificación de hallazgos que se contrastan con las teorías referidas, al tiempo que se asume un posicionamiento desde los autores en mención para identificar elementos más complejos que pueden dar pie a teorías de mayor espectro exploratorio; finalmente se plantean algunas recomendaciones, así como los alcances, limitaciones y otras líneas de investigación.

Revisión de literatura

De la revisión de la literatura alusiva al tema de la innovación, se encontró que de ese concepto se derivan otros como tecnología, competitividad, colaboración externa, vinculación, cultura, propiedad intelectual, investigación y desarrollo, conocimiento y recursos humanos (Aranda y Solleiro, 2015; Aponte, 2016; Bukhhalo, Denysovets, Galagan y Dumenko, 2018; Camio, Rébora, y Romero, 2014; González, García, Caro y Romero, 2014; Haneda e Ito, 2018; Lecert y Omrani,

2019; López, 2016; Maldonado y Martínez, 2012; Nieves y Quintana, 2016; Solleiro y Terán, 2012), conceptos que permiten comprender los procesos de innovación.

La palabra innovar deriva del latín *innovare*, que denota cambio de las cosas a través de la introducción o incorporación de novedades (Medina y Espinosa, 1994). Innovar significa “Mudar o alterar algo, introduciendo novedades” (Real Academia Española de la Lengua, 2019). El concepto entraña la “introducción de novedades”. El manual de Oslo define la innovación como “la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa, con el propósito de mejorar los resultados” (Manual de Oslo, 2018). La innovación es también definida como la aptitud de la organización de modificar, extender o crear su área de recursos de manera intencional (Helfat, Finkelstein, Mitchell, Peteraf, Singh, Teece y Winter, 2017).

La institución que innova es la que desempeña nuevos objetos, brinda nuevos productos, transforma, progresa o incluye nuevos procedimientos de producción. (Escorsa y Valls, 2003). Pero en el caso, no se pretende como lo señalan Camio, Rébora y Romero (2014) clasificar la PyME como innovadora o no innovadora sino de distinguirla por su nivel de capacidad para innovar y desentrañar los elementos que la mantienen en esa condición.

Es evidente que el concepto contempla varios factores, entre ellos los insumos, la integración de tecnologías, uso de recursos y conocimientos e incluso las dinámicas que se gestan al interior de las instancias que hacen uso de la innovación; estos elementos pueden influir en mayor o menor medida en su gestión y son contemplados con frecuencia en los trabajos de

investigación.

Programa de Estímulos a la Innovación (CONACyT)

El Programa de Estímulos a la Innovación (PEI) fue creado por el CONACyT a fin de fomentar innovaciones de productos, procesos o servicios, basadas en desarrollos tecnológicos, en las empresas mexicanas pertenecientes al Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT) que se dediquen a realizar prácticas de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (IDTI) en México, ya sea de manera individual o vinculadas con Instituciones de Educación Superior (públicas o privadas) así como con Centros de Investigación Públicos Nacionales. Las empresas plantean un proyecto de desarrollo tecnológico, innovación tecnológica o investigación, mismo que es sometido a evaluación para verificar el cumplimiento de lineamientos y requisitos presentes en la convocatoria.

El programa se creó bajo tres modalidades:

1. INNOVAPYME (Innovación tecnológica para las micro, pequeñas y medianas empresas que pueden presentar solicitudes de forma individual o con vinculación con IES o Centros de Investigación (CI o ambos)
2. INNOVATEC (Innovación Tecnológica para las grandes empresas, cuyos proyectos pueden ser individuales o mediante la vinculación con IES, CI o ambos)
3. PROINNOVA (Proyectos en red orientados a la innovación, cuya propuesta debe vincularse con al menos dos CI, dos IES o uno de cada uno)

Algunos de los objetivos del PEI son:

- El fomento del sector productivo a través del incremento por año de la inversión en IDTI. Aclarando que el apoyo es complementario, ya que la empresa tiene que poner otra parte del total de la inversión.
- Incentivar la vinculación de las empresas mediante la “educación-ciencia-tecnología-innovación” y su enlace con el sector pertinente a través de la cadena de producción.
- La formación e incorporación de especializados recursos humanos dentro de las actividades pertenecientes al IDTI en las organizaciones.
- Crear productos, servicios y procesos nuevos en el mercado que posean un gran valor agregado y que promuevan la competitividad de la empresa.
- Generar propiedad intelectual en el país con acciones para el aseguramiento de su respectivo registro y protección ante las instituciones correspondientes.
- Incrementar el apoyo a las empresas nacionales de manera descentralizada.

Además de las cuestiones de forma, algunos de los criterios de evaluación y selección de proyectos bajo la modalidad PEI son los siguientes (no enlistados en orden de importancia):

- Vinculación con IES y CI
- Producción de Propiedad Intelectual
- Aumento en la productividad y creación de empleos de calidad y bien remunerados.
- Integración de empleados en las actividades de IDTI de la empresa que posean grados académicos desde Licenciatura hasta Doctorado.

- Vinculación de cadenas de producción en labores relacionadas a la IDTI.
- Priorizar estados o regiones cuyos sistemas de innovación requieran mayor vinculación.
- Dar preferencia a los sectores prioritarios de las entidades federativas.

(CONACYT, 2019)

De acuerdo a lo anterior, se pueden observar similitudes entre los factores que toma en cuenta el CONACYT para evaluar una solicitud o proyecto del PEI (tecnología, vinculación, propiedad intelectual, formación de recursos humanos, investigación y desarrollo) y las variables encontradas en la literatura que tienen relación con la gestión de la innovación, que para este estudio se describen enseguida:

Innovación y Tecnología

En la literatura revisada se manifiesta que a partir de la transferencia de conocimientos y tecnología, la interrelación de la organización y otros sujetos como clientes, proveedores, Centros de Investigación, e Instituciones de Educación Superior (IES) se produce una relación positiva e íntimamente ligada con la innovación (Becerra, Serna y Naranjo, 2013; Solleiro y Terán, 2012; Fernández, 2013; Aranda y Solleiro, 2015; Aranda, De la Fuente y Becerra, 2010; Jiménez, 2016; Mendoza y Valenzuela, 2013). Entre los agentes, las IES son esenciales para generar tecnología y conocimiento y, aunque no son consideradas como empresas una concepción literal, resultan importantes de acuerdo con un estudio realizado en Chile (Jiménez, 2016) en el que se manifiesta que estas se enfocan mayormente en la producción académica, protegida por derechos de autor y no se hace hincapié en la creación de tecnología, legalizada a través de patentes y/o aplicaciones industriales. Fernández (2013) resalta asimismo lo

importante que es para la empresa contar con tecnología. Sin embargo, cabe mencionar que las empresas han adquirido técnicas de Gestión de Innovación Tecnológica de forma empírica (Aranda y Solleiro, 2015).

Una empresa se puede encontrar en determinado nivel de innovación y para que esta pueda realizar mejoras es imprescindible investigar, determinar y evaluar el nivel de innovación, todo esto como parte del desarrollo de la gestión de la innovación (Aranda, De la Fuente y Becerra, 2010; Camio, Rébora y Romero, 2014). No obstante ¿cómo reconocer el nivel de gestión de innovación tecnológica que posee una empresa? Aranda y su equipo proponen una herramienta creada en base a la concepción establecida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y modelos de gestión tecnológica reconocidos, a fin de investigar y caracterizar el nivel de gestión que posee la organización, como los acontecimientos tecnológicos más importantes (Aranda, De la Fuente, y Becerra, 2010). Por otra parte, otros autores estudian las aptitudes que las PYMES han acumulado, así como su relación con respecto al nivel que tienen de gestión tecnológica (Mendoza y Valenzuela, 2013).

Innovación y competitividad

Dependiendo de la unidad que se analice, el indicador o la perspectiva que se aborde, el concepto de competitividad puede variar. Sin embargo, al referirse a la competitividad se hace referencia a varios conceptos de índole multidimensional, mismos que implican un aumento de la productividad, ya sea de organizaciones o naciones, la exportación de bienes y servicios y un uso de manera más eficaz de los recursos, lo anterior en pro del aumento de la calidad de vida de las personas (López, 2016).

En el entorno de esta investigación, se considera el término de competitividad en función del significado que le otorgue en mayor medida la empresa. La competitividad en la organización se basa en factores internos y externos; dentro de estos últimos el factor económico sí puede influir en ellos. Existen tres acciones que promueve la innovación: la generación de ventajas competitivas, el desarrollo de la economía y el crecimiento económico (Pérez y Góngora, 2016)

Cuando una empresa está inmersa en la gestión de la innovación y del conocimiento, logra poseer una ventaja competitiva, lo que produce satisfacción en sus clientes a través de los servicios o productos que ofrece (Aranda, De la Fuente y Becerra, 2010).

Innovación y colaboración

La colaboración es relevante para mejorar los resultados en algún proyecto; aunado al trabajo en equipo, esta combinación ha mostrado mayor rendimiento que el trabajo individual. La colaboración, utilizada a manera de plan empresarial posee un interés creciente entre los académicos e investigadores. Esto se advierte sobre todo en países en vías de desarrollo y se analiza su conexión con el proceso de la gestión de la innovación. Ahora bien, la repercusión que tiene la colaboración en la innovación en las empresas es un tema que falta por ser estudiado en las investigaciones recientes (López, Maldonado, Pinzón y García, 2015).

La gestión del conocimiento es muy beneficiosa para una PYME, debido a que se ha comprobado que deriva en efectos positivos en su desarrollo (Maldonado y Martínez, 2012). Es posible adquirir conocimiento dentro o fuera de la empresa, para este último objetivo se requiere, la colaboración con: Centros de Investigación, otras empresas y/o IES. Empresas de una

misma localidad también pueden desarrollar y mantener una colaboración, impulsando así la creación de un clúster. Derivado de lo anterior, se puede tener como beneficio unir las actividades de innovación, tratados de cooperación en tecnología que permitan hacer más asequible un proyecto tecnológico, la transferencia del conocimiento, mediante de la creación de redes colectivas para la aplicación de desarrollo o fortalecimiento de procesos, productos o servicios (Fernández, 2013).

Innovación y cultura organizacional

La cultura organizacional se considera un componente esencial en la innovación de una empresa. La motivación de los empleados, la toma de decisiones de los directivos o la clase de jerarquía, contribuye o entorpece el proceso de gestión de la innovación. Hay empresas que dedican tiempo considerable de análisis y recursos a fin de impulsar la creatividad e innovación en los trabajadores y que ésta se vea plasmada en el servicio, producto o proceso de la organización. Se cree que la capacidad de innovar solo existe en grandes empresas, no obstante, las PyMES pueden desarrollar la gestión de la innovación, siempre que esta se considere como posibilidad de éxito.

En la cultura organizacional se alude a las particularidades y formas propias de la gestión, así como las normas que rigen a las instituciones, organismos o empresas, en el desarrollo de la toma de decisiones; al igual que las actividades organizacionales, se toman en cuenta elementos centrales como la comunicación, la toma de decisiones, la motivación y el control para lograr metas u objetivos propuestos (Camio, Rébora y Romero, 2014).

Innovación y Propiedad Intelectual

La propiedad intelectual es una actividad relacionada con las creaciones de la mente humana, estas pueden ser

de diferentes campos del conocimiento, las tecnologías o las artes, que se traducen en obras literarias y artísticas, símbolos, nombres e imágenes utilizados en la mercadotecnia, diseño de software, entre otras; estas invenciones se rigen por lineamientos y principios gestados en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que salvaguarda la protección legal a estas invenciones y para lograrlo establece un marco legal internacional para el trámite de patentes, derechos de autor, derechos de diseño, secretos comerciales, etc. Entre los propósitos se alude al impulso del crecimiento económico, por lo que resulta imprescindible la inversión para promover la innovación, sobre todo cuando esta atiende alguna problemática particular (comunidad) o general (sociedad). Entre los problemas más sentidos que enfrenta la innovación, es que la mayoría de estas, sobre todo en las empresas, no legalizan su propiedad intelectual, aunado a que un número importante de solicitudes relacionadas con la autoría de la propiedad intelectual no finalizan el trámite y otras tantas que logran legalizar su autoría, no son aprovechadas en el mercado. Conocedores de este problema y de acuerdo con sus investigaciones, Monzón (2015) y Aranda y Solleiro (2015) demuestran que en México existen vacíos en la protección del patrimonio intelectual de las PyMES.

Innovación, Investigación y Desarrollo

Las empresas que logran invertir en actividades de Investigación y Desarrollo (I&D) tienen una relación positiva con la innovación (Becerra, Serna y Naranjo, 2013; Monzón, 2015; Palacios y Saavedra, 2016). El problema es que muy pocas empresas invierten en I&D, en específico las PyMES, las cuales muestran capacidades limitadas, en parte porque sus necesidades más inmediatas son de otra naturaleza (infraestructura tecnológica de orden fiscal) y para desarrollar I&D es importante la inversión, condición que se refleja en sus

escasos procesos de innovación.

Innovación y Conocimiento

Generar y transferir conocimiento forman parte de las capacidades que promueven la innovación. Esto se puede generar dentro de la empresa, entre trabajadores, directivos, etc., como fuera de la misma con proveedores, clientes, otras empresas, IES y gobierno. Para fomentar las actividades de innovación, desarrollo, transferencia de tecnología y conocimiento se promueven las redes empresariales, entre las que figuran los *clusters* (Becerra, Serna y Naranjo, 2013). La adquisición, socialización del conocimiento y la acumulación de competencias tecnológicas, juegan un rol importante y tienen influencia positiva en la mejora de procesos de producción (Büttenbender, 2019).

Innovación y Recursos Humanos

Los recursos humanos es un activo importante dentro de la estructura de una empresa, por lo que es indispensable descubrir la forma adecuada de compensarlos, motivarlos, seleccionarlos, capacitarlos, reclutarlos y remunerarlos según las actividades que realizan. Un factor que resalta es la motivación ya que es clave para que las empresas implementen estrategias. Los directivos y trabajadores determinan su influencia en los procesos de innovación según el nivel de compromiso y motivación de éstos (Solleiro y Castañón, 2015). Idealmente estas variables se hacen presentes en los procesos de innovación, de ahí la importancia de ubicarlas en las PyMES para definir el modelo organizacional.

Metodología

El objeto de estudio fue la totalidad de empresas apoyadas por el PEI (en uno o varios proyectos) en el periodo 2014-2017 (Tabla 2), que son un total de 16. Tal como se señaló en la Tabla 1 líneas arriba, en este estudio se toma en cuenta todas las empresas beneficiadas, que si bien es cierto son pocas, aunado a ello se tuvo el inconveniente que a pesar de las insistencias, 4 de ellas no respondieron, lo que evidencia la problemática del acceso a la información por parte del investigador. No obstante, cabe señalar que las empresas analizadas simbolizan el prototipo de espacios en los que la innovación representa una meta, motivo por el cual participan en dicho programa y se vinculan a nivel local.

En base a la literatura revisada se realizó una operacionalización de variables, identificando las más representativas en relación a su nivel de impacto en la gestión de la innovación. Posteriormente se realizó un cuestionario, en el que se plasman desde 1 hasta 4 preguntas por cada variable analizada, que en total derivó en un instrumento de 68 ítems, contando con una evaluación de escala tipo Likert con cinco posiciones. El instrumento se aplicó a gerentes o directivos de las empresas mencionadas. El proceso de levantamiento de la información llevó tres semanas, obteniendo 12 instrumentos contestados. Aunado a este proceso, se entrevistaron a aquellos directivos de empresas cuya participación en el PEI ha sido en más de una ocasión (muestreo de juicio), dando un total de tres directivos entrevistados; la intención de este complemento metodológico fue conocer más a fondo su proceso en la gestión de la innovación y lograr explicaciones más profundas sobre su estructura organizacional.

Tabla 2

Proyectos beneficiados en el Programa de Estímulos a la Innovación del 2014 al 2017 vinculados con la Universidad Autónoma de Zacatecas

No. Empresa	Giro	Proyecto	Sede	Convocatoria participante
1	Desarrollo de productos para el sector agroindustrial	Desarrollo de agrotecnología para producción hortícola intensiva.	Ciudad de México	2015
No. Empresa	Giro	Proyecto	Sede	Convocatoria participante
2	Mantenimiento Mecánico	Sistema de Administración y Control de Mantenimiento predictivo, preventivo y correctivo para la Industria Minera (Maquinaria de Molienda y Flotación).	Zacatecas	2017
3	Acuacultura y Biotecnología	Equipo biotecnológico automatizado para preservar tejidos animales con fines de investigación para exportación.	Querétaro	2015
4	Acuacultura y Biotecnología	Desarrollo del Método de Inclusión para preservación de tejidos para el mercado de exportación hacia los EUA.	Querétaro	2016
5	Venta productos para minería	Sistema modular de seguridad y monitoreo con infraestructura de bajo costo para la industria minera.	Zacatecas	2014
		Desarrollo de sistema de monitoreo con módulos de optimización de procesos y recursos para la minería.		2015
6	Desarrollo de tecnologías de la información	Plataforma aérea no tripulada de medio alcance para monitoreo ambiental, agrícola, e inspección.	Zacatecas	2015
		Sistema tecnológico integral E-Commerce WEB y móvil basado en realidad aumentada.		2017
7	Fabricación de pisos y azulejos	Innovación y Desarrollo de Tecnología Nacional para la fabricación industrial de cerámicos de nueva generación.	Zacatecas	2017

Tabla 2

Continuación...

No. Empresa	Giro	Proyecto	Sede	Convocatoria participante
8	Sistema de riego	Prototipo de un sistema automático para potenciar la gestión hidráulica y de nutrición en sistemas agrícolas, enfocado al uso eficiente del agua y cuidado del suelo.	Zacatecas	2014
		Diseño y construcción de un prototipo de cámara de enfriamiento solar por absorción continuo.		2016
9	Venta de huevo	Producción intensiva e industrialización de subproductos de sábila usando innovación tecnológica en la zona noreste de Guanajuato.	Guanajuato	2015
10	Desarrollo tecnológico	Diseño, desarrollo y puesta en marcha de un prototipo sistema de radiografía digital multimodal para servicios odontológicos.	Durango	2017
11	Desarrollo y comercio de equipo instrumental, médico y de laboratorio	Desarrollo y validación de un nuevo nutracéutico para el tratamiento del Síndrome Metabólico. Parte II	Ciudad de México	2017
12	Desarrollo de productos para el sector agroindustrial	Planta Piloto para la Producción de Alimentos Bajo Condiciones Controladas para Ciudades Inteligentes.	Querétaro	2016
13	Fabricación de carrocerías y remolques	Innovación tecnológica en semi-remolques tipo volteo para carga pesada basados en nuevos materiales, procesos de manufactura avanzada y diseño electrónico moderno.	Zacatecas	2015
		Innovación y desarrollo tecnológico en semi-remolques tipo volteo para carga pesada.		2016

Tabla 2

Continuación...

No. Empresa	Giro	Proyecto	Sede	Convocatoria participante
13	Fabricación de carrocerías y remolques	Innovación y desarrollo tecnológico en sistemas integrales para Semi-Remolques automatizados tipo volteo para carga pesada para el Sector Minero.	Zacatecas	2017
14	Instalaciones Eléctricas	Diseño e implementación de un dispositivo electrónico para medir la fertilidad en mujeres mediante procesamiento de imágenes de muestras de saliva.	Querétaro	2016
15	Desarrollo telecomunicaciones	Sistema de Flujo operativo mediante identificación por radiofrecuencia para la industria minera.	Zacatecas	2015
		Sistema experto de seguridad y administración de proyectos para la industria minera.		2016
		Segunda etapa del sistema experto de seguridad para la industria minera basado en identificación por radiofrecuencia empleando espectro disperso.		2017
16	Desarrollo de tecnologías de la información	Diseño, desarrollo y puesta en marcha de una plataforma WEB y móvil interactiva con arquitectura de hardware basada en RA, RV, QR.	Durango	2017
		Detección oportuna de enfermedades en ganado bovino y toma de decisiones en tiempo real para el incremento de la productividad y competitividad del Sector Agropecuario en México.	Sinaloa	2015
		Diseño de sensores aplicados a la detección y pronóstico de enfermedades del ganado bovino para la industria agropecuaria en México.		2016

Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida.

Para analizar la información obtenida, se utiliza el Análisis Factorial Exploratorio con el objetivo de determinar la varianza común del grupo de ítems estudiados (Lloret, Ferreres, Baeza y Tomás, 2014). El modelo que se empleó para estimar la saturación de las variables fue el de Factorización de Ejes Principales (método de estimación iterativo). Igualmente, los factores se rotaron con el método Varimax con el objetivo de maximizar la varianza de éstos, además de minimizar la cantidad de ítems debido a que se seleccionan los que tienen una saturación alta en los factores puesto que se optimiza la solución de cada uno de éstos. El objetivo del método seleccionado es poder

analizar y explicar de manera más concisa los resultados, es decir, se buscó una agrupación de las variables para comprobar su representatividad (varianza común) en relación a la gestión de la innovación, a partir de la generación de combinaciones lineales (Factores) de variables muy correlacionadas (ítems correlacionados). El número de factores es considerablemente menor que el número de variables originales, el cual da la opción para que los factores sean ortogonales, es decir, que sean independientes uno del otro (De la Fuente, 2019; Tabachnick y Fidell, 2007). La Tabla 3 indica las agrupaciones de los ítems para la elaboración del AFE.

Tabla 3

Dimensiones para el Análisis Factorial

Factor	Ítems	Subvariables	Variables	Dimensión
1	1 al 8	Comunicación	Administración	Modelo Organizacional
		Motivación		
		Reclutamiento		
2	10-12; 24-25	Gestión Organizacional	Gestión	
		Software	Eficiencia	
3	13-22	Trab. Colab. Interno	Equipos de Trabajo	
		Políticas de Apoyo		
		Productividad	Calidad	
		Confiabilidad		
		Sistematización	Eficiencia	

Tabla 3

Continuación...

Factor	Ítems	Subvariables	Variables	Dimensión
4	26-36	Tecnología	Innovación	Modelo Gestión de la Innovación
		Competitividad		
		Colaboración		
5	37-43	Cultura		
		Propiedad Intelectual		
6	44-54	Investigación y Desarrollo		
		Conocimiento		
7	55-59; 62-64	RH	Innovación	Indicadores Empresariales
		Ventas	IE Económicos	
		Clima Laboral	IE Capital Humano	
		Rotación de Personal		
8	60-61; 65-67	Utilidades	IE Económicos	
		Ausentismo	IE Capital Humano	
		Resp. Social empresa	IE Sociales	

Fuente: Elaboración propia en base a bibliografía consultada.

Resultados

La Tabla 4 expone las 8 dimensiones (grupos) que se agruparon y analizaron conforme a los ítems de cada variable, así como también la varianza de cada factor, asimismo se eliminaron los reactivos que presentaron cargas factoriales menores a 0.30. Lo anterior expuesto

indica que la explicación de la varianza tiene un valor mayor a 50%, el único que está por debajo del porcentaje es el Grupo III que es de 49.7%; lo anterior significa que el modelo tiene una buena explicación de las varianzas.

Tabla 4*Proporción de la varianza explicada de los factores por grupo analizado*

No. Factor	Varianza explicada / factor	Varianza explicada / grupo	No. Grupo
F1	60.49	82.6	Grupo I (Comunicación, motivación y reclutamiento)
F2	22.15		
F3	35.97	64.4	Grupo II (Gestión organizacional y software)
F4	28.42		
F5	33.44	77.1	Grupo III (Trabajo colaborativo interno, políticas de apoyo, productividad, confiabilidad y sistematización)
F6	27.44		
F7	16.26		
F8	39.38	96.8	Grupo IV (Tecnología, competitividad y colaboración externa / vinculación)
F9	24.82		
F10	16.72		
F11	15.90		
No. Factor	Varianza explicada / factor	Varianza explicada / grupo	No. Grupo
F12	39.38	78.9	Grupo V (Cultura y propiedad intelectual)
F13	20.54		
F14	18.94		
F15	23.68	71.7	Grupo VI (Conocimiento e Investigación y Desarrollo)
F16	23.56		
F17	14.56		
F18	9.89		
F19	51.63	71.0	Grupo VII (Recursos Humanos, indicadores empresariales económicos y administrativos)
F20	19.33		
F21	40.75	72.6	Grupo VIII (Indicadores empresariales económicos, administrativos y sociales)
F22	31.89		

Fuente: Elaboración propia en base al análisis obtenido en SPSS.

Finalmente, se ordenan los grupos por su grado de varianza explicada, para determinar qué variables poseen mayor influencia en el modelo y se realiza el análisis de fiabilidad a través del Alpha de Cronbach (Revelle y Zinbarg, 2009; Taber, 2018).

Comunalidades

En la tabla 5 se presentan las comunalidades de cada dimensión. El método de factorización de ejes

principales permite generar extracciones de comunalidades que sustituyen a las anteriores con el fin de satisfacer el criterio de convergencia para la extracción a partir de los cambios en las comunalidades de una iteración a otra. Estas están agrupadas conforme al análisis por ítems explicado en la tabla 3. Se puede observar que, en general, la proporción de la varianza explicada de cada una de las variables es alta, pero se resalta las que tienen valor de 0.8 en adelante.

Tabla 5

Comunalidades

Dimensión 1. Comunicación, motivación y reclutamiento	Inicial	Extracción
1. (Comunicación) Se comunican los procesos de innovación en tiempos adecuados	,850	,872
2. (Comunicación) Existe una buena recepción de los mensajes acerca de innovación por parte de la dirección	,896	,812
3. (Comunicación) La empresa toma en cuenta las opiniones de los empleados acerca de innovación	,911	,737
4. (Comunicación) A los miembros de la organización se les facilita manifestar las ideas de innovación.	,814	,643
5. (Motivación) Los empleados están motivados para innovar	,912	,663
6. (Motivación) Se les recompensa a los empleados por sus ideas de innovación	,484	,235
7. (Motivación) La empresa tiene diferentes maneras de motivar a los empleados para innovar	,859	,938
8. (Reclutamiento) La empresa recluta a empleados que propician la innovación	,796	,729
Dimensión 2. Gestión organizacional y software	Inicial	Extracción
10. (Gest Org) La empresa cuenta con acceso a diferentes fuentes de financiamiento	,427	,532
11. (Gest Org) La empresa cuenta con un plan de crecimiento	,312	,325
12. (Gest Org) La innovación ha impactado de manera positiva en el crecimiento de la empresa	,389	,482

Tabla 5

Continuación...

Dimensión 2. Gestión organizacional y software	Inicial	Extracción
24. (Software) Se cuenta con el software adecuado para realizar todos los procesos de producción	,797	,916
25. (Software) Se ha desarrollado software específico para los procesos de innovación	,768	,965
Método de extracción: Factorización de Ejes principales.		
Dimensión 3. Trabajo colaborativo interno, políticas de apoyo, productividad, confiabilidad y sistematización	Inicial	Extracción
13. (Trab Equipo) Los trabajadores prefieren trabajar en equipos que de manera individual.	,977	,456
14. (Trab Equipo) Los trabajadores de la empresa son proactivos	,967	,779
15. (Polit Apoyo) Las políticas públicas para fomentar la innovación que propone el gobierno han tenido un impacto en la empresa.	,989	,999
16. (Polit Apoyo) La empresa aprovecha los apoyos externos para vincularse con otras empresas	,992	,555
17. (Polit Apoyo) La empresa invierte en otros proyectos de innovación además del PEI	,981	,579
18. (Polit Apoyo) Estoy satisfecho con el apoyo otorgado por CONACyT a través del PEI	,990	,386
19. (Productividad) La empresa es más productiva porque innova	,991	,963
20. (Productividad) El tiempo invertido en innovación se ve reflejado en productividad	,949	,661
21. (Confiabilidad) Los productos o procesos de innovación han generado confiabilidad en nuestros clientes	,987	,805
22. (Sistematización) Todos los procesos de la organización están sistematizados y documentados bajo manuales	,984	,672
Dimensión 4. Tecnología, competitividad y colaboración externa / vinculación		
15. (Polit Apoyo) Las políticas públicas para fomentar la innovación que propone el gobierno han tenido un impacto en la empresa.	,601	,585
16. (Polit Apoyo) La empresa aprovecha los apoyos externos para vincularse con otras empresas	,678	,494
17. (Polit Apoyo) La empresa invierte en otros proyectos de innovación además del PEI	,633	,682

Tabla 5

Continuación...

Dimensión 4. Tecnología, competitividad y colaboración externa / vinculación		
18. (Polit Apoyo) Estoy satisfecho con el apoyo otorgado por CONACyT a través del PEI	,595	,394
21. (Confiabilidad) Los productos o procesos de innovación han generado confiabilidad en nuestros clientes	,500	,567
20. (Productividad) El tiempo invertido en innovación se ve reflejado en productividad	,573	,782
Método de extracción: factorización de eje principal.		
Dimensión 5. Cultura y propiedad intelectual	Inicial	Extracción
37. (Cultura) La cultura de innovación en sus trabajadores es buena	,361	,404
38. (Cultura) Existe diferencia de cultura de innovación en sus empleados dependiendo del nivel jerárquico	,693	,871
39. (Cultura) Las estrategias de mejora de productos/procesos/servicios han sido bien aceptadas por los empleados	,840	,909
40. (Cultura) Dentro de la organización se innova regularmente	,711	,739
41. (Cultura) Los empleados suelen manifestar sus ideas de innovación de productos/procesos/servicios con confianza	,737	,910
42. (Prop Int) La empresa patenta regularmente	,868	,914
43. (Prop Int) Las patentes de la empresa han generado regalías	,726	,772
Dimensión 6. Conocimiento e Investigación y Desarrollo	Inicial	Extracción
44. (Inv y Des) La empresa invierte en Investigación y Desarrollo anualmente	,696	,410
45. (Inv y Des) La empresa invierte tiempo, dinero y esfuerzo en el diseño constante de sus productos/procesos/servicios.	,909	,929
46. (Inv y Des) Los diseños de sus productos/procesos/servicios toman en cuenta las necesidades del cliente	,851	,826
47. (Inv y Des) La empresa acude regularmente a organizaciones que cuentan con centros de investigación.	,757	,809

Tabla 5

Continuación...

Dimensión 5. Cultura y propiedad intelectual	Inicial	Extracción
37. (Cultura) La cultura de innovación en sus trabajadores es buena	,361	,404
38. (Cultura) Existe diferencia de cultura de innovación en sus empleados dependiendo del nivel jerárquico	,693	,871
39. (Cultura) Las estrategias de mejora de productos/procesos/servicios han sido bien aceptadas por los empleados	,840	,909
40. (Cultura) Dentro de la organización se innova regularmente	,711	,739
41. (Cultura) Los empleados suelen manifestar sus ideas de innovación de productos/procesos/servicios con confianza	,737	,910
42. (Prop Int) La empresa patenta regularmente	,868	,914
43. (Prop Int) Las patentes de la empresa han generado regalías	,726	,772
Dimensión 6. Conocimiento e Investigación y Desarrollo	Inicial	Extracción
44. (Inv y Des) La empresa invierte en Investigación y Desarrollo anualmente	,696	,410
45. (Inv y Des) La empresa invierte tiempo, dinero y esfuerzo en el diseño constante de sus productos/procesos/servicios.	,909	,929
46. (Inv y Des) Los diseños de sus productos/procesos/servicios toman en cuenta las necesidades del cliente	,851	,826
47. (Inv y Des) La empresa acude regularmente a organizaciones que cuentan con centros de investigación.	,757	,809
48. (Conocimiento) Todos los productos/procesos que realiza la empresa proceden de una base científica más que empírica	,740	,370
49. (Conocimiento) La empresa se preocupa por adquirir o generar nuevos conocimientos	,738	,677
50. (Conocimiento) La empresa adquiere nuevos conocimientos de manera periódica	,772	,887
51. (Conocimiento) Los empleados están capacitados para hacer uso de los materiales, equipo y procesos que se emplean	,894	,858
53. (Conocimiento) Los empleados son creativos	,270	,268
54. (Conocimiento) La empresa fomenta que los empleados tengan nuevas ideas	,690	,371

Tabla 5

Continuación...

Dimensión 7. Recursos Humanos, indicadores empresariales económicos y administrativos	Inicial	Extracción
55. (RH) La empresa ha realizado acciones para evitar que los buenos empleados se retiren de ella	,901	,895
56. (RH) La empresa tiene trabajadores que innovan con regularidad	,629	,730
57. (RH) La empresa cuenta con las mejores condiciones físicas para que los empleados puedan innovar	,821	,392
58. (RH) La empresa promueve acciones para que los empleados se sientan satisfechos con sus empleos	,751	,619
59. (Economía empresa) Hay un incremento en las ventas de la empresa a partir de su participación en el Programa de Estímulos a la Innovación	,889	,662
62. (Economía empresa) Con la participación en el PEI, la relación entre pasivos y capital ha mejorado	,921	,674
63. (Admon empresa) El clima laboral de su empresa es favorable	,843	,419
64. (Admon empresa) La rotación de personal de su empresa es baja	,898	,537
Dimensión 8. Gestión organizacional y software	Inicial	Extracción
60. (Economía empresa) La empresa muestra utilidades derivado de sus procesos de innovación aplicados	,420	,555
61. (Economía empresa) En el mercado hay algún producto innovador de su empresa derivado de su participación en el PEI	,664	,864
65. (Admon empresa) No existe ausentismo en la empresa	,637	,693
66. (Admon empresa) Siempre existe trabajo colaborativo en su empresa	,343	,406
67. (Social empresa) La empresa realiza algún programa de responsabilidad social como parte de sus actividades	,385	,554
Método de extracción: Factorización de Ejes principales.		

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de Fiabilidad

Para el caso se utilizó la opción Alfa de Cronbach, pues permite medir una cantidad de ítems mediana con un número pequeño de encuestas. La expresión de cálculo es:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^{68} S_i^2}{St^2} \right]$$

Por lo que resulta:

$$\alpha = \frac{68}{67} \left[1 - \frac{44.84848}{509.455} \right] = 0.92$$

De acuerdo a lo expuesto por George y Mallery, se contó con un instrumento de alta confiabilidad.

Análisis Factorial

El método de rotación ortogonal Varimax se empleó para extraer los principales factores, lo cual se realizó

con el software SPSS. La relevancia de cada factor se expresa a través del porcentaje de varianza explicada. Después de que se determinaron la cargas factoriales de las 68 variables, así como los porcentajes de varianza asociados a cada uno de los factores, se dispone del porcentaje total que explica la combinación de factores, esta solución (número de factores) está determinada por los factores con eigenvalores (valor propio) mayores que 1.

La carga factorial que se consideró para que sea parte de una dimensión fue que su valor sea mayor a 0.45. Las variables 13, 52 y 53 tienen valores de 0.372, -0.004 y 0.302 respectivamente. Las varianzas mayores a 50% son los resultados que destacan. Lo anterior es un indicativo de que el modelo tiene una buena explicación a través del análisis factorial, por lo que se estudian los factores que poseen un mayor efecto, mismos que se observan en la Tabla 6.

Tabla 6

Proporción de la varianza de los factores por grupo analizado

No.	Factor	Varianza explicada por factor (%)
1	Tecnología, competitividad y colaboración externa / vinculación	96.8
2	Comunicación, motivación y reclutamiento	82.6
3	Cultura y propiedad intelectual	78.9
4	Trabajo colaborativo interno, políticas de apoyo, productividad, confiabilidad y sistematización	77.1
5	Indicadores empresariales económicos, administrativos y sociales	72.6
6	Conocimiento e Investigación y Desarrollo	71.7
7	Recursos Humanos, indicadores empresariales económicos y administrativos	71.0
8	Gestión organizacional y software	64.4

Fuente: Elaboración propia.

El análisis factorial expuso que las variables: **tecnología, competitividad y colaboración externa / vinculación** son las que tiene un mayor efecto sobre la innovación. De tal forma que las empresas que se analizaron innovan debido a que usan tecnología empleando la transferencia de la misma y el conocimiento para adquirirla (Soto, Popa y Martínez, 2018), lo cual se liga a la coexistencia de vinculación y colaboración con los proveedores, clientes, centros de investigación y otras empresas. Asimismo, las empresas participantes en esta investigación son consideradas competitivas puesto que buscan tener ventajas comparativas y de esta forma obtener preferencia de los clientes (Pérez y Góngora 2016).

La **comunicación, motivación y reclutamiento** pertenecen al segundo factor que más influencia tienen en la innovación. La combinación de estos elementos hace que los individuos estén motivados en el proyecto, lo que les permite mejorar la comunicación y alcanzar las metas que puede ser un proyecto nuevo, innovador. Esto coincide con Camio, Rébora y Romero (2014) que analizan que las empresas con mayor grado de innovación poseen elementos comunes que favorecen la generación sostenida de la gestión de la innovación, como la motivación, comunicación y una promoción sostenida de la cultura organizacional.

En el tercer factor se observa una varianza que se puede explicar en un 78.9%, la cual incluye las variables de cultura y propiedad intelectual, siendo la cuarta y quinta variables con mayor influencia en la innovación. Dentro de este factor las acciones que tienen más influencia en fomentar la innovación al interior de la empresa son el promover y analizar las propuestas que permiten mejorar el proceso, producto o servicio por parte de los trabajadores, las acciones constantes de innovación, la creación de regalías y patentes, que en total generan un 39.4% del total de la varianza

explicada. Lo que es seguido por el nivel cultural relativo a la innovación de los empleados de acuerdo a la jerarquía en la organización con 20.5% y la manifestación las ideas por parte de los trabajadores en 18.9%.

El cuarto factor comprende el trabajo de colaboración al interior de la organización, las políticas que apoyan a la empresa, la productividad, el proceso de confiabilidad y la sistematización con varianza explicada de 77.1%. En este grupo se observan 9 preguntas (ítems) agrupados en sólo tres factores. Si se colocan de acuerdo a la relevancia están la confiabilidad y la productividad en un 33.4% del total explicado de 77.1%; las políticas que apoyan a las empresas lo hacen con 27.4%, así como el nivel de proactividad de los integrantes de la organización, después aparecen la vinculación con otras organizaciones y la sistematización que influyen con un 16.3% de la explicación de la varianza. Estos grupos forman parte de lo que se ha definido como Modelo organizacional e indican primordialmente que la innovación de las empresas que se han analizado promueve la productividad así como el fomento de la confianza de los clientes en la empresa. Al respecto Fu, Mohnen y Zanello (2017) confirman que la innovación impacta positivamente la productividad laboral de las empresas.

El quinto factor comprende los indicadores empresariales relativos a la economía; así como los indicadores administrativos y los sociales. En conjunto presentan un valor de la varianza que se puede explicar de 72.6%. Este componente muestra un incremento en las ganancias de las empresas que se analizaron a través de su participación en el PEI. Este resultado coincide con el estudio que realizan Li y su grupo de colaboradores (Li, Zhenga, Cao, Chen, Ren y Huang, 2017). Cabe destacar también que las iniciativas de capacitación, los centros de especialización y el

desarrollo empresarial promueven la innovación (Aswegen y Retief, 2020).

Las variables investigación y desarrollo, así como conocimiento conforman el sexto factor que aportan una varianza explicada de 71.7% por cada factor; que presenta una diferencia pequeña de 0.9% con el factor anterior. Dentro de la literatura revisada Becerra, Serna y Naranjo (2013), Monzón (2015) y Palacios y Saavedra (2016) destacan una relación positiva entre las variables investigación y desarrollo y conocimiento y su influencia en la capacidad de innovar de una empresa.

El séptimo factor con una varianza total explicada de 71% (sólo 0.7% por debajo del anterior) contiene la variable en la que se encuentran recursos humanos y también algunos indicadores empresariales, así como económicos. En la variable donde se cuestiona acerca de los recursos humanos podemos identificar lo más representativo del grupo, pues cuenta con 52% de los 71% de la varianza total explicada. Por otro lado, las variables que tienen que ver con los indicadores empresariales, administrativos y sociales aportan un porcentaje de 10%. Es de destacar que los recursos humanos definitivamente son parte importante del proceso innovativo. Khan, Hussain, Shahbaz, Yang y Jiao, (2020) coinciden en que el recurso humano afecta positivamente el desarrollo financiero y la innovación. El 50% de las organizaciones encuestadas mencionaron que tuvieron un incremento en sus ventas después de su participación en el PEI (sin especificar los porcentajes que generaron); y otro 50% de ellas mencionaron que sí hubo crecimiento en este rubro, pero menores que las anteriores. También se observa la importancia de permitir innovar a los trabajadores de una manera regular y se les debe de fomentar estas condiciones. Es de destacar que se importante reducir la relación entre pasivo y capital, así como la rotación de personal. No se

debe dejar de lado la importancia de capacitar a los trabajadores, fomentar las competencias en términos de conocimiento mediante sus destrezas y habilidades que se adquieren en ciencia y tecnología para desarrollar con el tiempo (Cimoli, 2000).

Lo que se ha encontrado como factor número ocho, toma por un lado la gestión organizacional y el software, con una varianza de 64%. Cuando se toma en cuenta el factor que influye en el software, se presenta con una varianza de 35.9%, por encima de aquel que incluye la gestión organizacional con un 28.4%. Así se observa que, aunque no es determinante, es muy importante poseer un software apropiado que facilite los procesos que se dan en el interior de la organización. Al analizar a las 12 empresas estudiadas, tan sólo dos de ellas, expresaron que cuentan con el software adecuado para realizar los procesos de producción adecuados; también expresan que han desarrollado programas específicos para los procesos de innovación. Tres empresas están en un nivel alto en lo que a desarrollo y adquisición de software se refiere, mientras que las otras siete expresan carencia en estas circunstancias. Por otra parte la investigación arrojó que la gestión organizacional está ligada a la cultura organizacional, también a la investigación y desarrollo y por último a la innovación y al desarrollo tecnológico. Al realizar la visita a las empresas con más de una participación en el PEI, los directivos afirmaron que la motivación del empresario aunado a la colaboración de la organización en actividades de investigación y desarrollo constituyen factores determinantes en el nivel de innovación de la empresa, esta afirmación concuerda con Martínez y Romero (2017).

Conclusiones y recomendaciones

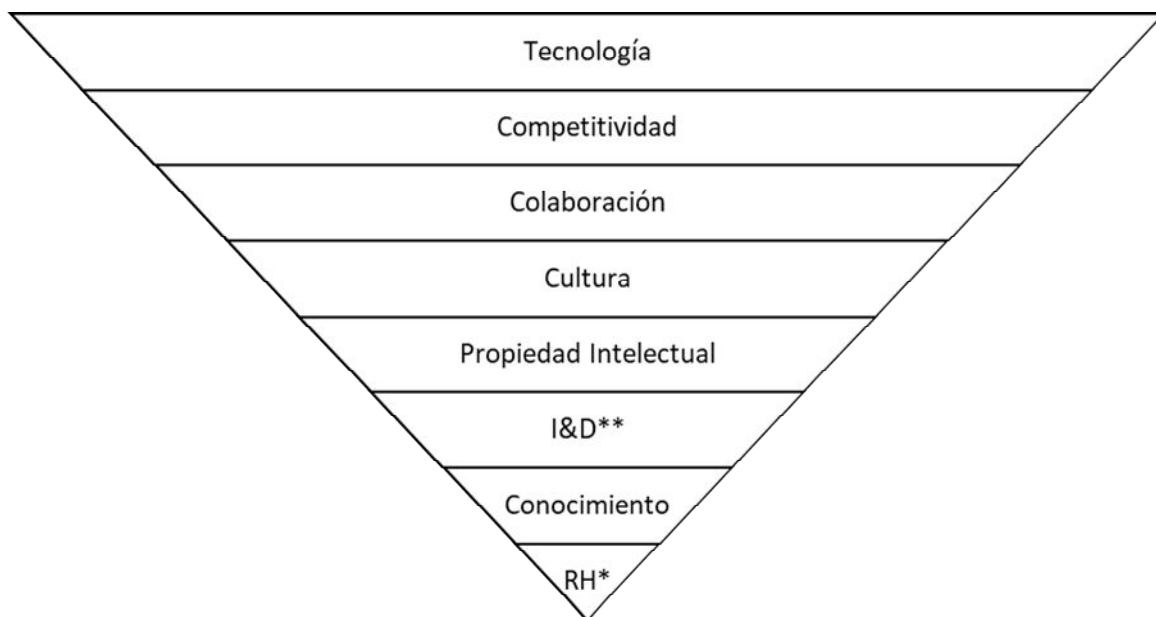
En la revisión de la literatura relacionada con este

tema, hay investigaciones (Camio, Rébora y Romero, 2014; González, García, Caro y Romero, 2014; González y Mancilla, 2016; Hsu, 2016; Jiménez, 2016; López, 2016; Monzón, 2015; Solleiro y Castañón, 2015; Solleiro y Terán, 2012; Pérez y Góngora, 2016) que enfatizan en la relación existente de la innovación con

variables que impactan de manera positiva en las organizaciones. Entre las citadas variables destacamos que las que tienen mayor impacto con condiciones acordes en la influencia en el proceso de innovación en las empresas (Figura 1).

Figura 1

Bases del desarrollo de la innovación



*R.H. Recurso Humano

**I&D: Investigación y Desarrollo

Fuente: Elaboración propia con base en la información recabada.

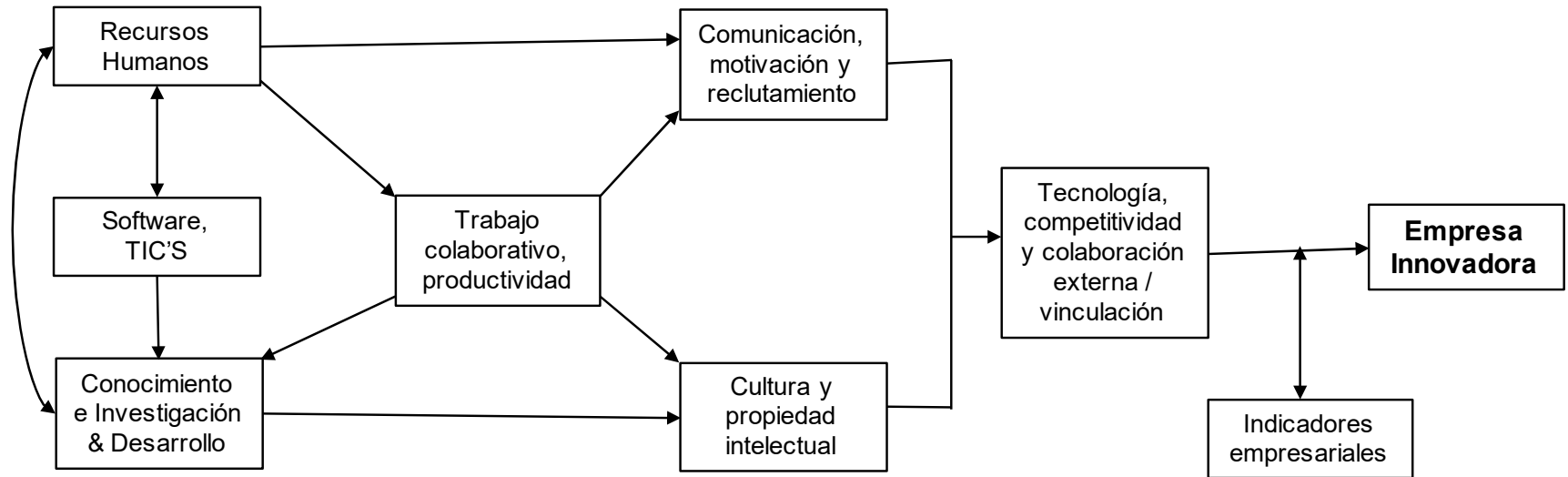
Eso concuerda en mayor medida con los resultados obtenidos en esta investigación referidos en la tabla 6, con los cuales es posible expresar la convergencia de elementos que son determinantes en la gestión de la innovación, mismos que, con otros estudios posteriores, podrían resultar como componentes para una teoría resultante que facilite la visión de la multidisciplina relacionada con la innovación y contar con un modelo base para operar con las empresas en los procesos de gestión de la innovación, que considere las siguientes variables: i) Modelo organizacional, ii) Modelo que permite gestionar la innovación y iii) Modelo que toma en cuenta los indicadores empresariales.

En consecuencia, resulta impostergable la promoción

de la innovación en las empresas, en particular en el estado de Zacatecas. Esto se puede observar en la Figura 2, que explica cómo es que las condiciones para que existan comunicación, motivación y un adecuado reclutamiento dependen de los recursos humanos, el software, el conocimiento generado y la I&D a través del trabajo colaborativo. A estas condiciones se le debe de agregar la cultura organizacional y la generación de la propiedad intelectual que son detonantes para la existencia de tecnología, competitividad y colaboración con el exterior. El resultado de estas variables conjuntadas es una organización innovadora que impacta de una manera favorable en sus indicadores económicos, sociales y administrativos.

Figura 2

Modelo de Gestión Organizacional para la Innovación en las Pymes



Fuente: Elaboración propia con base en literatura revisada.

Con el objetivo de que las organizaciones cuenten con mayor I&D se propone una interfaz que permita comunicar a quien está generando el conocimiento y el usuario, es decir, un espacio administrativo para poder conectar el proceso de la transferencia tecnológica y el conocimiento de la industria en la entidad.

A fin de contar con personal en las empresas que sea competente en ciencia y tecnología, resulta importante fomentar políticas por parte de los organismos gubernamentales que tengan impacto en el desarrollo de competencias, habilidades y destrezas del personal involucrado; tener Instituciones Educativas de calidad, que promuevan la I&D y que cuenten con sistemas de producción, es decir, personal que tenga experiencia en procesos productivos y en base a esto pueda ser contratado para que adquieran y lleven los procesos en esta dirección; competencias que fueron adquiridas en el sistema de educación; resultados que concuerdan con Cimoli (2000). Se recomienda que los empleados busquen estrategias para que realicen su trabajo motivados, remunerados y con oportunidades verdaderas de crecer al interior de la organización. Se debe contar con un programa enfocado a mejorar organizacionalmente el clima de la empresa, así como la cultura de la misma para que vayan enfocados a la innovación.

A partir de los resultados obtenidos en este trabajo, se puede observar que para el tiempo y el conjunto de organizaciones estudiadas, el PEI permitió que las organizaciones inicien con las técnicas de innovación, por lo que se justifica la necesidad de enfatizar en la promoción de la innovación en las empresas en las políticas gubernamentales.

Bajo estas condiciones podemos decir que contamos con evidencia para no rechazar la hipótesis expresada al inicio del trabajo que menciona: “Las empresas

apoyadas por el Programa de Estímulos a la Innovación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología desarrollan factores organizacionales que influyen de manera determinante en la gestión de la innovación” pues se concluyó que existen al menos siete factores que permiten de una manera adecuada desarrollar estrategias que los conduzcan a procesos de innovación al contar con un programa gubernamental similar.

Por lo tanto, se puede concluir, en base a la hipótesis planteada, que las empresas analizadas muestran elementos idóneos que aluden a comunicación adecuada y propicias técnicas de motivación, tomando en cuenta efectivos procesos de reclutamiento, esta condición las ubica como empresas que muestran elementos que permiten mejorar en la gestión de la innovación.

Alcances, limitaciones y futuras líneas de investigación

No en todas las variables se explica el 100% de la varianza. Para poder explicar el mayor valor de la varianza tendríamos que tomar en cuenta las siguientes opciones: volver a plantear el instrumento expresando preguntas más claras, contar con al menos 4 ítems por variable y facilitar información a los respondientes para que les ayude a expresar las respuestas y no inducir la ponderación hacia las mismas, así como analizar a más organizaciones beneficiadas con el PEI vinculadas con otros Centros de Investigación u otras IES. Algo a considerar es que los coeficientes de correlación tienden a ser menos confiables cuando la muestra es pequeña y, aunque lo ideal es contar con más empresas en estudiadas, este análisis factorial puede ser útil ya que es significativo y se pueden identificar un conjunto interpretable de factores, independientemente del nivel de medición de la entrada datos (Pearson y Mundform, 2010).

Para futuras líneas de investigación se pretende realizar un Análisis de Clúster, técnica multivariante cuyo principal propósito es agrupar nuestro objeto de estudio formando conglomerados de las mismas con un alto grado de homogeneidad interna y heterogeneidad externa a fin de proponer acciones de política pública con alto grado de precisión de acuerdo a los perfiles identificados, lo cual podría asegurar mejores resultados. Una vez que se realice la réplica de los datos, se podrá obtener una base de datos que facilite obtener parámetros que permitan contrastarse con el modelo estudiado; lo que podría sugerir que si se cuenta con un número suficiente de datos se podría realizar un análisis bajo la técnica de Ecuaciones Estructurales.

Referencias

- Aponte, G. (2016). Gestión de la Innovación Tecnológica mediante el análisis de la información de patentes. *Revista Negotium Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 33(11), 42-68.
- Aranda, H., De la Fuente, M., y Becerra, M. (2010). Propuesta metodológica para evaluar la Gestión de la Innovación Tecnológica (GIT) en pequeñas y medianas empresas (PYMES), *Revista Mexicana de Agronegocios*, 26(1), 226-238.
- Aranda, H., y Solleiro, J. (2015). Gestión de la innovación tecnológica en Pymes Agroindustriales Chihuahuenses, *Revista Mexicana de Agronegocios*, 23(1), 681-694.
- Aswegen, M., y Retief, F. (2020). The role of innovation and knowledge networks as a policy mechanism towards more resilient peripheral regions. *Land Use Policy*, 90, 1-12.
<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104259>
- Bukhkalov, S., Denysovets, I., Galagan, N., y Dumenko, H. (2018). Intellectual Property as Complex Innovation Projects Component. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.8), 596-602.
<http://dx.doi.org/10.14419/ijet.v7i4.8.27313>
- Büttenbender, L., Zamberlan, A., y Sparenberge, L. (2009). Management of innovation, performance and added value: a case study in the agrobusiness chain, *Revista Visión de Futuro*, 12(2).
- Becerra, F., Serna, H., y Naranjo, J. (2013). Redes empresariales locales, investigación y desarrollo e innovación en la empresa. Clúster de herramientas de Caldas, Colombia, *Estudios Gerenciales*, 29, 247-257.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2013.05.013>
- Camio, M., Rébori, A., y Romero, M. (2014). Gestión de la Innovación. Estudio de casos en empresas de software y servicios electrónicos de la zona de influencia de la UNICEN, Argentina. *Revista de Administración e Innovación*, 11(2), 30-50.
<https://doi.org/10.5773/rai.v11i2.962>
- Cimoli, M. (2000). Developing Innovation Systems: México in Global Context. England. Continuum.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). (2019). Gobierno de la República Mexicana.
<https://www.conacyt.gob.mx/index.php/fondos-y-apoyos/programa-de-estimulos-a-la-innovacion>
- De la Fuente, S. (2019). *Análisis Factorial*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales UAM. Ciudad de México.
<http://www.fuenterrebollo.com/economicas/econometria/multivariante/factorial/analisis-factorial.pdf>

- Escorsa, P., y Valls, J. (2003). *Tecnología e Innovación en la empresa*. Cataluña, España: Universitat Politècnica de Catalunya y Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)
- Fu, X., Mohnen, P., y Zanello, G. (2017). Innovation and productivity in formal and informal firms in Ghana. Elsevier, 131, 315-325.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.08.009>
- Fernández, C. (2013). Determinantes de la capacidad de innovación en pymes regionales. *Revista de Administración de UFSM*, 5, 749-765.
<https://doi.org/10.5902/198346597689>
- González, J., García, L., Caro C., y Romero, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Revista pensamientos y gestión*, 36(1), 107-133.
<http://dx.doi.org/10.14482/pege.36.5567>
- González, O., y Mancillas, M. (2016). Propuesta de factores organizacionales en un Modelo de Innovación para PyMES: Empresas dedicadas a la elaboración de concreto en México. Memorias del XVIII concurso Lasallista de Investigación, Desarrollo e Innovación CLIDI
- Haneda, S., e Ito, K. (2018). Organizational and human resource management and innovation: Which management practices are linked to product and/or process innovation? *Research Polic*, 47(1), 194-208.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.10.008>
- Helfat, C., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M., Singh, H., Teece, D., y Winter, S. (2007). *Dynamic capabilities: Understanding strategic change in organizations*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Hsu, Y. (2016). Innovation and competitive edge: effective design management in Chinese SMEs. *International Journal of Organizational Innovation*, 8(16), 68-78.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI). (2018). *Resultados de la encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (ENAPROCE) 2018*. México.
<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/bol-etines/2019/especiales/ENAPR OCE2018.pdf>
- Jiménez, A. (2016). Relaciones Universidad-Empresa: hacia una productividad basada en Innovación. *Revista Gestión y Tendencias (GESTEN)*, 1(2), 7-10.
<https://doi.org/10.11565/gesten.v2i1.11>
- Kato-Vidal, E. (2019). Produtividade e inovação em pequenas e médias empresas. *estud.gerenc. Revista Estudos Gerenciais*, 35(150), 38-46.
<http://dx.doi.org/10.18046/j.estger.2019.150.2909>
- Khan, Z., Hussain, M., Shahbaz, M., Yang, S., y Jiao, Z. (2020). Natural resource abundance, technological innovation, and human capital nexus with financial development: A case study of China. *Resources Policy*, 65, 1-13.
<https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2020.101585>
- Lecert, M., y Omrani, N. (2019). SME Internationalization: the Impact of Information Technology and Innovation. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0576-3>
- Li, D., Zhenga, M., Cao, C., Chen, X., Ren, S., y Huang, M. (2017). The impact of legitimacy pressure and corporate profitability on green innovation: Evidence from China top 100. *Journal of Cleaner Production*, 141, 41-49.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.08.123>

- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., y Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, 30(10), 1151-1169.
<http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- López, L. (2016). Principales prácticas de recursos humanos que apoyan la innovación en las PYMES: empresas de Jalisco y Cataluña (Tesis doctoral). Universidad Ramón Llull, Barcelona.
- López, G., Maldonado, G., Pinzón S., y García R. (2015). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *Revista de Contaduría y Administración*, 61(3), 568-581.
<https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.05.016>
- Maldonado, G., y Martínez, M. (2012). Gestión del conocimiento y crecimiento en la PYME manufacturera de Aguascalientes. *Cuadernos de Administración, Universidad del Valle*, 28(47), 25-36.
- Martínez, J., y Romero, I. (2017). Determinants of innovativeness in SMEs: disentangling core innovation and technology adoption capabilities. *Review of Managerial Science*, 11(3), 543-569.
<https://doi.org/10.1007/s11846-016-0196-x>
- Medina, C., y Espinosa, M. (1994). La innovación en las organizaciones modernas. Universidad Autónoma de México. Ciudad de México. <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num5/doc06.htm>
- Mendoza, J., y Valenzuela, A. (2013). Aprendizaje, Innovación y Gestión Tecnológica en la pequeña empresa un estudio de las industrias metalmeccánica y de tecnologías de información en Sonora. *Contaduría y Administración*, 59(4), 253-284.
[https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)70162-7](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(14)70162-7)
- Monzón, A. (2015). Gestión de innovación en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano. *Revista Ingeniería Hidráulica y Ambiental*, 36(1) 3-15.
- Nieves, J., y Quintana, A. (2016). Human resource practices and innovation in the hotel industry: The mediating role of human capital. *Sage Discipline Hubs*, 18(1), 72-83.
<https://doi.org/10.1177/1467358415624137>
- OCDE, y Eurostat (2018). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Cuarta Edición. París-Luxemburgo: Grupo Tragsa.
- Palacios, P., y Saavedra, M. (2016). El desempeño exportador y la innovación como una estrategia de crecimiento para la PYME en México. *Revista mexicana de economía y finanzas nueva época REMEF*, 11(2), 21-38.
<https://doi.org/10.21919/remef.v11i2.84>
- Pearson R., y Mundform, D. (2010). Recommended Sample Size for Conducting Exploratory Factor Analysis on Dichotomous Data. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 9(2), 359-368. <https://doi.org/10.22237/jmasm/1288584240>
- Pérez, M., y Góngora, G. (2016). La innovación como factor clave de la competitividad en la PYME industrial. Un estudio empírico. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad, Memoria del IV Congreso*.
- Real Academia Española de la Lengua. (2019). Diccionario de la Lengua Española. Recuperado el 18 de agosto de 2020 de <https://dle.rae.es/?id=LgzBfa6>

- Revelle, W., y Zinbarg, R. (2009). Coefficients alpha, beta, omega, and the glb: comments on Sijtsma. *Psychometrika* 74, 145–154. <https://doi.org/10.1007/s11336-008-9102-z>
- Ron, R., y Sacoto, V. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB, PYMES al PIB total. *Revista Espacios*, 38(53), 15-24.
- Solleiro, J., y Castañón, R. (2015). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global. *Globalización, ciencia y tecnología*, 165-197.
- Solleiro, J., y Terán, A. (2012). *Buenas prácticas de gestión de la innovación en Centros de Investigación Tecnológica*. México: Instituto de Investigaciones Eléctricas y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Soto, P., Popa, S., y Martínez, I. (2018). Information technology, knowledge management and environmental dynamism as drivers of innovation ambidexterity: a study in SMEs. *Journal of Knowledge Management*, 22(4), 824-849. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2017-0448>
- Tabachnick, B., y Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistics*. USA: Pearson.
- Taber, K. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education* 48, 1273–1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Taborda, M., Nova, L., y Bohórquez, I. (2018). Importancia de las Pymes para el desarrollo económico de Chile en el siglo XXI. *Punto de vista*, 9(14), 1-18. <https://doi.org/10.15765/pdv.v9i14.1179>



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).

Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.

ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.



Identidad universitaria en la comunidad estudiantil de Ciencias Económico Administrativas

University identity in the student community of Economic Administrative Sciences

Pablo Alejandro Fava Pedroza ¹ ; Alma Teresita del Niño Jesús Velarde Mendívil ² ; Lizbeth Salgado Beltrán ³

Recibido: 10 de agosto de 2021.

Aceptado: 25 de octubre de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.134>

JEL: M31. Marketing.

M32. Imagen.

Resumen

La identidad visual ayuda a formar una identidad corporativa e imagen de marca sólida, y crea un vínculo con sus mercados de consumo, facilitando analizar las decisiones de compra hacia sus productos. En el terreno educativo los estudiantes al sentir empatía con estos elementos; reflejan pertenencia e identidad hacia su institución. Esta investigación tiene el propósito de describir el grado de sentido de pertenencia e identidad universitaria y

visual de los alumnos; y si mantiene sinergia en el nivel de participación de compra hacia los souvenirs universitarios. Se aplica investigación con enfoque cuantitativo, con análisis descriptivo. Se aplicó encuesta a 112 estudiantes de licenciatura cursando últimos semestres de la División de Ciencias Económico y Administrativas. Los resultados muestran un nivel “moderado” de sentido de pertenencia y de identidad universitaria en los

¹ Pablo Alejandro Fava Pedroza. Maestro en Administración. Licenciado en Mercadotecnia. Auxiliar de Mercadotecnia del área de Promoción Financiera de la Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora, México. Correo: pablo.fava@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1360-5012>.

² Alma Teresita del Niño Jesús Velarde Mendívil. Doctora en Dirección y Mercadotecnia. Profesora e Investigadora del Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora, México. Correo: alma.velarde@unison.mx. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4164-6433>.

³ Lizbeth Salgado Beltrán. Doctora en Estudios Empresariales. Profesora e Investigadora del Departamento de Contabilidad, Universidad de Sonora, Hermosillo Sonora, México. Correo electrónico institucional: lizbeth.salgado@unison.mx. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8846-275X>.

estudiantes, mientras que en identidad visual señala una evaluación "alta", sin embargo, esto no refleja una relación positiva en comportamiento de consumo de souvenirs universitarios

Palabras clave: identidad, pertenencia, marca.

Abstract

The visual identity helps to build a corporate identity and strong branding, and creates a link with their consumer's markets, making it easier to analyze the purchasing decisions towards their products. In the field of education to the students feel empathy with these elements; they reflect belonging and identity to their institution. This research has the purpose of describing the degree of sense of belonging and university and visual identity of the students; and if it maintains synergy in the level of purchase participation towards university souvenirs. This research is framed in the scientific methodology, with quantitative approach, under non-experimental design with descriptive analysis. 112 surveys were applied to university students in the last semesters of the Division of Economic and Administrative Sciences. The results show in the students a sense of belonging and university identity at a "moderate" level, while in visual identity it indicates a "high" evaluation, however, this does not reflect a positive relationship in the consumer behavior toward university souvenirs.

Keywords: identity, belonging, brand.

Introducción

El tema de identidad en las universidades abarca una visión más extensa de lo que acontece al interior de los recintos educativos de nivel superior. Experimentar el

sentimiento de "formar parte", es una razón personal y primordial para que los estudiantes puedan alcanzarla; permitiendo así a la institución fortalecer la permanencia de los estudiantes, con la posibilidad de evitar deserciones. El cúmulo de conocimientos que se adquieren en esta etapa van desde valores, pautas conductuales, cooperación, entre otros (Puga, Peschard y Castro, 2007). A través de los años el sentir de los jóvenes estudiantes ha cambiado. De acuerdo con Castro (2015), actualmente, los estudiantes no muestran interés ni estima a los acontecimientos históricos del mundo que los rodea, ocasionando desconocimiento del mismo y una falta de sentimiento y orgullo de formar parte de una entidad. No obstante, es viable poder alcanzar una comunicación e integración estable de la cultura universitaria, por medio de fortalecer a la institucional en colaboración con las autoridades escolares. Múltiples investigaciones, entre ellas la de Osterman (2000), indican un fenómeno en los recintos de educación superior donde se concede prioridad al crecimiento del nivel escolar por encima de las necesidades afectivas de los alumnos, lo que propicia el individualismo y la competencia, dejando los ambientes de colaboración y unión con menor relevancia.

Los estudios de investigación sobre la identidad universitaria e identidad visual en las instituciones educativas son de suma relevancia, ya que favorece, no solo a las instituciones mismas, sino también a su mercado principal: los estudiantes; ya que los diversos grupos estudiantiles de hoy en día se encuentran escasos de métodos que estimulen la motivación e identificación hacia algo, ya que poseen maneras distintas de percibir el entorno (Lobo, 2016).

La comprensión y análisis del nivel de identidad que poseen los estudiantes tiene un alto grado de importancia para las instituciones de educación superior,

debido a su contribución en el desarrollo de estrategias, encaminadas a generar una mayor identificación de la comunidad estudiantil hacia su universidad, y beneficia a crear procesos que promuevan el crecimiento institucional hacia dentro y fuera de la misma (Cabral, 2006). A través del tiempo, los sucesos habituales del estilo de vida de los individuos, como son experiencias, emociones y sentimientos, se han expresado mediante símbolos (figuras rupestres, emblemas, logotipos), es así que estas formas de expresiones visuales han sido objeto de estudio para comprender su potencial de fortalecimiento del sentido de pertenencia hacia un grupo, producto u organización (Ramírez y Puerta, 2016).

En este contexto para las instituciones de educación superior, toma relevancia el sentido de pertenencia de los estudiantes, dado que contribuye a formar la imagen de la Universidad, una identificación con la marca, convirtiéndose esta en uno de los elementos para ampliar su difusión. La distinción y vinculación con la marca universitaria se relaciona con el comportamiento de compra que incide en los estudiantes a tomar la decisión de adquirir artículos promocionales y de recuerdo alusivos a su universidad; e involucra conductas como la lealtad, disposición a pagar un precio y la resistencia a aceptar información negativa sobre la universidad (Rubio, Villaseñor y Oubiña, 2015).

La adquisición de artículos oficiales universitarios por parte de los individuos afiliados directamente a la institución se ve motivada principalmente por el sentido de pertenencia. Tal es el caso de vestir una prenda con el símbolo de la universidad para acentuar su orgullo e integración en la comunidad universitaria, por medio de la compra de artículos promocionales que continuamente muestran a las demás personas (Phillips, Roundtree y Kim, 2014). Los espacios destinados a la comercialización de artículos de souvenirs universitarios

son áreas de interacción de la marca con sus diferentes públicos. Las tiendas universitarias tienen como misión el fomentar la identidad universitaria, ya que, al presentar la marca de manera dinámica, aviva el sentido de pertenencia de sus comunidades estudiantiles, egresados y empleados (Universidad Pontificia Bolivariana, 2018). Los resultados de los estudios de Ramírez y Puerta (2016) plasman que el principal motor que incentiva el adquirir artículos de souvenirs es el sentido de pertenencia de los alumnos, así como también el sentimiento de orgullo hacia el recinto educativo, el cual crece al momento de portar y lucir los artículos alusivos de su universidad.

Antecedentes

Los estudios sobre el sentimiento de pertenencia en el ámbito educativo han sido abordados en años recientes en comparación de otros fenómenos sociales. Entre los pioneros se encuentra Finn (1989) quien expresa que el grado de los estudiantes en comprometerse con la escuela se basa especialmente en un elemento emocional denominado “identidad con la escuela”. Por otro lado, la identidad, es un vocablo que engloba aspectos sociales, psicológicos, etc., es decir, las personas hacen frente a una diversidad de situaciones que incurren directamente en la manera que se perciben en diferentes esferas de actuación. Las personas, a través de su vida, forjan y preservan un pasado que los identifique individualmente, su moral e intelecto se adquiere en los ambientes donde ha sentido ser parte de ellos y en los que logra desenvolverse (Weil, 2002). Para que la persona conozca su identidad, es necesario indague en uno mismo ante la carencia de su autoconocimiento propio para así aceptarse y pueda descubrir lo que anhela y con ello enfoque sus esfuerzos en conseguirlo dentro del marco de normas y valores dictados en la sociedad (Frank, 1977, citado por Valdez et al., 2011). La esencia del ser humano es la de un ser social que se

relaciona con otros semejantes que le colaboran en crear fenómenos sociales que lo benefician, pero es imposible negar que es un ser individualista, sólido y creativo. La socialización se suscita dentro de un grupo u organización social en donde acontece este proceso, esta agrupación es el eje principal de la interacción e influye en el desarrollo de la personalidad, con la cual la persona ha ido evolucionando y adaptando, inconscientemente, su actuar social a través de la experiencia (Velázquez, 2008).

En este contexto, se hace presente la memoria colectiva, cuya concepción deriva del consentimiento propio de las evocaciones de vivencias ya ocurridas, comunicadas e intercambiadas entre los pertenecientes de uno o varios grupos al interactuar y que estas son relevantes para el presente y colaboran a la permanencia de la entidad social (Cappello, 2015). El desarrollo de esta memoria colectiva, favorece al progreso de un sentido de permanencia con peculiaridades similares que conforman la identidad colectiva; encausando a las personas a comparar, reconocer y compartir colectivamente un pasado semejante, un presente valorado y un futuro alentador. Para Imaz (2015) la identidad colectiva se relaciona con el éxito que puede alcanzar una organización que desee abrirse al mercado; es así que la presencia de una imagen e identidad no fuera posible si las empresas no perfilan una marca que transmita su identidad al consumidor y que esta logre desarrollar una imagen con la cual posicionarse en el mercado por encima de otras.

Respecto a marca sus orígenes se ubican en la antigua Grecia y Roma, donde los artículos eran señalizados por símbolos que le adjudicaban carácter comercial (Davis, 2002), la finalidad era mostrar lo que almacenaban los contenedores, era común ilustraciones de uvas en botellas de vino (Moor, 2007). Estipular si el producto fue elaborado por un fabricante (propiedad) o si

provenía de una región (denominación de origen), fueron los primeros pasos de cómo se concebía la identidad de marca y su comunicación (Atkin, 2008). Durante el siglo XXI, los estadounidenses se adentraron en la cuestión visual y diferenciaron la marca y producto como elementos individuales, ya que era común emplearlos de manera similar (Pastor, 2003). La marca cobró vida con el propósito de diseñar publicidad estratégica, esta tendencia fue respaldada en los diseños de identidad corporativa, la cual es un reflejo visual de las transformaciones administrativas, de la gestión operativa, de la historia, filosofía, de la personalidad, así como de su reglamentación (Ind, 1992).

Diversos factores externos inciden en la identidad de marca, lo cual puede derivar en una comunicación inexacta de su imagen. La intención de las empresas es que su identidad no se vea mermada por el entorno que la rodea el cual se ve afectado por situaciones inmersas en él como costumbres, razonamiento y comportamiento, y es precisamente el modo de actuar lo que provoca caer en influencias conductuales a los seres humanos, es decir, tienden imitar hábitos ligados a la identidad del grupo social primario al cual se forma parte (Tomasello, 2013). Keller (2013) afirma que en el transcurso del desarrollo de la identidad es crucial señalar las afiliaciones fuertes con la marca. Es necesario fijar una idea concisa de qué es, a quién va dirigida y cuál es su finalidad, lo que se traduce en los puntos ejes de la filosofía de cualquier empresa: misión, visión y valores. Al no plasmarlas con sinceridad, será complicado difundir una identidad fija y perpetua de la marca, lo que conllevará a una ausencia de valor, con escasa estabilidad en el mercado y carente de asociación por parte de los consumidores.

Identidad y pertenencia

La identidad se conceptualiza como dinámica y progresiva de acuerdo con las interacciones en las que

están inmersos como sujetos pertenecientes a un contexto determinado (Sayago, Chacón y Rojas, 2008). Para Dubar (1991), la identidad es la derivación ininterrumpida y eventual, individual y grupal, subjetiva y objetiva, histórica y ordenada de los diversos procesos en que las personas se relacionan y que, de forma paralela, van construyendo los individuos y las sociedades. Sería imposible alcanzar una integra conciencia de uno mismo si se excluye la propia pertenencia grupal, el afecto a estos grupos y el peso que estos poseen sobre las creencias, percepciones y conductas (Gómez, Gaviria y Fernández, 2006). La manera de cómo un individuo se concibe a sí mismo se deriva de su idea de pertenencia a una o varias agrupaciones sociales y esto va ligado con el grado de valor emocional que se le otorga por formar parte de dichos grupos (Morley, 1982).

Por otro lado, la pertenencia se expresa como el sentimiento de integración personal en un colectivo social, de manera que el individuo cree y esta consiente que su permanencia en él es vital e integral (Anant, 1966, citado por Dávila y Jiménez, 2014); además no hay que perder de vista que, la pertenencia es una necesidad innatas del hombre propuesta en la pirámide jerárquica de necesidades básicas humanas (Maslow, 2012). El sentido de pertenencia es una fase de cómo ir construyendo la identidad social (Harris y Cameron, 2005), es una acumulación de sentimientos que tienen su origen de las actividades del día a día en espacios cotidianos; el nivel de este sentido de pertenencia oscila con el tiempo en la medida que las experiencias aumentan y se fortalece con el entendimiento de un espacio (Fenster, 2004).

Un entorno donde se suscitan experiencias de progreso y madurez son los recintos educativos, en los cuales se invierte gran parte de tiempo de la vida, los profesionistas que egresen de ellos llevarán siempre el

nombre de su institución (Zorrilla, 2010). El sentido de pertenencia universitario es el sentimiento de orgullo de su institución, de sentirse parte de ella, estableciendo conexiones entrañables con sus integrantes; es la inclinación y aprobación de normas escolares, así como la aceptación de la valoración a la educación (Finn, 1989). Diferentes investigaciones (Kenney, Dumont y Kenney, 2005; Boyer, 1990; Astin, 1984) asientan que el estudiante al verse y percibirse como miembro, da sus primeras demostraciones de interés en lo referente a asuntos afines con la institución y colabora de forma personal con la imagen de su universidad, generando así un desarrollo educativo fluido y efectivo.

El entorno universitario es aquel lugar en el cual el alumno expresa y comparte sus sentidos con sus colegas, resultando crucial para el desarrollo de su identidad. A si, el espacio universitario fija un sistema de acuerdos y pautas para las relaciones de convivencia (Molina, 2015). La identidad universitaria, puede ser definida como el conjunto de componentes, perfiles y condiciones propias de una institución de nivel superior, que la distinguen de forma singular, le otorgan peculiaridad, y que se proyectan por medio de insignias que representan los valores que aspiran los estudiantes a alcanzarlos como propios (Linarez, 2006). Para Cabral y Villanueva (2006) es “la identificación a una colectividad institucionalizada, según las representaciones que los individuos se hacen de la realidad social y en donde se alinean factores tales como la experiencia escolar pasada, las relaciones humanas, la percepción de la universidad como unidad, el territorio, las afinidades, la educación, el vínculo, las normas y la dificultad del ingreso a la institución”.

Fomentar la pertenencia universitaria, demanda de la difusión y colaboración de un programa de identidad que muestre a la institución misma, basado especialmente en su filosofía y símbolos, con el objetivo

que sus miembros lleguen a sentirse integrantes de una misma comunidad universitaria (Islas, 2014). Los símbolos universitarios están presentes en la vida académica de todo estudiante, se cuenta con ellos desde el momento de integrarse como alumnos a la institución, ayudando y facilitando a distinguirlos como universitarios (Castañeda, 2009). Por medio de un emblema o símbolo, toda institución educativa trata de diferenciarse de las demás, buscando mostrar su identidad dentro y fuera de sus entornos para así ir fijando su lugar en la sociedad (De Jesús, Urzúa y Vargas, 2013).

La marca es percibida e interpretada dentro de una empresa con sus integrantes, ellos pueden asumir como un compromiso el cumplimiento de la misión y visión, creando así un lazo emocional con la empresa (Estrella, 2005). Para Ramírez y Gochicoa (2010) la identidad corporativa es “el conjunto de símbolos, comunicación y comportamiento de una empresa, basados en la visión y misión de la misma, es decir, constituye la personalidad de la empresa, la identidad deseada y la identidad real”.

La mezcla de identidad (Birkigt y Stadler, 1986) plantea la combinación de tres recursos (simbolismo, comportamiento y comunicación) que una empresa utiliza para expresar cómo es en realidad su identidad y permite presentar a su mercado objetivo la imagen que se desea reflejar. El simbolismo es toda expresión visual que influyen en la forma en cómo se ve la empresa (Melewar y Jenkins, 2002), es el sistema de identidad corporativa (logotipo, colores), estética corporativa (arquitectura, diseño) y uniformidad del personal (vestuario). El comportamiento es la parte no verbal (intangibles), son las gestiones conductuales hacia sus empleados y clientes; y la comunicación es la gestión de herramientas verbales y visuales (internas y externas) para transmitir un mensaje armónico, eficaz y eficiente al grupo objetivo, generando así relaciones estables (Pérez y Rodríguez, 2014).

Las compañías cuentan con características únicas y visualmente reconocibles que ayudan a proyectar su identidad y que al impulsarlas ayudan a desarrollar su imagen visual. La identidad visual es “la traducción simbólica de la identidad de una organización” (Pintado y Sánchez, 2013), son los elementos visuales que forman parte de la marca, entre ellas distintas aplicaciones específicas como la tipografía y los colores (González, 2002, citado por Subiela, 2017). La identidad visual está compuesta por numerosos bienes tangibles, propiedad de la compañía (inmuebles, puntos de venta, vehículos, artículos, etc.), que al estamparles su marca se desempeñan como promotores de su identidad (Schmitt y Simonson, 1998). Es la pieza más importante de la identidad corporativa, ya que avala a la marca para asegurar solidez, coherencia y sinergia (Subiela, 2017). De acuerdo con Villafañe (2016) es un instrumento para mejorar la imagen pública empresarial, ya que refleja su identidad y además tiene la característica de adaptarse con el tiempo a los cambios y requerimientos a través de los años, lo que demanda una mayor normatividad para su aplicación.

En las instituciones educativas de nivel superior concurren problemas que repercuten en el proceso de generar identidad. El crecimiento intensivo del número de alumnos en las universidades, sobre todo en instituciones públicas, ha provocado una identidad universitaria confusa y poco notoria en su comunidad estudiantil (Sammartino, 2000, citado por, Molina, 2015). Este mismo fenómeno también se presenta en instituciones privadas donde los resultados reflejan que más de tres cuartas partes de los estudiantes poseen niveles de identidad universitaria regulares a bajos (Guerrero, 2017).

Los estudios llevados a cabo por Lobo (2016) en la Universidad Peruana Unión, demuestran que el nivel de identidad universitaria de los alumnos disminuye con el paso de los años escolares debido a que las actuales

sociedades estudiantiles (y probablemente las generaciones por venir) se encuentran necesitada de novedosos procesos que ayuden a estimular y sentir la motivación e identificación hacia algo. La investigación de Ramírez y Puerta (2016) realizada en la Universidad Nacional de Colombia, señala que el principal motor que estimula la adquisición de artículos de souvenirs es el sentido de pertenencia de los alumnos, además que el hecho de comprarlos engrandece el sentimiento de orgullo hacia la institución al poder exhibir artículos alusivos de la universidad. A pesar que diversas investigaciones y estudios resaltan la importancia del sentir y modo de actuar del miembro universitario, las cuales fomentan la identidad universitaria y el sentido de pertenencia; estas aún tienen camino que recorrer para ser asociadas como puntos clave a evaluar por parte de la mayoría de las instituciones de educación superior, ya que en muchas de ellas no se presenta normatividad institucional que gestione e impulse estos sentimientos dentro de su comunidad universitaria, y de la misma manera tampoco se pautan guías o índices que ayuden a evaluar y medir estas tendencias a través de los años.

La Universidad de Sonora realiza periódicamente estudios enfocados a alumnos, egresados y empleadores, con el propósito de evaluar la pertinencia de su oferta educativa, y su contribución en el crecimiento y desarrollo de la misma, así como el de su comunidad (Dirección de Planeación Unison, 2020) . Dichos estudios abordan temas como, calidad de los programas educativos, planta docente, la calidad de los servicios y la utilidad de su formación para desarrollarse en el ámbito laboral, entre otros. Sin embargo, se puede profundizar también en aspectos sobre nivel de pertenencia de la comunidad académica y estudiantil referente a su sentido de pertenencia e identidad Institucional.

Esta investigación tiene el propósito de conocer el

sentido de identidad y pertenencia de la comunidad estudiantil universitaria hacia la institución, así como el reconocimiento de su filosofía, antecedentes y cultura general universitaria; en este caso de los alumnos de licenciatura de la Universidad de Sonora, campus Hermosillo, dentro de la División de Ciencias Económicas Administrativas, que se encuentren cursando sus últimos dos semestres. Además, esta investigación aborda una evaluación hacia el conjunto de atributos inherentes de la universidad, siendo estos los elementos gráficos que dan imagen, presencia y distinción, es decir, cómo perciben al conjunto de elementos tangibles e intangibles que conforman la identidad visual. Además, se identifica el comportamiento hacia la adquisición de artículos universitarios (souvenirs), frecuencia de compra, lugar de adquisición, es decir, una noción del posicionamiento del souvenir.

El punto inicial del estudio es el contexto en el que se encuentran inmersos los souvenirs en relación a su mercado estudiantil. La Universidad de Sonora cuenta con puntos de venta de artículos promocionales. Uno de ellos es la Librería Unison, la cual complementa su venta principal con souvenirs, artículos con los símbolos representativos y alusivos al alma mater. Esta unidad de negocio tiene presencia en tres de sus seis campus, y cuenta con cuatro sucursales (Librería Unison, 2020). Durante el periodo de 2015-2019 la tendencia de participación de compra del mercado estudiantil en las librerías universitarias, deja entrever un escenario escaso de interés de los alumnos por adquirir productos de souvenirs. En los últimos cinco años esta participación ha experimentado fluctuaciones menores de periodo en periodo, alcanzando un promedio de 0.65% por ciclo escolar (Tabla 1). Se observa que en los ciclos escolares que coinciden con nuevo ingreso se presentan incremento en los volúmenes de ventas (Librería

Unison, 2020). La serie histórica de la matrícula estudiantil, de nivel licenciatura tiene un aumento del 12.07% en los últimos cinco años, pasando de un total

de 28,309 a 31,727 entre periodos 2015-2 a 2019-2 (Dirección de Planeación Unison, 2020).

Tabla 1

Participación estudiantil por compra de souvenirs en librerías

Ciclo	2015-1	2015-2	2016-1	2016-2	2017-1	2017-2	2018-1	2018-2	2019-1	2019-2
Población Estudiantil	24,852	28,309	25,085	28,783	25,410	28,702	25,264	29,050	25,904	31,727
Tickets de Estudiantes	115	282	144	337	127	211	64	90	124	335
Participación del Mercado	0.46%	0.99%	0.57%	1.17%	0.49%	0.74%	0.25%	0.31%	0.48%	1.06%

Fuente: Elaboración propia con base en Librería Unison (2020) y Dirección de Planeación Unison (2020).

El porcentaje de participación del mercado estudiantil en la compra de souvenirs proviene del registro de las ventas al momento de identificarse como estudiantes vigentes. Es importante señalar que varias de estas compras pudieron haber sido realizadas en diferentes ocasiones por un mercado cautivo, es decir, que uno o más estudiantes durante un ciclo escolar efectuaron una a más compras. Con lo anterior se puede inferir que el porcentaje real de participación es aún menor.

En el periodo de cinco años (2015-2019), del total de ingresos captados por souvenirs en librerías, solamente un 26.32% es procedente de compras de los estudiantes, el 73.68% restante es derivado de las compras del público en general, que en este conjunto alrededor del

80% provienen de las compras por parte del personal administrativo, operativo y académicos. El porcentaje de ingresos por estudiantes ha sufrido diversos cambios en el periodo de cinco años (Tabla 2), pasando de un 32.66% en 2015 a un descenso de 21.91% en 2019, teniendo su punto más bajo en 2018 con 17.65% (Librería Unison, 2020). Cabe mencionar que el registro de las ventas solo permite identificar al tipo de cliente como: estudiante, empleado y público general. Lo que limita a crear una base de datos con perfil de cliente completo para detectar nichos de mercado potenciales, como sería: el semestre en curso, licenciatura, incidencias de compra, área adscrita del empleado, etc.

Tabla 2*Porcentaje anual de ventas de souvenirs en librerías*

Periodo	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2019
Estudiante	32.66%	33.55%	29.35%	17.65%	21.91%	26.32%
General	67.34%	66.45%	70.65%	82.35%	78.09%	73.68%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con base en Librería Unison (2020).

Estos resultados dejan entrever la baja participación de estudiantes en la adquisición de souvenirs universitarios. Es en este sentido, el presente estudio aborda el análisis de identidad universitaria, identidad visual y sentido de pertenencia que permea en los alumnos de licenciatura con la finalidad de obtener una descripción de sus apreciaciones, sentido de orgullo hacia su universidad. Lo cual permitirá contrastar los resultados de pertenencia e identidad y el comportamiento de compra que manifiesten hacia los souvenirs.

Metodología

Se emplea el modelo de enfoque cuantitativo, en el análisis estadístico y medición numérica de variables para analizar relación entre ellas que sustenten patrones de comportamiento (Lerma, 2009). El estudio es con alcance descriptivo, ya que permite describir las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, procesos o cualquier otro objeto que se analice. Dicho estudio pretende medir información de manera independiente o conjunta de los conceptos o variables objeto de estudio (Malhotra, 2008). Es considerado en vertiente transversal, al tener la particularidad de que los datos son recabados dentro de un tiempo establecido.

Respecto a la población de estudio se determina a los estudiantes de la Universidad de Sonora de nivel

licenciatura, ya que en ellos se encuentra el fenómeno situacional a estudiar. La población atiende los siguientes criterios: 1) Tiempo: ser estudiante cursando el ciclo escolar 2020-1, comprendido del mes de enero a mayo, 2) Espacio: estudiantes del campus Hermosillo de la división económico administrativo, 3) Homogeneidad: alumnos de la licenciatura de economía y mercadotecnia cursando sus últimos dos semestres. La elección de dichos criterios obedece, por un lado, a razones históricas, la fundación de la universidad en 1942 sucede en este campus, el cual alberga la mayoría de alumnos matriculados. La división económico-administrativo (DCEA) acoge las carreras pilares seleccionando la licenciatura de economía al ser una de las más longevas desde 1960 (Universidad de Sonora, 2020); y, por otro lado, razones sociales, se elige la licenciatura de mercadotecnia por ser de reciente creación que cuenta con varias generaciones egresadas. Se busca un equilibrio entre una licenciatura de inicios de la institución y de reciente oferta; se elige a los alumnos que cursan sus últimos dos semestres, debido a que la identidad y la pertenencia llevan un proceso de desarrollo en los individuos, el cual se forja a través del tiempo y conforme se viven experiencias.

Para determinar la población, se toma como referencia los planes de estudios de ambas licenciaturas para así

identificar la cantidad de alumnos que al inicio del ciclo 2020-1 cumplen con la acumulación de créditos aprobados para ser considerados formalmente dentro de los dos últimos semestres de su licenciatura (Dirección de Servicios Escolares Unison, 2020). Los sujetos de estudio son estudiantes que cumplen con los créditos aprobados requeridos y los ubica cursando los dos últimos semestres de licenciatura, los cuales corresponde a 218 créditos en economía y en mercadotecnia 234 créditos, identificándose una población de 156 alumnos (Tabla 3). La determinación

de la muestra se basa en muestreo probabilístico, estratificado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El muestreo estratificado proporcional está conformado de 43 alumnos (27.6%) de licenciatura en economía y 113 alumnos (72.4%) en mercadotecnia. Para el cálculo de la muestra se aplica la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza de 95%, margen de error de 5%, y un 50% de probabilidad que ocurra o no ocurra. El resultado de la muestra fue de 112 alumnos, de los cuales el 27.6% corresponde a economía y el 72.4% a mercadotecnia.

Tabla 3

Alumnos de economía y mercadotecnia en campus Hermosillo por créditos acumulados, ciclo 2020-1

Lic. Economía		Lic. Mercadotecnia	
Créditos Acumulados	Alumnos	Créditos Acumulados	Alumnos
Semestre inferiores (< 218)	106	Semestre inferiores (< 234)	407
Dos últimos semestres (≥ 218)	43	Dos últimos semestres (≥ 234)	113

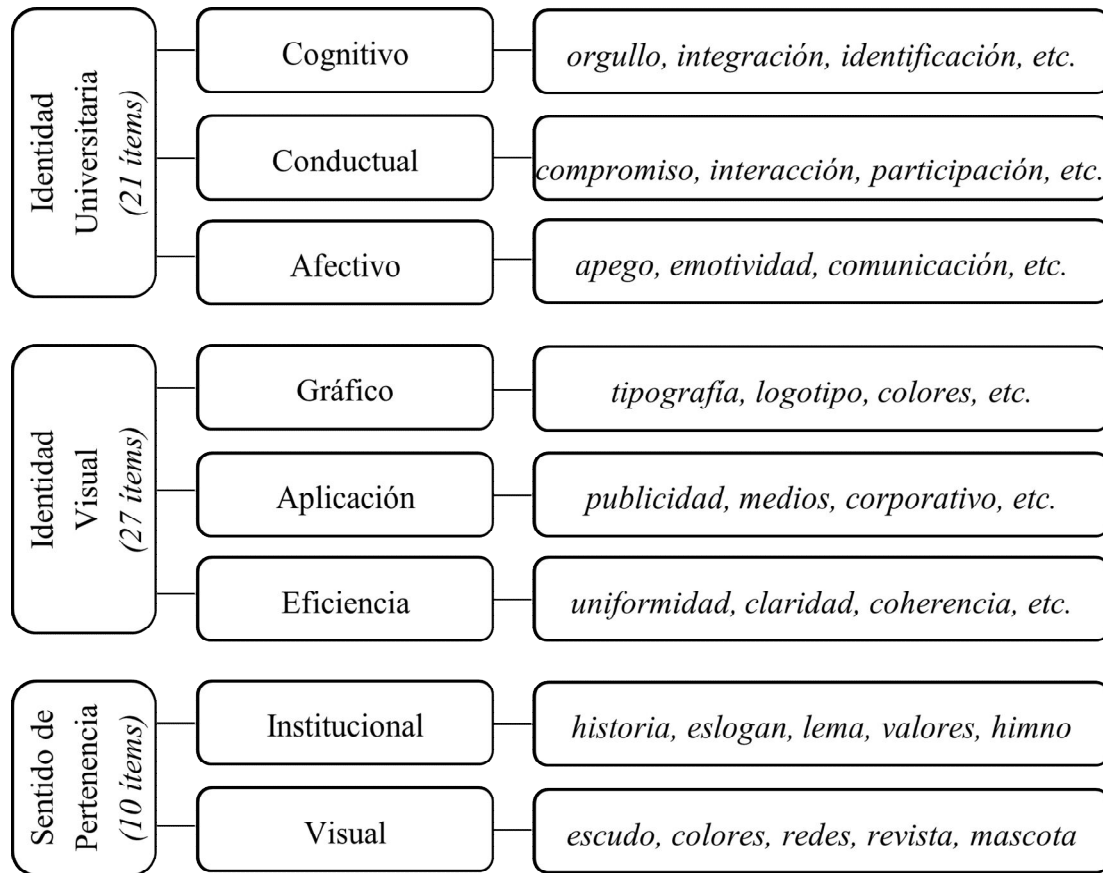
Fuente: Dirección de Servicios Escolares Unison (2020).

Es importante mencionar la delimitación de la muestra de estudio, implica que el hallazgo solo representará a una parte de la población de estudio, por lo que esta investigación, puede servir como punto de soporte para la continuidad del estudio en periodos posteriores, ampliando a demás licenciaturas.

El cuestionario es el instrumento utilizado para la obtención de datos, el cual está conformada principalmente por variables (Figura 1), las cuales a su vez están divididas en secciones llamadas planos para un mejor análisis puntual.

Figura 1

Estructura de análisis de las variables



Fuente: Elaboración propia con base en Lobo (2016).

Variable 1: identidad universitaria. Se basa en el cuestionario “TPII: Test de Percepción de Identificación Institucional” (Lobo, 2016), el cual se inspira del instrumento “Prueba parcial del modelo reformulado de identificación organizacional” (Mael y Ashforth, 1992); y se desglosa en tres secciones llamadas planos (cognitivo, conductual y afectivo), que describen la opinión de los estudiantes a distintas situaciones, escenarios y aspectos del día a día dentro de la universidad. Al constar con 21 ítems, la puntuación

mínima a obtener es de 21 y la máxima posible de 105, quedando la escala de intervalo de evaluación de baremo en: Deficiente =21 a 48, Regular = 49 a 76, Buena = 77 a 105.

Variable 2: identidad visual. Se basa en el “TPIV: Test de Percepción de Identidad Visual” (Lobo, 2016) y se divide en tres planos (gráfico, aplicación y eficiencia), los cuales reflejan como los estudiantes perciben los elementos tangibles e intangibles que dan imagen y

presencia a la institución. Al contar con 27 ítems, la puntuación mínima es de 27 y la máxima de 135, su escala de baremo es: Deficiente = 27 a 62, Regular = 63 a 98, Buena = 99 a 135.

Variable 3: sentido de pertenencia, es un examen de conocimiento general universitario, donde se hacen afirmaciones con la finalidad de reflejar si los alumnos pueden detectar la veracidad de ellas, con respuestas dicotómicas sí/no. Se divide en dos planos (institucional y visual). Compuesta de 10 ítems, la puntuación mínima a obtener es de 0 puntos y la máxima posible es de 10 puntos, su escala de baremo es: Deficiente = 0 a 3.2, Moderada = 3.3 a 6.5, Buena = 6.6 a 10.

La evaluación de los planos es a través de la escala de baremo, las clases de sus intervalos presentan valor categórico deficiente, moderada y buena, la variación de sus rangos de puntuación es según la cantidad de ítems que esté compuesto el plano y la puntuación proviene, para variable 1 y 2, del puntaje obtenido al utilizar la escala de Likert con valores de 1 a 5 puntos para asignar opinión de aprobación y la variable 3 proviene de los aciertos al responder opciones dicotómicas.

Variable 4: posicionamiento del souvenir e interés de identidad, tiene como finalidad el poder identificar los comportamientos del mercado estudiantil hacia el producto souvenirs universitario, ya que este ayuda a promover la identidad universitaria al proyectarla de forma dinámica y estimula el sentido de pertenencia. Para finalizar, se cuestiona el interés en conocer más acerca de la historia e identidad de la universidad.

Resultados

En lo que se refiere a las características demográficas correspondiente a la muestra se observan las siguientes proporciones, en donde el 45.5% son del género masculino y 54.5% del género femenino; en lo que respecta al programa académico al cual se encuentra

inscrito se tiene que el 72.4% de los estudiantes corresponden al programa de la licenciatura en mercadotecnia y el 27.6% al programa de la licenciatura en economía; por otro lado 55.35% de los estudiantes expresaron estar laborando, mientras el 44.65% únicamente se dedica al estudio, el 100% de los encuestados su estado civil es soltero.

Se observa que el 60% de los estudiantes indica un grado de identidad universitaria moderada y el 40% en el rango de nivel de identidad buena. Dentro del rango de identidad moderada se concentra el 53% de las mujeres y el 63% de los hombres. Ninguno se concentra dentro de la evaluación deficiente.

Respecto al plano cognitivo, refleja la integración de los estudiantes a la universidad, si se sienten identificados con las actividades académicas y sociales que realiza la institución, si sus intereses y metas se complementan con las de la universidad y si al hablar de ella la refieren con satisfacción de formar parte de la misma. Las cifras de este plano reflejan un grado de integración alto, un 67% posee un resultado cognitivo bueno, mientras que el 32.1% fue con nivel moderado y en menor proporción con nivel deficiente (0.9%). Por otro lado, el plano conductual, refleja la interacción y participación de los estudiantes en las actividades sociales que lleva a cabo la universidad, si fueron satisfactorias y de grata experiencia, cómo describen su relación con los compañeros, su compromiso con los objetivos de la universidad. Estos porcentajes reflejan un grado de interacción aceptable, el 51% posee un resultado moderado, respecto al grado de participación y convivencia con la comunidad universitaria es buena con un 49%.

Por último, en el plano afectivo, se refleja el apego que los estudiantes sienten con la universidad, la emotividad hacia las metas y reconocimientos que logra la misma, los lazos de comunicación entre compañeros,

la voluntad de apoyarlos a ellos y a la propia universidad, así como la libertad de expresión con otros miembros. Los resultados indican un grado de apego aceptable, el 62.5% de los estudiantes considera como moderado su nivel de afecto hacia la institución, un 34.8% asegura que tiene un nivel bueno, en contra parte un 2.7% admite tener un nivel deficiente.

Tanto en el plano conductual como el plano afectivo logran promedios con evaluaciones moderadas, el plano

cognitivo está muy cerca del límite inferior de su rango de evaluación “buena”; la sumatoria de los puntajes promedios de cada plano otorga un resultado de 75.55, localizando a esta media dentro del rango moderado para toda la variable. Existe un nivel medio de identidad universitaria (Tabla 4) donde sus experiencias de interrelación con la universidad y sus miembros son moderadas.

Tabla 4

Identidad iniversitaria – evaluacion por planos

Plano (ítems)	Puntaje •	Rango Puntaje	Evaluación
Cognitiva (6)	22.62	22 – 30	Buena
Conductual (7)	25.39	16.3 – 25.5	Moderada
Afectivo (8)	27.54	18.6 – 29.2	Moderada
General (21)	Σ = 75.55	49 - 76	Moderada

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de investigación.

En cuanto a la identidad visual, el 23% de los estudiantes tiene evaluación moderada, el 77% otorga un alto grado con una evaluación buena y en esta se concentra el 77% de las mujeres y 76% de los hombres. Desde el indicador gráfico, se evalúa si los componentes gráficos de la universidad son reconocibles; esto es si el logotipo oficial es identificable y diferenciable de otras instituciones, si su estilo, colores, tipografía y elementos son adecuados y agradables. Estos porcentajes reflejan un grado de identificación muy alto, el 93%, expresa que los elementos gráficos de la universidad son altamente reconocibles, otorgando una evaluación buena, junto con un 7% que expresa que es moderada. Referente a la aplicación, evalúa si la universidad realiza

una gestión adecuada de su imagen externa, si sus campañas publicitarias se distinguen de otras instituciones, gestión de sus medios digitales y de su infraestructura. En este sentido el 58% evalúa con nivel bueno la universidad cumple con una gestión de su imagen, un 39.3% asegura que lo cumple de forma moderada, y tan sólo un 2.7% admite la universidad lo implementa con nivel deficiente. En lo que concierne al plano de eficiencia, se mide la efectividad de los materiales publicitarios, si estos son considerados llamativos y agradables a la vista, si presenta igualdad y semejanza de estilo, si los mensajes que transmiten son fáciles de entender y congruentes con la idea que exponen. Al respecto un 74.1% otorga un nivel de

eficiencia bueno al contenido de la publicidad, un 23.2% expresa que tiene una eficiencia moderada y en contra parte, el 2.7%, la evalúa como deficiente.

El plano gráfico como el plano de eficiencia logran promedios con evaluaciones buenas, el plano aplicación

está casi al límite superior de su rango moderado. La sumatoria de los puntajes promedios otorga un resultado de 106.48 (Tabla 5), localizando a esta media dentro del rango bueno para la variable de identidad visual.

Tabla 5

Identidad visual – evaluación por planos.

Plano (ítems)	Puntaje •	Rango Puntaje	Evaluación
Gráfico (9)	39.41	33 – 45	Buena
Aplicación (10)	36.48	23.3 – 36.5	Moderada
Eficiencia (8)	30.59	29.3 – 40.0	Buena
General (27)	Σ = 106.48	99 - 135	Buena

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de investigación.

Acerca del sentido de pertenencia, el 73.2%, obtuvieron un resultado medio con una evaluación moderada sobre la cultura universitaria, mientras un 18.8% posee con un grado de conocimiento alto. Con un sentido de pertenencia moderada la proporción de las mujeres (77%) es ligeramente mayor que de los hombres (68.6%). Para el plano institucional, enfocado a aspectos de la filosofía y antecedentes universitarios; los resultados reflejan un alto desconocimiento en aspectos como: himno, historia y valores, con 57%, 72% y 76% respectivamente; en cuanto al eslogan el 83% si lo identifican, así como al lema con el 51%. El análisis general refleja que el 70.54% se concentra en los rangos moderado. Respecto al aspecto visual, encausado a

conocer si los estudiantes detectan aspectos simbólicos y comunicativos de su universidad, destaca un alto reconocimiento en aspectos como: colores, revista oficial y mascota, con 70%, 70% y 72% respectivamente, así como a las redes sociales con 61%; mientras el 58% tiene dificultades para identificar los elementos del escudo. El análisis general del plano refleja que el 95.5% de la muestra se concentra en los rangos moderado y bueno.

El plano institucional y el visual logran promedios similares de 2.29 y 3.14 cada uno, con evaluaciones moderadas. El resultado general de la variable es de 5.43 (Tabla 6), ubicándose en el rango moderado.

Tabla 6

Sentido de pertenencia – evaluación por planos

Plano (ítems)	Puntaje •	Rango Puntaje	Evaluación
Institucional (5)	2.29	1.6 – 3.2	Moderada
Visual (5)	3.14	1.6 – 3.2	Moderada
General (10)	Σ = 5.43	3.3 – 6.5	Moderada

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de investigación.

Al analizar el posicionamiento del souvenir e interés de identidad, un 61% de los alumnos reconoce haber usado o portado en alguna ocasión un souvenir universitario. De la totalidad de los encuestados, 82% está consciente y tiene noción de una tienda universitaria que comercialice souvenirs; y tan solo un 18% de los alumnos desconoce su existencia. Por otro lado, un 62.5% de estudiantes reconoce nunca haber realizado la compra de un souvenir, mientras un 37.5% admite haber comprado un artículo promocional. De los estudiantes que compran, el 44% corresponde a mujeres y el 29% a hombres. El lugar preferente de compra de souvenirs son las Librerías Unison, ya que sobresalen como el lugar de compra con el 71% de las menciones. En lo que concierne a la historia e identidad de la universidad, el 56% expresó falta de interés y un 44% sí desea aprender sobre estos aspectos.

Conclusiones

Los estudiantes de la Universidad de Sonora en la División de Ciencias Económico Administrativas cuentan con un nivel moderado respecto a la variable Identidad Universitaria, en cuanto a temas de filosofía, antecedentes y cultura universitaria; identidad corporativa, así como en aspectos simbólicos y comunicativos, Sin embargo, en este rubro destaca con

un nivel bueno por parte de los estudiantes aspectos de sentirse identificados con las actividades académicas y sociales de la institución y satisfacción de formar parte de la misma. Respecto a la variable identidad visual de la Universidad, alcanza evaluaciones altas, lo que implica los estudiantes perciben los elementos tangibles e intangibles que dan imagen y presencia a la institución. Sobresalen un alto reconocimiento alto en simbología universitaria, los estudiantes expresan que los elementos gráficos de la universidad son muy reconocidos. En cuanto a la publicidad universitaria y sus mensajes, son detectados y entendidos fácilmente al presentar coherencia y balance, así como que su contenido visual en los medios impresos y digitales lo perciben con uniformidad de estilo. Acerca de la variable de pertenencia la evaluación fue moderada, en temas como himno, historia y valores los resultados muestran un alto desconocimiento. En cuanto al plano visual: colores, mascota, redes sociales tienen alto reconocimiento. En cuanto al posicionamiento de los artículos promocionales “souvenirs”, un alto porcentaje identifica las tiendas universitarias de comercialización estos artículos, pero el 62% manifestó no haber comprado un artículo promocional.

Los resultados dejan entrever que la variable de identidad visual tiene mayor reconocimiento en los

estudiantes, lo cual contribuyen en una valoración alta de imagen de marca “UNISON”, aunando a los valores altos de evaluación del plano cognitivo de la identidad que expresa satisfacción de ser parte de la institución, se observa el estudiantado percibe los elementos que la conforman, ayudando así a transmitir una identidad fija y duradera de la marca al otorgarle una posición estable. Sin embargo, los estudiantes presentan una baja asociación, como mercado de consumo, ante el producto souvenir. A pesar del incremento de ingreso de población estudiantil, aunado al porcentaje considerable de alumnos que admite haber usado algún artículo promocional alusivo a la Unison y siente orgullo de pertenecer a la institución, estos resultados, no mantienen sinergia con las ventas de artículos promocionales universitarios.

El sentido de pertenencia y el reflejo de un nivel de orgullo “moderado” del estudiantado, puede incidir en el escaso interés de compra de souvenirs en más de la mitad de los encuestados. Estos hallazgos tienen pertinencia con la investigación de Ramírez y Puerta (2016), la cual sostiene que el sentido de pertenencia es la razón principal por el cual el alumno adquiere productos de souvenirs. Por otro lado, los resultados de identidad universitaria tienen consistencia con el estudio realizado por Lobo (2016), que sustenta que el nivel de identidad universitaria va desendiendo conforme transcurren el tiempo, de los primeros años disminuye de un nivel bueno a un nivel moderado o malo. En este caso los estudiantes de último semestre muestran un nivel moderado. Los resultados describen un perfil de estudiante con alto nivel de identidad visual y moderado en identidad universitaria y pertenencia.

Referencias

- Astin, A. W. (1999). Student Involvement: A Developmental Theory for Higher Education. *Journal of College Student Development*, 40(5), 518-529. [https://www.middlesex.mass.edu/ace/downloads/astini nv.pdf](https://www.middlesex.mass.edu/ace/downloads/astini%20nv.pdf)
- Atkin, D. (2008). *El secreto de las Marcas. Clubes para gente muy especial* (1ª ed.). Barcelona, España: Robinbook.
- Birkigt, K., y Stadler, M. (1986). *Corporate Identity : Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele* (3ª ed.). Landsberg am Lech, Alemania: Moderne Industrie.
- Boyer, E. L. (1990). *Campus life: in search of community. A especial report*. Princeton: Princeton University Press. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED320492.pdf>
- Cabral, M. V. (2006). Identidad estudiantil universitaria en estudiantes de licenciatura. *Revista Psicología Científica.com*, 8(15). <http://www.psicologiacientifica.com/identidad-estudiantes-universitarios>
- Cappello, H. M. (2015). La identidad universitaria. La construcción del concepto. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 25(2), 33-53. <https://www.redalyc.org/pdf/654/65452536003.pdf>
- Castañeda, J. (2009). *Valores y símbolos universitarios*. Dirección de Identidad Universitaria de la Universidad Autónoma del Estado de México. <http://web.uaemex.mx/identidad/docs/valores%20y%20simboloscastaneda.pdf>

- Castro S., H. E. (2015). *Identidad Universitaria*. UniMex Universidad Mexicana – Investigación. http://unimex.edu.mx/Investigacion/DocInvestigacion/Identidad_Universitaria.pdf
- Dávila, C., y Jiménez, G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar. *Revista de Psicología*, 32(2), 272-302. <https://www.redalyc.org/pdf/3378/337832618004.pdf>
- Davis, S. M. (2002). *Brand Asset Management: Driving Profitable Growth Through Your Brands* (1ª ed.). San Francisco, USA: John Wiley & Sons.
- De Jesús, A., Urzúa, J., y Vargas, J. (2013). La identidad de marca UdeG en los universitarios del CUCEA. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 7, 1709-1721. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/372/1504>
- Dirección de Planeación Unison. (2020). *Estudios de Pertinencia*. <https://planeacion.unison.mx/pertinencia.htm>
- Dirección de Planeación Unison. (2020). *Población Estudiantil, serie histórica*. Sistema de Información Estadística (SIE). https://planeacion.unison.mx/sie/alumnos/poblacion_historica.htm
- Dirección de Servicios Escolares Unison. (2020). *Reporte de matrícula de alumnos por acumulación de créditos aprobados 2020*. Hermosillo: Universidad de Sonora.
- Dubar, C. (1991). *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*. París: Armand Colin.
- Estrella, A. (2005). Una cultura empresarial basada en la marca: los desafíos del branding y las franquicias de marca interna. *Capital Humano* (184), 40-50. <http://pdfs.wke.es/2/2/4/5/pd0000012245.pdf>
- Fenster, T. (2004). Gender and the City: The different Formations of Belonging. En Nelson, y Seager, A *Companion to Feminist Geography* (1 ed., págs. 242-256). Malden: Blacwell. https://www.tau.ac.il/~tobiws/gender_companion.pdf
- Finn, J. (1989). Withdrawing from school. *Review of Educational Research*, 59(2), 117-142. <https://ed.buffalo.edu/content/dam/ed/main/docs/newsletter/Fall09-Jeremy-Finn-Withdrawing.pdf>
- Gómez, Á., Gaviria, E., y Fernández, I. (2006). *Psicología Social* (1 ed.). Madrid, España: Sanz y Torres.
- Guerrero, O. E. (2017). Identidad universitaria y rendimiento académico de los estudiantes de la escuela académica profesional de educación de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann Tacna 2016. *Tesis de Maestría*. Tacna, Perú: Universidad Privada de Tacna. https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/494/Guerrero_Vargas_Oscar.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Harris, G. E., y Cameron, J. E. (2005). Multiple Dimensions of Organizational Identification and Commitment as Predictors of Turnover Intentions and Psychological Well-Being. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 37(3), 159-169. <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=28a62494-308a-47ce-a78c-55aa76941299%40pdc-v-sessmgr03>

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). D.F., México: McGraw-Hill Education.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Imaz S., C. E. (2015). El concepto de identidad frente a imagen de marca. *Tesis de Pregrado*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/4554/TFG000672.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ind, N. (1992). *La imagen corporativa. Estrategias para desarrollar programas de identidad eficaces* (1ª ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
https://books.google.com.mx/books/about/La_imagen_corporativa.html?id=-MLwmsABLFQC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Islas, O. (2014). Comunicación, identidad y sentido de pertenencia en instituciones de educación superior. Obtenido de: *Edähi Boletín científico de ciencias sociales y humanidades del ICSHu*, 2(4).
<https://doi.org/10.29057/icshu.v2i4.921>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4ª ed.). England: Pearson.
- Kenney, D. R., Dumont, R., y Kenney, G. (2005). *Mission and Place: Strengthening Learning and Community through Campus Design* (1 ed.). Westport: Rowman & Littlefield Publishers.
- Lerma. (2009). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto* (4ª ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Librería Unison. (2020). *Reportes anuales de ventas 2015-2019*. Hermosillo: Universidad de Sonora.
- Librería Unison. (2020). *Ubicaciones*.
<https://libreria.unison.mx/sucursales.php?osCsid=tvS19cff5uvbbv88ap64tagut4>
- Linarez, A. (2006). *La Identidad Universitaria*. Toluca de Lerdo: Universidad Autónoma del Estado de México.
http://web.uaemex.mx/identidad/docs/PONENCIA_IDENTIDAD.pdf
- Lobo, S. H. (2016). Relación de la identidad visual de la Universidad Peruana Unión con la identificación institucional de sus estudiantes de pregrado sede Ñaña, Lima 2015. *Tesis de pregrado*. Ñaña, Perú: Universidad Peruana Unión.
<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/561>
- Mael, F., y Ashforth, B. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
<https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (5 ed.). México: Pearson- Prentice Hall.
<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- Maslow, A. H. (2012). *Motivacion y Personalidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Melewar, T., y Jenkins, E. (2002). Defining the corporate identity construct. *Corporate Reputation Review*, 5(1), 76-90.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540166>

- Mertens, D. (2009). *Research and evaluation in education and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods* (3ª ed.). Thousand Oaks, USA: Sage.
- Molina, J. A. (2015). Recorrido por dos ámbitos identitarios: universidad y ciberespacio. *Revista Lasallista de Investigación*, 12(2), 204-214. <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v12n2/v12n2a21.pdf>
- Moor, L. (2007). *The Rise of the Brands* (1ª ed.). New York, USA: Berg Publishers.
- Morley, I. E. (1982). Henri Tajfel's Human Groups and Social Categories. *British Journal of Social Psychology*(21), 189-201. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1982.tb00540.x>
- Osterman, K. (2000). Students' need for belonging in the school community. *Review of Educational Research*, 70(3), 323-367. <https://doi.org/10.3102/00346543070003323>
- Pastor, F. (2003). *Técnico en Publicidad* (1ª ed.). Madrid, España: Cultural S.A. de Ediciones.
- Pérez, A., y Rodríguez, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión exitosa. *Cuadernos de Gestión*, 14(1), 97-126. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274330593005>
- Phillips, J., Roundtree, R., y Kim, D. (2014). Mind, body, or spirit? An exploration of customer motivations to purchase university licensed merchandise. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 4(1), 71-87. <https://doi.org/10.1108/SBM-08-2011-0069>
- Pintado, T., y Sánchez, J. (2013). *Imagen Corporativa. Influencia en la gestión empresarial* (2 ed.). Madrid, España: ESIC. http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524422844_1_.pdf
- Puga, M. C., Peschard, J., y Castro, T. (2007). *Hacia la Sociología* (4 ed.). México: Pearson. http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1141/1141_Hacia_la_sociologia.pdf
- Ramírez, C., y Puerta, K. (2016). Identificación de factores motivantes de compra en tiendas universitarias: el caso de la Universidad Nacional de Colombia- sede Medellín. *Revista CEA*, 2(4), 89-99. <https://doi.org/10.22430/24223182.174>
- Ramírez, J. I., y Gochicoa, E. F. (2010). Imagen corporativa: ventaja competitiva para las organizaciones PYME. *Ciencia Administrativa*, 2010(1), 1-8. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/SUMARIO2010-1.pdf>
- Rubio, N., Villaseñor, N., y Oubiña, J. (2015). Consumer identification with store brands. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(2), 111-126. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2014.03.004>
- Sayago, Z. B., Chacón, M. A., y Rojas, M. E. (2008). Construcción de la identidad profesional docente en estudiantes universitarios. *Educere. La Revista Venezolana de Educación*, 12(42), 551-561. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35614569016>

- Schmitt, B., y Simonson, A. (1998). *Marketing y Estética. La gestión estratégica de la marca, la identidad y la imagen* (1ª ed.). España: Ediciones Deusto S.A.
https://books.google.com.mx/books?id=MhDetoL8mwAC&pg=PA24&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Subiela, B. J. (2017). La gestión de la identidad visual corporativa de las universidades españolas. *ESS Grafica*, 5(10), 115-124.
<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v5-n10-subiela/73-pdf-es>
- Tomasello, M. (2013). *Los orígenes de la comunicación humana* (1ª ed.). Madrid, España: Katz Editores.
https://books.google.com.mx/books/about/Los_or%C3%ADgenes_de_la_comunicaci%C3%B3n_humana.html?id=JF-pDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Universidad de Sonora. (2020). *Historia de la Universidad de Sonora*.
<https://www.unison.mx/historia-de-la-universidad-de-sonora/>
- Universidad Pontificia Bolivariana. (2018). *Tienda Universitaria*. <https://www.upb.edu.co/es/vida-universitaria/editorial-libreria/servicios/tienda-universitaria>
- Valdez Z., A., Huerta F., D., y Vergara O., A. (2011). Tu identidad, tu éxito: La formación de identidades políticas y sociales como estrategias comunicativas en las campañas electorales. *Razón y Palabra*(78).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524192017>
- Velázquez, G. (2008). *Sociología de la organización* (1 ed.). D.F., México: Limusa.
https://books.google.com.mx/books?id=x0r9HK74n1wC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Villafañe G., J. (2016). *Imagen Positiva: Gestión estratégica de la imagen de las empresas* (1 ed.). Madrid, España: Ediciones Pirámide.
https://books.google.com.mx/books/about/Imagen_positiva.html?id=GHAFDAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Weil, S. (2002). *The Need for Roots. Prelude to a Declaration of Duties towards Mankind* (1 ed.). New York, USA: Routledge.
<https://www.docdroid.net/rKuInyQ/simone-weil-the-need-for-roots-prelude-to-a-declaration-of-duties-towards-mankind.pdf#page=3>
- Zorrilla A., S. (2010). *Aspectos socioeconómicos de la problemática en México* (6 ed.). D.F., México: Limusa.
https://books.google.co.cr/books?id=I7JwtEE_gAC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).

Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.

ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.



El fideicomiso público estatal del impuesto de fomento al turismo: Identificación en la estructura de la red del flujo financiero y su exigua transparencia

The state public trust of the tourism promotion tax: Identification in the financial flow network structure and its meager transparency

Esthela Carrillo Cisneros ¹ ; Alejandro Arnulfo Ruiz León ² ; Luis Enrique Ibarra Morales ³

Recibido: 28 de agosto de 2021.

Aceptado: 4 de diciembre de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.116>

JEL: H7. Administración estatal, autonómica y local; Relaciones intergubernamentales.

H72. Presupuesto y gasto de la administración estatal, autonómica y local.

H83. Administración Pública, Sector Público.

Resumen

El impuesto de hospedaje, gravamen indirecto que incide en el desarrollo económico local al retornar dicho impuesto a través de promoción y publicidad

turística. Relevantes comportamientos de mecanismos administrativos en el operar las finanzas públicas con necesidad de mayor transparencia y de acceso a

¹ Esthela Carrillo Cisneros. Contador Público. Maestra en Impuestos. Doctora en Ciencias Administrativas (UACJ). Profesor investigador de tiempo completo en Academia de Contabilidad, Finanzas y Administración. Universidad Estatal de Sonora (UES), México. Correo: esthela.carrillo@ues.mx. Correo alternativo: esthela7carrillo@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5401-9394>.

² Alejandro Arnulfo Ruiz León. Licenciatura en Actuaría. Maestro en Bibliotecología y estudios de la información. Profesor en el Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y en Sistemas en Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Coyoacán, Distrito Federal, México. Correo: ramulfo@unam.mx. Correo alternativo: ramulfo@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4543-6874>.

³ Luis Enrique Ibarra Morales. Ingeniero Industrial y de Sistemas. Maestro en Administración. Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración (UANL-FACPyA). Profesor de tiempo completo en la Universidad Estatal de Sonora, Sonora, México. Correo: luis.ibarra@ues.mx. Correo alternativo: luisim00@hotmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8804-3934>.

información, propicia generar este trabajo, siendo el fideicomiso público estatal un nodo con necesidad de someterse a estricta rendición de cuentas del destino y uso de este impuesto.

Para esto, el objetivo es mapear las relaciones de colaboración y actores obligados partícipes en el flujo de recursos financieros para identificar la figura del fideicomiso público como elemento relevante de transparencia de política pública. En la metodología se aplica el Análisis de Redes de Sociales con categoría teórica redes de políticas públicas; se apoya con el método inductivo y de tipo longitudinal.

Hay avances y consolidaciones para informar respecto a los recursos públicos estatales comprometidos en fideicomisos, resultando fundamental reconocer la aplicación de los marcos normativos vigentes correlacionados. La red permitió observar objetivamente el espectro de los sujetos públicos y privados obligados a transparentar el ejercicio de los recursos y gradual alineación en la implementación de reportes financieros de la política pública estatal contextual a este estudio.

Palabras clave: fideicomiso, transparencia, impuesto hospedaje.

Abstract

The lodging tax, an indirect tax that affects local economic development by returning the mentioned tax through tourism promotion and advertising. Relevant behaviors of administrative mechanisms in the operation of public finances with the need for greater transparency and access to information, favors generating this job, being the state public trust a node in need of submitting to strict accountability of the destination and use of these resources.

For this, the objective is to map the collaborative

relationships and obligated actors involved in the flow of financial resources to identify the public trust figure as a relevant element of public policy transparency. In the methodology, the Social Networks Analysis is applied with the theoretical category of public policy networks; It is supported by the inductive method and longitudinal type.

There are advances and consolidations to inform regarding the state public resources committed in trusts, it is essential to recognize the application of the correlated normative frameworks in force. The network allowed to objectively observe the spectrum of public and private subjects obliged to make the exercise of resources transparent and gradual alignment in the implementation of financial reports of the state public policy contextual to this study.

Keywords: trust, transparency, lodging tax.

Introducción

De relevancia la reforma al artículo seis de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP) en vigor, donde se destaca para este trabajo que dichos cambios contemplaron la incorporación de sujetos obligados que antes no se habían incluido en materia de transparencia y rendición de cuentas, como aquellos involucrados en la utilización de bienes del Estado o hechos relacionados en cualquier acto público. Es a través de esa ley, que se obliga a los fideicomisos públicos de cualquier ámbito (federal, estatal o municipal), al cumplimiento en materia de transparencia y acceso a la información.

Aquí en particular, se examina la figura jurídica del fideicomiso público estatal que interviene como actor administrador durante el flujo del recurso financiero del Impuesto por la Prestación de Servicio de Hospedaje

(IPSH), el cual se constituye con el propósito de auxiliar en las atribuciones del Estado a través de un comité técnico como órgano responsable que debe operar bajo reglas y lineamientos cuyas decisiones deben ser discutidas, valoradas y consensuadas, a fin de dedicar gestión transparente en las erogaciones o aplicación del impuesto, integrando facultades relacionadas con el objeto de creación: canalizar dichos recursos a incentivar el turismo que finalmente incide en desarrollo económico local.

En el diagnóstico de transparencia y monitoreo de los fideicomisos públicos, se explica que “son vehículos financieros que se formalizan a través de contratos, para [...] acciones gubernamentales específicas [...] para la implementación de política pública, por lo que el destino de sus recursos debe ser rastreable al cumplimiento de objetivos socialmente útiles” (Martínez, 2020, p.21).

Evidentemente que le corresponde a la entidad atender el cumplimiento a lo dictado en el marco normativo contextual para evitar opacidad en el cumplimiento del objeto del contrato de fideicomiso a través del cual se administra el gasto público; sin eximir a cada una de las partes de las responsabilidades que les correspondan.

En este trabajo de investigación fue sinuoso el camino para acceder a información financiera, sobre todo del destino de los recursos. No obstante la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, 2016) señala que “los datos abiertos son parte integral de los esfuerzos en el fortalecimiento de la productividad, la rendición de cuentas y la integridad del gobierno, para facilitar la innovación cívica y empresarial, y promover la formulación de políticas basadas en evidencia”.

Hay avances y consolidaciones en materia de transparencia y rendición de cuentas respecto a los recursos públicos comprometidos en fideicomisos

federales pero que en algunos de los fideicomisos estatales está parsimonioso el proceso; pero se trata de un problema mundial, no solo de una entidad federativa, por lo que con este trabajo de investigación se aportan realidades de dicha situación.

Objetivo

Mapear las relaciones de colaboración y actores obligados partícipes en el flujo de recursos financieros para identificar la figura del fideicomiso público estatal como elemento relevante de transparencia de política pública.

Antecedentes

Este trabajo es continuación del proyecto de investigación enfocado al análisis integral del Impuesto al Servicio de Hospedaje, tributo local en la entidad federativa donde se identificó e integró la red de colaboración pública-privada-social a través del funcionamiento de las redes de políticas públicas (*policy network*) que coexisten en el flujo financiero del tributo, considerando la tendencia a que la transparencia se fortalezca en la administración del citado impuesto.

Parte de las conclusiones de Carrillo, et al. (2019) del estudio previo, fue que limitaciones estructurales en la red se hacen presentes como nodos de poder en función de la conveniencia del flujo financiero del impuesto y en relación a la aplicación del mismo; ya que este impuesto se administra a través de la figura del fideicomiso; por lo que “el intercambio de recursos es el principal cimiento de las relaciones entre los actores, es una precondition de las redes de política pública” (Klijn, 1997).

En las redes de política, destacan los siguientes conceptos clave de Jung (2010):

Triángulo de acero. Conformado por grupos de interés, comités y agencias ejecutoras.

Redes de asuntos. Concepto muy cuestionado y al que a veces se pretende sustituir por el de remolinos, refiriéndose a aquellas redes conformadas por un elevado número de participantes que incluyen intereses tanto individuales como grupales.

Comunidades de política. En ellos se combina la amplitud de participantes—como en las redes de asuntos—, pero se reconoce también una larga durabilidad de las relaciones, la que es también característica en los triángulos de acero.

Coaliciones de defensa. Son grupos de coaliciones que compiten entre sí y están conformados por entre dos y cuatro componentes y, cada uno, tiene una variedad de actores públicos y privados que comparten creencias comunes.

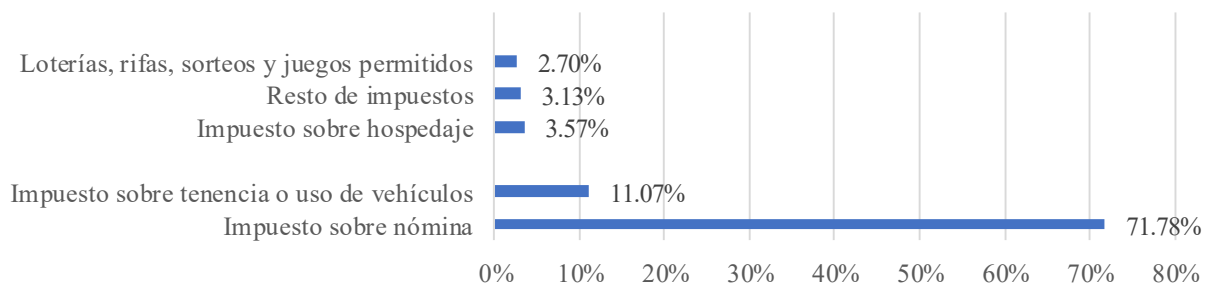
Antes de resaltar la importancia de la figura jurídica del fideicomiso como elemento en la administración del

recurso financiero del impuesto, es necesario contextualizarlo, donde en la generalidad de las entidades federativas estos ingresos se utilizan para promover los destinos turísticos. En Sonora se establece que el 90% recaudado debe retornarse a través de promoción y publicidad turística, y el restante 10% se debe destinar a la administración y fiscalización, de acuerdo con lo establecido en la ley de hacienda del estado vigente.

Dicha recaudación, representa un importante ingreso para las entidades federativas y para las haciendas públicas es uno de los principales impuestos locales. Como se puede observar en el gráfico 1, de acuerdo con los ingresos de impuestos estatales nacionales publicados a través de las finanzas públicas estatales por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), del ejercicio fiscal 2019, después del impuesto sobre nóminas y el impuesto sobre tenencia o uso de vehículos, la recaudación del impuesto sobre hospedaje está entre los de mayor presencia nacional.

Gráfico 1

Impuestos estatales de mayor recaudación a nivel nacional



Fuente: Elaboración propia con datos de finanzas públicas estatales emitidas por INEGI (2021).

Integrando la recaudación nacional del citado impuesto durante cinco años (2015 al 2019), se pueden identificar en la siguiente imagen 1, a las principales entidades federativas con mayores ingresos, siendo Quintana Roo

con el 41.09%, Baja California Sur con 9.55%, Jalisco 8.13% y Nayarit 5.14%. Sonora se ubica en 15ª posición con el 1.38%.

Imagen 1

Entidades federativas con mayor recaudación de impuesto sobre hospedaje (nivel nacional 2019-2015)



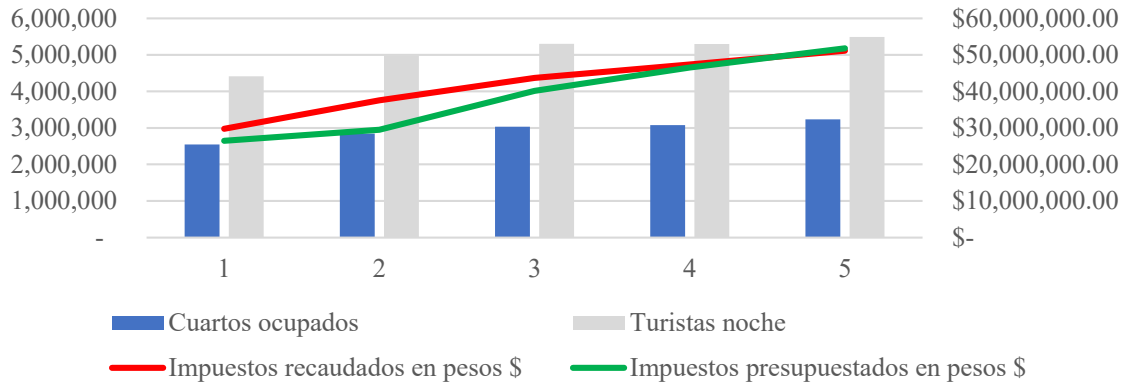
Fuente: Elaboración propia con datos de finanzas públicas estatales de INEGI (2021). Ingresos sobre Impuesto Hospedaje durante 2015-2019.

Es importante especificar que la tasa de recaudación de este impuesto no es homogénea, la cual varía desde un 2% hasta un 7%, considerando que hay estados con mayor afluencia turística que otros; aunado a que México ha estado creciendo como destino turístico de manera extraordinaria, lo que directamente beneficia en derrama y desarrollo económico coadyuvado al retorno

de la contribución. En cifras locales, la recaudación del impuesto al hospedaje depende directamente de las variables cuartos ocupados y turistas noches; además de compararse con el impuesto presupuestado que año tras año se pretende alcanzar; comportamiento que a través de los años se representa de forma ascendente.

Gráfico 2

Comportamiento del Impuesto al Hospedaje recaudado y presupuestado del 2015 al 2019, con estadística de turista noche y cuartos ocupados



Fuente: Elaboración propia con cifras de las finanzas públicas estatales emitidas por INEGI, 2021.

Las cifras anteriores se representan a través de la correlación de Pearson con datos de cinco años, donde

resulta con alta correlación entre dichas variables como abajo se relaciona.

Tabla 1

Correlaciones Pearson entre variables

	Impuesto Presupuestado	Impuesto Recaudado	Turistas Noche
Impuesto Presupuestado			
Impuesto Recaudado	.971**		
Turistas Noche	.899*	.974**	
Cuartos OCupados	.942*	.993**	.991**

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2021) y cifras turísticas emitidas por Secretaría de Turismo (2021).

En contexto, las acciones fiscales COVID-19, como parte de las medidas y programas para apoyar a la población de la entidad federativa de Sonora, se concedió la exención temporal del 100% en el pago de impuestos por la prestación de servicios de hospedaje durante el ejercicio fiscal 2020, lo que se verá reflejado en caída de ingresos en las próximas finanzas públicas.

Y bien, las cifras anteriores justifican la relevancia de la presencia del impuesto, por lo mismo, deben tender a ofrecer transparencia en la administración del mismo, contexto que se resalta en este trabajo, ya que fue lento el camino para acceder a las finanzas públicas estatales con solicitudes de información a través del Sistema de Solicitudes de Información Pública del Estado de Sonora (INFOMEX) y de consulta pública a través de la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT) para conocer las erogaciones del impuesto. La información disponible en portales estatales, hasta la fecha de este documento, ha resultado insuficiente y escasamente desagregada para su interpretación, además de tiempo extendido al declinarse por la autoridad hacendaria algunas solicitudes o delegarse a la COFETUR y OCV's las comprobaciones financieras.

Tomando en cuenta que la exposición de motivos al decretar leyes fiscales justifica la existencia y permanencia de las contribuciones, también es necesario justificar y explicar en un contexto de transparencia y acceso a la información las erogaciones y propósitos a los que se destinan las recaudaciones, en cuyo proceso administrativo resalta la figura del fideicomiso público estatal.

Fideicomiso Público

El fideicomiso antecede de 1932 como una operación de derecho privado en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito (LGTOC), actualmente vigente (Suayeta, 2002).

Desde entonces, la LGTOC vigente y a partir del artículo 381 regula esta figura, considerándola como contrato jurídico mercantil y financiero, citándose que:

En virtud del fideicomiso, el fideicomitente transmite a una institución fiduciaria la propiedad o la titularidad de uno o más bienes o derechos, según sea el caso, para ser destinados a fines lícitos y determinados, encomendando la realización de dichos fines a la propia institución fiduciaria (LGTOC, 2021).

Para el sector público, derivan otros lineamientos vigentes al contexto emitidos a través del Diario Oficial de la Federación, en cuyo decreto vigente se establecen los lineamientos que deberán observar las dependencias y entidades de la administración pública federal para el control, la rendición de cuentas e informes y la comprobación del manejo transparente de los recursos públicos federales otorgados a fideicomisos, mandatos o contratos análogos.

En complemento se ha emitido el Acuerdo vigente que establece los Lineamientos que deberán observar los entes públicos para registrar en las cuentas de activo los fideicomisos sin estructura orgánica y contratos análogos, incluyendo mandatos.

Revisión del Marco normativo de los fideicomisos públicos

Debido a que no existe la exclusividad a una sola ley que regule los fideicomisos públicos, se concentra en la siguiente imagen 2 gran parte del marco normativo, el cual sirve de referencia para consultar aspectos de su administración, operación y constitución, que como se observa, hay interacción tripartita en la aplicación de esta figura: Presupuestal, Regulación Básica y en materia de Transparencia y Acceso a la información.



Normatividad Base

- Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, Sección Primera del Capítulo V, Del Fideicomiso
- Ley de Instituciones de Crédito, Artículos 46 fracción XV y 79-85 bis1.
- Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Sonora. Artículos 30., 47, 47bis A al J; artículos 5, 39 fracción III, 23 bis fracción XVIII, artículo 60.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Artículos 3 fracción III
- Acuerdo por el que se armoniza la estructura de las cuentas públicas. Diario Oficial de la Federación vigente.
- Ley General de Contabilidad Gubernamental.
- Ley de Disciplina Financiera. Artículos 2 y 9.
- Ley Federal de las Entidades Paraestatales, Capítulo IV De los Fideicomisos Públicos
- Relación de Entidades Paraestatales de la Administración Pública Federal vigente.
- Ley de Fiscalización Superior para el Estado de Sonora. Artículo 3 fracción VIII, Capítulo II artículo 6, Artículo 17 fracción XXVIII, XL, XLIII, Artículo inciso d), Artículo 25 incisos a) y c).



Normatividad Presupuestal

- Decreto del Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado para el ejercicio fiscal 2021. Apéndice L 'Fideicomisos'.
- Ley de Presupuesto de Egresos y Gasto Público Estatal. Artículos 2, 3 fracción III, VI, VIII, 18, 22 Bis A al D.
- Decreto del Presupuesto de Egresos 2019 (2018). Boletín Oficial del Gobierno del Estado. Decreto número 9 (art.86).
- Reglamento de La Ley de Presupuesto de Egresos, Contabilidad Gubernamental y Gasto Publico Estatal. Artículos 2 fracción VI, 90.
- Ley de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, artículos 9 al 12, 40 fracción III e) y 107 fracción I b) III).
- Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, Artículo 10 y Capítulo XVI de los Fideicomisos y Mandatos
- Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, Artículos 9, 14 fracción I a) y c), 17 fracciones XI e), XII y XXV y 4.
- Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, artículos 1º. Fracción V y 18 fracción II.



Normatividad en Transparencia y Acceso a Información

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículos 6 A I, 79 I con penúltimo párrafo
- Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Artículos 1º, 6, 23, 26, 70, 77 y 117.
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Sonora. Artículos 22 fracción XI, 24 al 28, 81 fracción XIII, 84 inciso i), 92 fracciones I al IV, 110, 172.
- Lineamientos generales para el acceso a la información pública en el estado de Sonora: De los fideicomisos, fondos públicos, mandatos o cualquier contrato aólogo (art. 229 adelante)
- Lineamientos para la implementación y operación de la Plataforma Nacional de Transparencia vigente
- Lineamientos técnicos generales para la publicación, homologación y estandarización de la información de as obligaciones establecidas en el Título quinto fracción IV del artículo 31 de la LGTAIP, que deben de difundir los sujetos obligados en los portales de internet y en la plataforma Nacional de Transparencia, vigente.
- Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, artículos 1º. 14, 68, 69 y 114

Fuente: Elaboración propia con análisis al marco normativo que regula al fideicomiso.

Transparencia y Rendición de cuentas en fideicomisos públicos

En lo que se refiere a la administración de los recursos públicos, ésta se encuentra plagada de esquemas técnicos y jurídicos que hacen de su seguimiento y control un ejercicio complicado para el grueso de la población e incluso para la sociedad civil organizada y los estudiosos de la materia. (Salvatierra, 2019, p. 9).

La falta de transparencia en la administración de diversos fideicomisos públicos ha sido resultado de omisiones, imprecisiones o incluso interpretaciones a conveniencia del marco normativo aplicable a dicho instrumento jurídico, conllevando con ello actos de corrupción, por lo que se han observado recientes reformas constitucionales y específicamente al artículo seis, referente a la transparencia y acceso a la información.

Para expresar con cifras lo anterior, se antecede estudio realizado por la organización mexicoevalua.org (2021), el cual expone antecedentes observados que están destapando el actual proceso de extinción de diversos fideicomisos, donde al 1er trimestre del ejercicio fiscal 2020, la autoridad hacendaria reportó 332 actos jurídicos registrados, de los cuales 303 son fideicomisos, 23 mandatos y 6 análogos, que en total ascienden a \$728.4 mmdp. “los recursos disponibles se utilizarían para contribuir al equilibrio presupuestario de aquellos programas que determinara la SHCP; sin embargo, no se tiene registro del destino y uso de esos recursos”.

Por otra parte, estudio realizado por la Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles (ANCH) y la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), identifican en su trabajo ingresos recaudados y transferidos a fideicomisos y aportaciones a las Asociaciones de Hoteles y Moteles. Los hallazgos más relevantes fueron:

[..] En la mayoría de los casos, lograr el acceso a la información requerida supuso la solicitud a varias autoridades que se declararon incompetentes y la interposición de recursos de revisión ante las autoridades en materia de transparencia correspondientes, lo cual implicó largos periodos de tiempo y esfuerzo.

[...] Ninguna entidad entregó la información con el grado de detalle que se solicitó. Después de presentados y ganados los recursos de revisión, entregaron la información con el detalle requerido.

De lo anterior, propusieron a todas las Oficinas de Convenciones y Visitantes del país que comiencen a utilizar la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, para solicitar cada año la información que requieren para operar los planes de mercadeo y monitorear con esa herramienta si están recibiendo los recursos que por ley debieran destinarse a la promoción de sus destinos (Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles, 2014).

Todo el contexto anterior, acontece en la decisión del Ejecutivo al emitir el Decreto por el que se ordena la extinción o terminación de los fideicomisos públicos, mandatos públicos y análogos, emitido el 2 de abril de 2020 en el Diario Oficial de la Federación, lo que impacta en una forma de entender lo público “los fideicomisos públicos están sujetos a la transparencia, rendición de cuentas, fiscalización y responsabilidades; si no se agotan esas variables, quedará la sensación que se determinó extinguir una herramienta útil de la administración pública mexicana por razones estrictamente extrajurídicas”. En complemento, el investigador añade que “si se prueban irregularidades en la extinción de los fideicomisos, existen omisiones punibles; en ese sentido también se deben imputar

responsabilidades a quienes tenían la obligación de vigilar y controlar a los fideicomisos públicos” (Márquez, 2020).

Método

El método utilizado es Análisis de Redes de Sociales ARS (*Social Network Analysis*), con la categoría teórica de redes de gobernanza o redes de políticas públicas (*Public Policy Networks*). En este caso, fue necesario integrar la red de colaboración e identificación de los actores que intervienen particularmente en el proceso de flujo de recursos financieros del impuesto y su relación con el fideicomiso público.

Las aproximaciones que se obtienen en el mapeo de relaciones, resultan de vínculos y nodos que están basados en datos obtenidos de entrevistas, análisis exhaustivo al marco normativo aplicable, análisis cuantitativo a datos de finanzas públicas y consultas de información pública a través del Sistema de Solicitudes de Información Pública del Estado (INFOMEX) y la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT), además de estudio previo realizado por Carrillo, et al. (2019) donde se modela estructura reticular general del proceso. Esta investigación se complementa con el tipo de investigación explicativa y no experimental, pues “establecen relaciones de causalidad entre hechos, conceptos y variables en un contexto concreto, generando un sentido de entendimiento de problemas que se examinan” considerando además que el estudio es de carácter longitudinal “sirven para efectuar observaciones en dos o más momentos o puntos en el tiempo”, que, en este caso, se observaron los procesos y flujos durante los ejercicios fiscales 2015 al 2020 (Hernández, et al. 2018, p.188). Se complementa el estudio con el método inductivo.

Supuesto

La figura jurídica del fideicomiso público estatal del 2% de hospedaje se percibe como un nodo con necesidad de transparencia en la estructura de la red, ya que depende directamente de la responsabilidad de las partes intervinientes, de la calidad que la política pública es ejecutada y de si se logran resultados en la población objetivo.

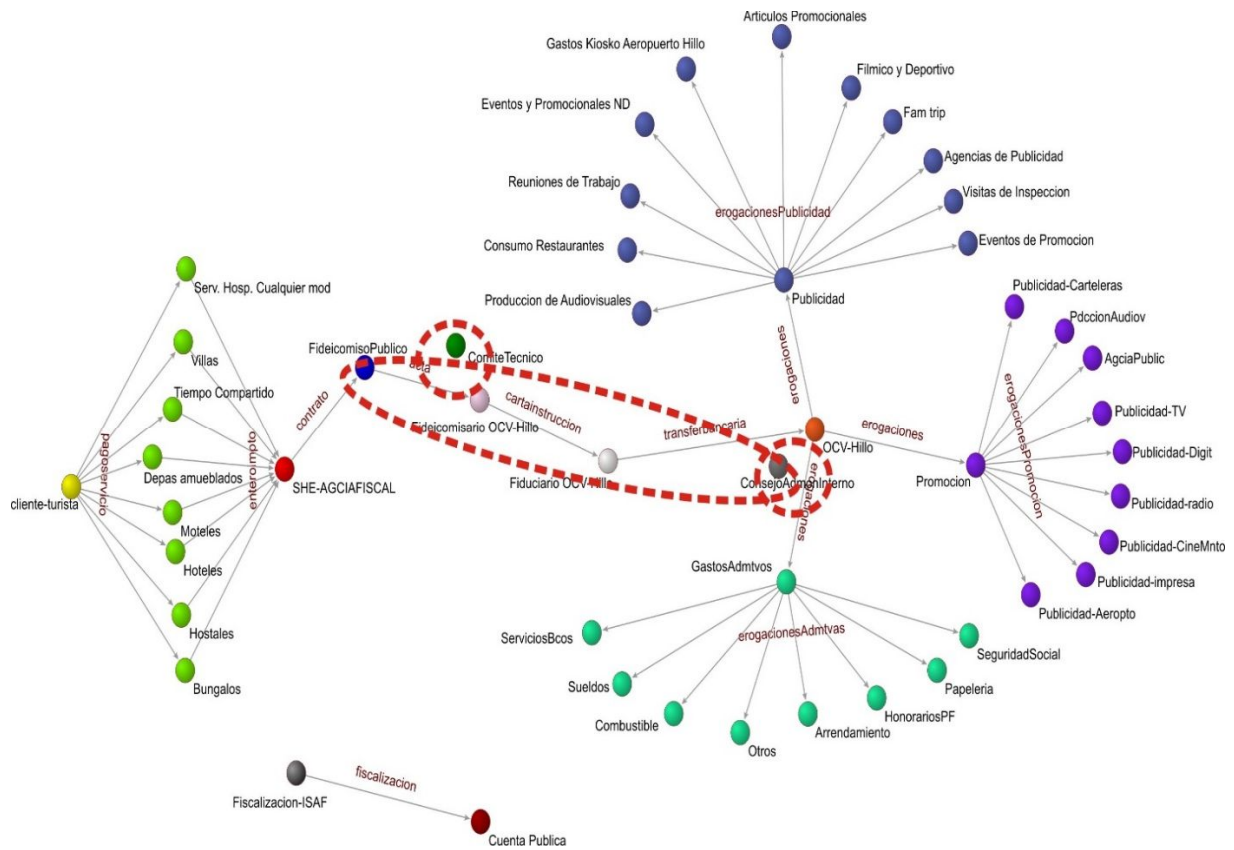
Resultados y Discusión

Se logró el mapeo de relaciones e identificación de colaboraciones que conlleva el flujo de recursos financieros del impuesto al servicio de hospedaje; por lo que se da cumplido el objetivo planteado en esta investigación. Es durante dicho proceso que se identificó al fideicomiso público como actor directamente relacionado y obligado a intervenir a lograr un uso eficaz, eficiente y transparente de los recursos financieros del impuesto, previo lo autorizado por la autoridad hacendaria, comité técnico y comité de administración a cargo de las entidades turísticas a cargo de ejercer el recurso.

En la siguiente estructura reticular se identifica de izquierda a derecha el flujo que sigue la captación del impuesto. Los componentes básicos de la red son las instituciones (nodos) que en ella participan, las cuales adquieren una serie de atributos reticulares en un medio de intercambio y dependencia de recursos financieros. La construcción de la red está basada en una matriz de relaciones previamente creada y obtenida de diversas fuentes. Con el estudio a detalle del flujo que sigue la recaudación del impuesto, se construyó la matriz de relaciones.

Imagen 3

Estructura reticular del flujo financiero del impuesto al hospedaje y su fideicomiso público



Fuente: Elaboración propia de Carrillo, E. y Ruiz, A., (2021) con datos de investigación procesados en software Pajek V.5.12.

Discusión

La discusión es explicativa-inductiva a partir de los resultados de la investigación. La estructura reticular (imagen 3) inicia de izquierda a derecha con el nodo amarillo [cliente-Turista] a quien se le aplica la tasa del impuesto del 2% sobre el valor de la contraprestación que recibe por el servicio de hospedaje. Posterior el contribuyente [Hoteles, moteles y otras modalidades], efectúan el traslado del impuesto a la autoridad hacendaria (nodo rojo).

En la red se identifican los nodos (bajo línea punteada con rojo) que corresponden a la participación del fideicomiso público del impuesto al 2% de hospedaje en la entidad federativa. Como se observa, su acción es previa a las erogaciones aplicadas en promoción y publicidad turística y también previa la autorización del comité técnico y consejo de administración.

El contrato de fideicomiso público de administración e inversión del impuesto está celebrado entre el Gobierno del Estado, a través del Secretario de Hacienda

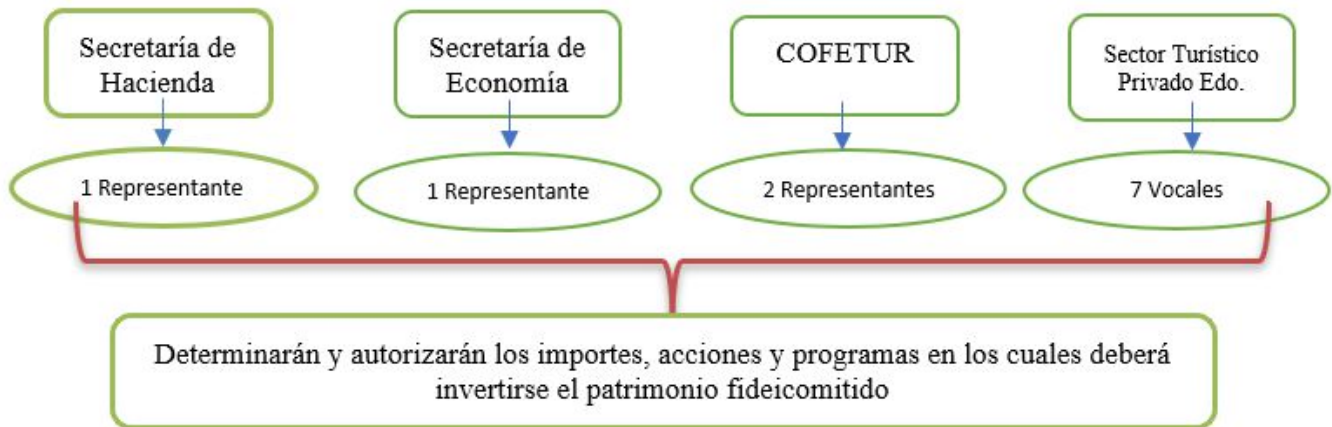
[fideicomitente y Fideicomisario] y la institución de Banca Múltiple [Fiduciario].

Al interior del contrato se formalizan a los servidores públicos e integrantes del sector turístico privado

integrantes del Comité Técnico, el cual está legalmente indicada su integración en la Ley de Hacienda del Estado:

Imagen 4

Integrantes del Comité Técnico



Fuente: Elaboración Propia con datos de Contrato de Fideicomiso público y Ley de Hacienda del Estado (2021).

Una vez que llega el recurso financiero a las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV), interviene otro nodo llamado Consejo de Administración, quienes también determinan y autorizan importes acciones y programas dentro de las partidas de promoción y publicidad turística. La identificación de los distintos tipos de gastos que llevan a cabo las OCV como se observa su desglose en la red, fue posible al exhibir información contable dicha asociación (Hermosillo), situación contraria al resto de los municipios donde se encuentran el resto de las OCV lo que permitió observar durante el trabajo de campo que la información pública desde sus portales no es visible dicha información.

Por último, no hay que perder de vista el Decreto del Presupuesto de Egresos que cada año se emite y que para el ejercicio fiscal 2019 el Ejecutivo del Estado redujo las asignaciones previstas ‘transferencias a fideicomisos de entidades federativas y municipios en lo correspondiente a las Oficinas de Convenciones y Visitantes por \$23.3 millones de pesos’ (Artículo 86 fracción I).

A continuación, se concentra en la siguiente tabla a los principales intervinientes en el proceso del flujo financiero del impuesto al servicio de hospedaje y su respectivo fideicomiso estatal.

Tabla 2

Descripción de los responsables que intervienen en el proceso de flujo financiero del impuesto

Sector Público	
Secretaría de Hacienda Estatal (SHE):	<p>Tesorería: Receptor-administrador del 2% del Impuesto por la Prestación de Servicio de Hospedaje (IPSH).</p> <p>La Secretaría de Hacienda otorga el 90% de los recursos del IPSH a las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) y para la ciudad que no cuente con OCV se transferirán los recursos a un fideicomiso creado por el ejecutivo estatal, y también a la Comisión de Fomento al Turismo (COFETUR). Los recursos ejercidos de los fideicomisos serán aplicados en promoción y publicidad turística.</p>
SHE: Dirección de Finanzas	<p>Pertenece a la Dirección General de Administración, quien se coordina con el analista de información a cargo de vigilar el cumplimiento de contribuyentes sujetos al pago del Impuesto por la Prestación de Servicio de Hospedaje.</p>
La Comisión de Fomento al Turismo (COFETUR)	<p>Organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios. Tiene por objeto el fomento, promoción y desarrollo de las actividades turísticas en el Estado. Ejerce o aplica el impuesto a través de un fideicomiso hacia la promoción turística de aquellos municipios que no cuentan con OCV'S. A través de la Dirección de Promoción y Eventos: Coordinar campañas de promoción y publicidad con mayoristas hoteleros, agencias de viajes, oficinas de convenciones y visitantes del Estado, entre otros, con el propósito de fomentar el turismo receptivo.</p>
Fideicomitente:	<p>Es la persona física o moral que aporta los recursos necesarios para operar el fideicomiso (Gobierno del Estado).</p> <p>Gasto público se integra por: fideicomisos públicos</p> <p>Pagos: Los fideicomisos manejarán sus fondos y harán sus pagos a través de sus propias unidades administrativas.</p> <p>El fideicomiso presentará al Instituto Superior de Auditoría y Fiscalización (ISAF) cada año, un informe financiero de la aplicación y destino de los recursos aportados por el Gobierno del Estado durante el año inmediato anterior.</p> <p>Rendición de cuentas</p> <p>Se realizará un informe trimestral, el cual debe contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> I.- Ingresos del periodo; II.- Rendimientos financieros del periodo; III.- Egresos del periodo y su destino; IV.- Disponibilidades o saldo del periodo, y V.- Listado de beneficiarios, en su caso. <p>La cuenta pública debe incluir un reporte del cumplimiento de la misión y fines de los fideicomisos.</p>

Tabla 2

Continuación...

Sector Público	
Fideicomisario	Es la persona física o moral que recibe los beneficios de la operación del fideicomiso (Gobierno del Estado). Gasto público se integra por: fideicomisos públicos Pagos: Los fideicomisos manejarán sus fondos y harán sus pagos a través de sus propias unidades administrativas.
Comité Técnico del Fideicomiso del Impuesto al Servicio de Hospedaje	El fideicomiso contará con un Comité Técnico Integrado por: Un representante de Secretaría de Hacienda, uno de la Secretaría de Economía, dos de la Comisión de Fomento al Turismo y siete vocales del sector turístico del Estado (sector privado).
Fiscalizadores	ISAF: Instituto Superior de Auditoría y Fiscalización Órgano de Fiscalización Superior del Congreso del Estado para realizar la auditoría de los estados financieros, la revisión y fiscalización de la cuenta pública del Estado y rendición de cuentas. Fiscalización Superior: Facultad para conocer, revisar, auditar y evaluar el uso y aplicación de los recursos públicos, de conformidad con las disposiciones constitucionales y legales, a cargo del Instituto.
Sector Privado Empresarial	
Fiduciario	Es la institución bancaria autorizada para administrar los recursos del fideicomiso.
Sector hotelero (SH):	Forma parte del conjunto de unidades económicas agrupadas en el renglón de alojamiento, clasificado por la industria turística. Contribuyente u obligado fiscal en el traslado del impuesto a las personas a quienes presta el servicio de hospedaje. Obligado fiscal en el entero del impuesto.
Prestadores de servicios turísticos (PT)	Las personas físicas o morales que ofrezcan, proporcionen, o contraten con el turista, la prestación de los servicios dirigidos a atender las solicitudes a cambio de una contraprestación.
Organismo No Lucrativo	
Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's)	Estructura que se encarga, en México, de la promoción de la oferta turística. Figura jurídica que actúa como instrumento para ejercer el impuesto al hospedaje en promoción turística (Asociación Civil); con el objetivo de posicionar positivamente el destino turístico a través de un comité técnico que apoya e impulsa el proceso de marketing, ventas, servicios y alianzas estratégicas para el desarrollo y posicionamiento del destino

Tabla 2*Continuación...*

Sociedad Civil	
Turista	Las personas que viajan temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilicen alguno de los servicios turísticos. En este caso el servicio de alojamiento, pagando el impuesto del 2% al hospedaje.
Impuesto al turismo	
Impuesto al servicio de hospedaje	La tasa del impuesto será del 2% sobre el valor de las contraprestaciones que los contribuyentes perciban por los servicios de hospedaje

Fuente: Elaboración propia con datos de la Ley de Hacienda del Estado, Ley General de Turismo, Ley del Presupuesto de Egresos y Gasto Público Estatal, Ley de Fiscalización Superior para el Estado de Sonora, Glosario de Coordinación de Planeación del Consejo de Promoción Turística de México y Reglamento interior de COFETUR.

Conclusiones

El haber analizado integralmente el contexto normativo del fideicomiso público, permitió identificar la correlación de obligaciones a cumplir por el mandato legal pero también por las obligaciones de informar por el modelo de transparencia que avanza para alinearse a mejores prácticas internacionales.

La principal conclusión de este estudio es que, para garantizar la transparencia del fideicomiso público estatal, resulta fundamental reconocer la aplicación de los marcos normativos vigentes interconectados como lo son en materia de Regulación Básica, Presupuestal y en materia de Transparencia y Acceso a la información.

Con este estudio se comprueba que son diversos los actores que directa e indirectamente se interrelacionan para la administración financiera de los recursos públicos, por lo que no debe verse al instrumento jurídico del fideicomiso de forma aislada, ya que el hilo conductor en este proceso es un recurso financiero catalogado como público o del gobierno, por lo tanto, la creación de la red permitió observar de manera más clara que se amplía el espectro de los sujetos obligados

hasta abarcar a todo tipo de servidor público del ámbito federal, estatal y/o municipal, e incluso particulares (proveedores) u otros como la asociación Oficina de Convenciones y Visitantes, cuando manejen recursos públicos bajo cualquier modalidad.

Lo antepuesto, ya que durante el trabajo de campo se constató que las OCV tienen la idea de no informar el destino de los gastos, sobre todo en los municipios de la entidad federativa en estudio, lo cual fue posible identificar por las solicitudes de información al sector público que redirigían o declinaban lo solicitado o finalmente las evidencias eran enviadas por dichas OCV en pdf, ilegibles o denotando esfuerzo por atender lo solicitado.

Se comprueba el supuesto afirmativo de considerar el fideicomiso público como un nodo con necesidad de transparencia en la estructura de la red, ya que depende directamente de la responsabilidad de las partes intervinientes, de la calidad que la política pública es ejecutada y de si se logran resultados en la población objetivo; ya que actualmente se están incluyendo en la cuenta pública del estado reportes financieros relativos

al fideicomiso del impuesto al hospedaje y eso posible con la alineación de marcos jurídicos que interactúan (básica, presupuestal y de transparencia) entre los diversos niveles de gobierno que se espera permitan homogeneidad y transparencia a las finanzas públicas estatales, ya que en años anteriores no se mostraba información al respecto en la cuenta pública estatal.

La consulta a diversos estudios en el entorno de la colaboración, partes involucradas y actores; con denotación de políticas públicas y abordados a través del análisis de redes, son de importante referencia como el de Maya y Alieva (2018), donde concluyen resultados derivados de cooperación entre actores clave y de relevancia público-privadas y asociaciones que promueven la colaboración entre países en el sector turismo y que puede verse facilitada por la participación de intermediarios, [...] para contribuir a la sostenibilidad de los mismos. Se esperan avances para próximos estudios relativos a la materia con la reforma a la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública con expectativas a maximizar el derecho de acceder a información, en el que se incluyen a partidos políticos, sindicatos, fideicomisos, instituciones de beneficencia e incluso individuos, debido a que se estableció un catálogo de obligados a informar el destino de los recursos públicos. Estudio de la Red de Gobierno Electrónico de América Latina y el Caribe expresan:

comienzan a filtrarse crecientes demandas de apertura, de transparencia en la gestión, de participación en la elaboración de políticas estatales, de rendición de cuentas y responsabilización por el uso de los recursos públicos, de evaluación y control ciudadanos de los resultados gubernamentales [...] abriendo paso una concepción bajo la denominación genérica de ‘gobierno abierto’ (Oszlak, 2013).

El aporte con este tipo de investigaciones genera información de procesos de políticas públicas estatales respecto a conocer en qué y cómo se ejerce el dinero público y observar si hay discrecionalidad en dichos procesos.

Referencias

- Asociación Nacional de Hoteles y Moteles de México. (2014). *Rendición de Cuentas respecto de las Contribuciones en el Sector Turístico en México*. https://www.amhm.org/wp-content/uploads/2018/11/8.1-Informe_Rendicion_de_cuentas.pdf
- Batagelj, V., y Mrvar, A. (2021). *Pajek: Paquete de programas para el análisis y visualización de grandes redes*. <http://mrvar.fdv.uni-lj.si/pajek/>
- Carrillo, E., Ruiz, A., y Zizaldrá, I. (2019). *El Impuesto por la Prestación de Servicio de Hospedaje y su estudio a través del Análisis de Redes Sociales: Interdependencia en la promoción y publicidad turística*. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.842>
- Hernández, R., y Mendoza, Ch. (2018). *Metodología de la investigación: las Rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V. México.
- Jung, T. (2010). *Policy networks: theory and practice*. En Osborne, Stephen (ed.): *The New Public Governance? Emerging perspectives on the theory and practice of public governance* (pp. 351-364). Oxon: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203861684>
- Kickert, W., Klijn, E., y Koppenjan, J. (1997). *Gestión de redes en el sector público: hallazgos y reflexiones*. En WJ KickertE. Klijn y JF Koppenjan (Eds.), *Gestión de redes complejas: Estrategias para el sector público* (pp. 167-191). SAGE Publications Ltd. <https://www.doi.org/10.4135/9781446217658.n10>

- Márquez, D. (2020). *Los alcances de lo público: los derechos humanos como límite a la acción del gobierno y la extinción de los fideicomisos públicos*. Hechos y Derechos, (57), mayo-junio 2020. Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM. <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/hechos-y-derechos/article/view/14758/15788>
- Martínez, A. (2020). *Diagnóstico sobre transparencia para el monitoreo de los Fideicomisos. Núcleo de Organizaciones de la Sociedad Civil*. p. 170. Ciudad de México.
- Maya, I., y Alieva, D. (2018). *Caminos trazados: redes de itinerarios de los turistas rusos en Andalucía*. Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales, 29(1), 76-91. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.745>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (OCDE, 2016). Bonturi Marcos. *Datos Abiertos Gubernamentales en México. El camino hacia adelante*. Directorado de Gobernanza Pública (GOV) de la OCDE. <https://www.oecd.org/gov/digital-government/OGD%20Mexico%20SPA%20translation.pdf>
- Oszlak, O. (2013). *Gobierno abierto: hacia un nuevo paradigma de gestión pública*. Red de Gobierno Electrónico de América Latina y el Caribe – Red GEALC. Septiembre de 2013. <https://www.oas.org/es/sap/dgpe/pub/coleccion5rg.pdf>
- Salvatierra, S. (2019). *Fideicomisos en México. El arte de desaparecer dinero público*. Fundar, Centro de Análisis e Investigación, A.C. <https://fundar.org.mx/fideicomisos-en-mexico-el-arte-de-desaparecer-dinero-publico/>
- Suayeta, J. (2002). *Las reformas a la ley general de títulos y operaciones de crédito. Nuevo e irresponsable atentado a la institución jurídica del fideicomiso*. Revista de Derecho privado, nueva época, año I, (2), mayo-agosto de 2002, 123-164. <http://historico.juridicas.unam.mx/publica/rev/derpriv/cont/2/leg/leg7.htm>
- Leyes, Reglamentos, Acuerdos, Lineamientos**
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2013). Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC). Acuerdo vigente que establece los Lineamientos que deberán observar los entes públicos para registrar en las cuentas de activo los fideicomisos sin estructura orgánica y contratos análogos, incluyendo mandatos. Diario Oficial de la Federación. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5283964&fecha=02/01/2013
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Acuerdo por el que se armoniza la estructura de las cuentas públicas. Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC). https://www.conac.gob.mx/work/models/CONAC/normatividad/NOR_01_11_002.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2021). http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_280521.pdf

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2020). Decreto por el que se ordena la extinción o terminación de los fideicomisos públicos, mandatos públicos y análogos.
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5591085&fecha=02/04/2020
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2019). Decreto del Presupuesto de Egresos (2018). Boletín Oficial del Gobierno del Estado. Decreto número 9 del Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de Sonora para el ejercicio fiscal 2019 Tomo CCII Número 51 Secc. III Lunes 24 Diciembre 2018 Capítulo IV De las Reasignaciones art. 86.
<http://www.boletinoficial.sonora.gob.mx/boletin/images/boletinesPdf/2019/12/EE271220193.pdf>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Decreto del Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado para el ejercicio fiscal 2021. Apéndice L 'Fideicomisos'.
http://www.congresoson.gob.mx:81/Content/Doc_leyes/Doc_569.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley de Disciplina Financiera de las Entidades Federativas y los Municipios (2021).
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LDFEFM_300118.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley de Fiscalización Superior para el Estado de Sonora (2021).
<http://www.congresoson.gob.mx/Transparencia/Leyes#>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley de Hacienda del Estado de Sonora. (2013-2021).
http://www.congresoson.gob.mx:81/Content/Doc_leyes/Doc_429.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley de Instituciones de Crédito (2021).
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/43_200521.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Sonora (2021).
<http://www.congresoson.gob.mx/Transparencia/Leyes#>
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (2021).
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTAI_P_270117.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (2021).
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPRH_200521.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley Federal de las entidades Paraestatales (2021). Ley Federal de las Entidades Paraestatales (2021).
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/110_010319.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley General de Contabilidad Gubernamental (2021).
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCG_300118.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito (2021).
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/145_220618.pdf

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (2021). http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGTAI_P_130820.pdf

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Sonora (2021). <http://www.congresoson.gob.mx/Transparencia/Leyes>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (2021). http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/153_110121.pdf

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Lineamientos Generales para el Acceso a la Información Pública en el Estado de Sonora. <http://transparencia.esonora.gob.mx/NR/rdonlyres/72B00D41-8BDE-4BED-8B6A-031F5FF837EC/252079/LineamientosGeneralesparaelAccesoalaInformaci%C3%B3nP%C3%BAAb.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Lineamientos Técnicos Generales para la publicación, homologación y estandarización de la información de las obligaciones establecidas en el Título Quinto y en la fracción IV del artículo 31 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, que deben de difundir los sujetos obligados en los portales de Internet y en la Plataforma Nacional de Transparencia. https://www.transparencia.ipn.mx/Apoyo/SIPOT/LTG_DOF28122020.pdf

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Reglamento de la Ley de Presupuesto de Egresos, Contabilidad Gubernamental y Gasto Público Estatal (2021). <http://transparencia.esonora.gob.mx/NR/rdonlyres/CBA2ED6D-1C16-4773-B976-EB2032AF2A0A/78297/reglleydepptodeegrcontabguberygp.pdf>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (2021). http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFPRH_131120.pdf

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2021). Relación de entidades paraestatales de la Administración Pública Federal (2020). http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5598392&fecha=14/08/2020

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2020). Cuarto informe trimestral sobre la situación económica, las finanzas públicas, la deuda pública y los activos del patrimonio estatal. Entidades Paraestatales. https://hacienda.sonora.gob.mx/media/200967/entidades_paraestatales_4to_trim_2020_i.pdf

Sitios web

INFOMEX (Sistema de Solicitudes de Información Pública). (2020). <http://infomex.sonora.gob.mx/>

Mexicoevalua.org. (2021). *No tapemos el pozo: el destino de los fideicomisos en proceso de extinción*. <https://www.mexicoevalua.org/no-tapemos-el-pozo-el-destino-de-los-fideicomisos-en-proceso-de-extincion/>

Plataforma Nacional de Transparencia. (2020). <https://consultapublicamx.inai.org.mx/vut-web/faces/view/consultaPublica.xhtml#inicio>



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).
 Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.
 ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.

El estado de valor añadido. Evolución histórica, relevancia y limitaciones

The value added statement. Historical evolution, relevance and limitations

José Juan Déniz Mayor¹; Luis Miguel Arteaga Arzola²; Casiano Manrique de Lara Peñate³

Recibido: 14 de agosto de 2021.

Aceptado: 4 de septiembre de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.135>

JEL: J30. General.

M14. Corporate Culture – Diversity – Social responsibility.

M41. Accounting.

Resumen

Desde los primeros modelos formales de los años setenta hasta sus más recientes versiones, el Estado de valor añadido (o en su caso, el Estado de rentas generadas y distribuidas) ha estado asociado, en cierta medida, a la noción de responsabilidad corporativa. Al mostrar cómo se genera la renta empresarial y cómo se distribuye entre los grupos de interés relevantes, se ha pretendido presentar la imagen de la

organización como una coalición de intereses, una “gran familia”. Tras una época de declive, ahora comienza a gozar de una nueva vida gracias a la Global Reporting Initiative y las normas legales de los organismos oficiales de la Unión Europea. No obstante, parece oportuno volver a analizar cuáles fueron los motivos de su auge inicial y su aparente abandono al objeto de evaluar si realmente este tipo

¹ José Juan Déniz Mayor. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor Titular de Universidad. Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Campus de Tafira, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria, España. Correo: josejuan.deniz@ulpgc.es. ORCID: 0000-0002-6960-1512.

² Luis Miguel Arteaga Arzola. Grado en Administración y Dirección de Empresas. Master en Contabilidad, Auditoría y Fiscalidad Empresarial. Investigador independiente. Correo: luismiarteaga@gmail.com

³ Casiano Manrique de Lara Peñate. Doctor en Economía. Profesor Contratado Departamento de Análisis Económico Aplicado, Campus de Tafira, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria, España. Correo: casiano.manrique@ulpgc.es. ORCID: 0000-0003-0809-7823.

de informes es necesario hoy en día, para qué y para quién.

Palabras clave: contabilidad, estado de valor añadido, grupos de interés.

Abstract

Since the first formal models in the seventies to its most recent versions, the value added statement (or in its case, the statement of income generated and distributed) has been associated, to some extent, with the notion of corporate responsibility. By displaying how business income is generated and how it is distributed among the relevant stakeholders, it has been tried to present the image of the organization as a coalition of interests, a "big family". After a period of decline, it seems to enjoy a new life thanks to the Global Reporting Initiative and legal rules from official bodies of the European Union. However, it seems appropriate to re-analyze what were the reasons for its initial boom and its later apparent forgetting in order to assess whether this kind of report is really necessary today, for what and for whom.

Keywords: *accounting, stakeholders, value added statement.*

Introducción

Tradicionalmente el estudio y análisis del valor añadido bajo la perspectiva de la Contabilidad Financiera se ha asociado a su cálculo como un componente de los primeros escalones de la generación

del resultado de explotación de la entidad.

Bajo tal perspectiva, esta magnitud ha sido definida como la diferencia entre el valor de la producción y venta de bienes y prestaciones de servicios que constituyen la(s) actividad(es) principal(es), y el importe de los bienes y servicios consumidos como insumos en el proceso productivo (también denominados consumos intermedios) (Gallizo, 1990, p. 63, Carrasco, 1999, p. 30, Reglamento (UE) 549/2013, en adelante SEC 2010, párr. 1.11). En sentido amplio, el valor añadido muestra la importancia económica de la empresa dentro del conjunto de la producción nacional, ya que la suma del valor añadido bruto a precios de mercado de todas las compañías de un país es igual a su producto interior bruto (PIB) siendo, además, y como señalan Gonzalo y Pérez (2017):

la variable que mejor liga la contabilidad empresarial con la contabilidad de la renta nacional [...] puede que algunos usuarios especiales, como por ejemplo las autoridades públicas, encontrarán muy útil ligar las ayudas y subsidios a la generación de valor añadido, por equivaler a la creación de rentas (p. 35).

Esta idea hizo que la Contabilidad Nacional fuese el campo donde se comenzase a dar uso a la noción de valor añadido en respuesta a la necesidad de calcular la capacidad de producción de un país a nivel macroeconómico. La renta de la nación afecta no solo a sus ciudadanos, debido al estrecho vínculo entre esta magnitud económica y el bienestar colectivo, sino también al papel que dicho territorio jugará dentro de la economía mundial.

En el ámbito empresarial, el cálculo y presentación de los datos relativos al valor añadido generado en el seno de las unidades económicas de negocio ha sido posible gracias al Estado de valor añadido¹ (en adelante, EVA) y su versión ampliada, el Estado de rentas generadas y distribuidas (en adelante ERGD). El EVA muestra la riqueza generada y distribuida entre los distintos agentes que han contribuido a su creación, presentando el excedente de la empresa no como rendimiento de los accionistas de la misma, sino como el resultante del esfuerzo colectivo de los partícipes de la compañía (Larrinaga, 2001, p. 55). Alves (2015) lo define como:

la manera más simple y más inmediata de poner el beneficio en la perspectiva correcta de cara al conjunto de la empresa como un esfuerzo colectivo por el capital, la gestión y los empleados, reflejando cómo se ha utilizado el valor añadido para retribuir a los que contribuyen a su creación (p. 210).

Este estado ha representado una oportunidad para las empresas de mostrar de manera transparente los datos incluidos en la cuenta de pérdidas y ganancias desde una perspectiva multipartícipe, considerándose una aportación de la Contabilidad Financiera al fomento de la responsabilidad social corporativa (RSC) y la sostenibilidad (Azcarate y Fernández, 2013, Maji, 2016).

Si bien entre los años setenta y ochenta el EVA/ERGD gozó de relevancia entre las empresas europeas, incluyendo las españolas, su auge y declive se habría producido no solo debido a una determinada configuración social y política que ejemplifica la naturaleza social e institucional de la Contabilidad, sino

también a la propia evolución de los estados contables convencionales.

Obviando los importantes desarrollos acaecidos en otras áreas geográficas, como por ejemplo Japón (Bao y Bao, 1998), Brasil (Veras *et al.* 2015), o Sudáfrica (Stainbank, 2009), en Europa cabe encontrar los primeros antecedentes del EVA/ERGD en el Reino Unido, aunque destacan los casos de la República Federal de Alemania (hoy Alemania) y Francia. Según la síntesis realizada por Dierkes (1979, p. 87), entre los factores que contribuyeron a su difusión en estos entornos se reseña el creciente volumen de publicaciones que alertaban de los riesgos ambientales de la actividad industrial, las movilizaciones ciudadanas relacionadas con la localización de las fábricas y el debate sobre la energía nuclear, así como el gran peso de los sindicatos. No obstante, diversos factores, como su aparente escasa utilidad práctica, la emergencia del neoliberalismo y el fin de la Guerra Fría o, probablemente, la existencia de formas alternativas de obtener los datos requeridos, abocarían al declive de este tipo de informes.

Posteriormente, y coincidiendo con la creciente importancia de las políticas de responsabilidad social empresarial, se ha observado una aparente revitalización del EVA/ERGD, con propuestas como el Estado de valor económico directo generado y distribuido de la Global Reporting Initiative (GRI) (2014, 2016), o el Estado de *cash flow* social. Es factible que esté jugando a su favor el hecho de que, al basarse en datos contables, supuestamente auditados, sea más fácil de formular e interpretar un informe de estas características, si se compara con la información no financiera, basada en el uso de métricas no monetarias y con un elevado componente cualitativo.

¹ En el presente trabajo se ha utilizado la denominación estándar en España, equivalente a la de “Estado de valor agregado” en otros entornos geográficos.

En el presente trabajo se pretende dar respuesta a la cuestión de si dicho estado contable es relevante para la toma de decisiones de los grupos de interés, en especial los trabajadores. Así, por una parte, se analizará por qué desde los puntos de vista institucional y empresarial ha existido cierta reticencia a difundir dicho estado contable, en un contexto de creciente presión social para que las compañías rindan cuentas de su gestión e informen acerca de cómo distribuyen entre los diferentes agentes sociales las rentas generadas con su actividad. Por otro lado, se valorará la practicidad de los métodos de cálculo de rentas generadas y distribuidas como medio para medir la importancia relativa de los grupos de interés en la gestión corporativa. Para ello, se partirá de tres casos relativos al sector de la automoción, la construcción y el alojamiento hotelero en España, a través de los cuales se mostrará e interpretará la evolución del reparto de las rentas generadas entre los principales grupos de interés (trabajadores, prestamistas, gobierno, accionistas) y la propia empresa, desde el inicio de la crisis financiera de 2008 hasta 2019.

Para ello, en la siguiente sección se reflexionará sobre las causas que posibilitaron el auge de los EVA/ERGD en los años 70 y su posterior declive en la década de los noventa, junto con una reseña del caso español. En el apartado tercero se abordarán los aspectos metodológicos relativos a la selección de los componentes básicos de un EVA/ERGD y el consiguiente cálculo del valor añadido/renta generada. En la sección cuarta se exponen los ejemplos propuestos, previa descripción del proceso de selección de la muestra, la metodología de análisis y las

principales limitaciones. El trabajo finaliza con las principales conclusiones alcanzadas. Además, se incluye dos apéndices, uno con los datos agregados que sirvieron de base para presentar los casos propuestos, y otro en el que se analiza el contenido de determinadas partidas del EVA/ERGD.

Auge y caída del estado de valor añadido. Buscando una explicación de su aparente declive

El EVA (o su versión ampliada el ERGD) gozó durante una época de un especial predicamento entre los grupos de interés relacionados con la empresa. Sin embargo y con el paso del tiempo, determinados factores, tanto políticos y económicos, como puramente instrumentales, acabaron contribuyendo a su caída en la irrelevancia.

Los primeros trabajos cabe encontrarlos en los años veinte y treinta gracias a Nicklish (1920) y su noción de “Wertschöpfung” (valor añadido). De acuerdo con dicho autor, la empresa debía ser vista como una comunidad y al mismo tiempo una “gran familia” integrada por gerentes y trabajadores (Hernández Estévez, 2011, p. 41), donde los salarios son considerados una distribución del resultado junto con los dividendos, antes que el pago de un gasto incurrido¹.

En un primer momento, las ventajas atribuidas al EVA fueron expuestas desde la esfera académica. Así, en el trabajo ya clásico de Morley (1979, pp. 620-621) se observaba que este documento ofrecía una perspectiva más amplia sobre el desempeño corporativo que el beneficio en aras de alentar una actitud más cooperativa entre los grupos de interés, en especial por parte de los

¹ Es factible apuntar que esta noción de la “gran familia” fuese propuesta como una vía alternativa superadora de la lucha de clases y la conflictividad social que estaba experimentando la República de Weimar. Nicklish acabaría apoyando al NSDAP.

trabajadores, porque facilitaba la implantación de esquemas de incentivos basados en el valor añadido¹; pero también porque podría ayudar a combatir la creencia de que existe explotación en el trabajo, al mostrar cómo se repartían las rentas entre los distintos colectivos, en un momento en el que el conflicto entre trabajo y capital era más que evidente. Además, y a su juicio, mostrar la participación del gobierno en el valor añadido generado facilitaría una evaluación del trato imparcial en materia de tributación; mientras que la propia noción de valor añadido, al mostrar el peso de la contribución de la empresa individual al ingreso nacional, podría desempeñar un papel en la gestión de la economía. También aportaría datos acerca de los recursos que pueden ser destinados al mantenimiento y la expansión de la inversión dirigiendo la atención a la política de gestión en esta área. Por último, se argüía que el valor añadido es una medida mejor para definir el tamaño de la empresa, que el total de activos, la cifra de negocios o el número de trabajadores².

Por otra parte, y desde una perspectiva organizativa, gracias al EVA se visibiliza la noción de capital humano o intelectual como contribuyente al proceso de creación y acumulación de valor en el seno de la empresa, junto con el capital financiero (Bagieńska, 2016, p. 13). Al igual que los socios y prestamistas son retribuidos por sus aportaciones de fondos a la compañía, los trabajadores, en tanto que colaboran de forma consciente, deliberada y directa en el logro de los

objetivos de la empresa, deberían ser objeto de consideración en los mismos términos en pie de igualdad, y no ser percibidos como un mero “recurso” más³, generador de costes que deban ser minimizados en aras de un bien superior como es la supervivencia a largo plazo de la empresa. De esta forma, y desde la teoría de los *stakeholders*, la actividad de la empresa no debería ser percibida únicamente como un mecanismo de generación de beneficios, sino como una herramienta para la creación y distribución de renta entre los grupos de interés.

Será durante el mandato del gobierno laborista de Harold Wilson (1974-1979) y el marco de la redefinición de los equilibrios de poder entre empresarios y sindicatos, cuando el Accounting Standards Steering Committee (ASSC) comisione en 1974 a un grupo de trabajo para reexaminar el alcance y fines de los informes financieros publicados, considerando la responsabilidad de la empresa ante la sociedad e identificando los grupos para los cuales fuese necesario preparar informes anuales adaptados a sus intereses.

Un año más tarde, ve la luz *The Corporate Report* que incluye entre sus conclusiones la ausencia de rendición de cuentas por parte de la empresa hacia sus trabajadores y la recomendación, entre otras, de publicar un estado que mostrase cómo los beneficios de los esfuerzos de una empresa se distribuyen entre los empleados, los proveedores de capital propio y ajeno, el

¹ Estos sistemas, que fueron objeto de una campaña de fomento en el Reino Unido, relacionaban los incrementos individuales de salarios con una ratio básica de productividad, de manera que, al fijar un precio para cada componente producido por un trabajador cualquiera, en término de tiempo estándar, se obtuviese la ratio aplicable a su sueldo. En este caso, el valor añadido funcionaba como un medio para medir el rendimiento y fijar la retribución de los distintos factores (Hernández, 1997, p. 111).

² El razonamiento es que la cifra de ventas no tiene en cuenta el coste de los bienes y servicios adquiridos, el tamaño del activo favorece a las empresas intensivas en capital físico, mientras que el número de trabajadores favorece a las empresas intensivas en mano de obra.

³ Si realmente las palabras contribuyen a enmarcar la realidad, quizás no haya un concepto menos acertado en el marco de las relaciones laborales que el de “Dirección de recursos humanos”.

Estado y la reinversión en el propio negocio (Accounting Standards Steering Committee, 1975, p.49). Es a partir de la publicación de *The Corporate Report* cuando realmente se produce una creciente inclusión de este tipo de documentos en los informes anuales de las empresas británicas. Así, más allá del mero cálculo de una simple magnitud contable, el EVA comienza a ser percibido como una herramienta de comunicación, con una clara función legitimadora ante trabajadores y sindicatos (Burchell *et al.*, 1985, van Staden, 2003, Cahan y van Staden, 2009).

La mayoría de las instituciones expertas en la materia fueron favorables a las conclusiones de *The Corporate Report*, aunque con cierta moderación, pues existía un escaso soporte empírico acerca de su utilidad práctica. Tal es así que coincidiendo, aunque no necesariamente por tal motivo, como sí sostienen Burchell *et al.* (1985), con la llegada de un nuevo gabinete conservador, liderado por Margaret Thatcher, y la emergencia de la

ideología neoliberal se produce su declive en el Reino Unido¹.

En Alemania, los primeros informes sobre valor añadido fueron presentados por grandes empresas industriales a partir de la década de los 70, existiendo una línea de continuidad hasta el presente. Este interés por los EVA/ERGD fue el resultado de la iniciativa política de los gobiernos socialdemócratas de la época, con Willy Brandt y Helmut Schmidt al frente, para fomentar el diálogo social en el marco de la cogestión empresarial, motivado además por un creciente reconocimiento del coste social del desarrollo económico y un cambio en su percepción entre la élite intelectual y política (Dierkes, 1979, p. 87). Así, junto con las británicas, se puede hablar de las empresas alemanas como pioneras en Europa en la formulación de información social, orientación que se ha mantenido hasta el presente, siendo una muestra el EVA/ERGD del Grupo Volkswagen (Tabla 1).

Tabla 1

Valor añadido generado por el grupo Volkswagen

VALUE ADDED GENERATED BY THE VOLKSWAGEN GROUP		
Source of funds in € million	2017	2016
Sales revenue	230,682	217,267
Other income	18,912	17,907
Cost of materials	-151,449	-140,307
Depreciation and amortization	-22,165	-20,924
Other upfront expenditures	-17,615	-23,990
Value added	58,364	49,953

¹ Nótese que el posterior retorno del laborismo al gobierno en 1997 no se tradujo en una recuperación de dicho estado contable.

Tabla 1

Continuación...

Appropriation of funds in € million	2017	%	2016	%
to Volkswagen AG shareholders (dividend, 2017 dividend proposal)	1,967	3.4	1,015	2.0
to employees (wages, salaries, benefits)	38,950	66.7	37,017	74.1
to the state (taxes, duties)	3,433	5.9	3,486	7.0
to creditors (interest expense)	4,344	7.4	4,070	8.1
to the Company (reserves)	9,671	16.6	4,365	8.7
Value added	58,364	100.0	49,953	100.0

Fuente: *Value added statement. Annual report 2017* (Volkswagen Group, 2018, p. 126).

En Francia la noción de valor añadido figuraba en el *Plan Comptable Général* de 1982 (Conseil National de la Comptabilité, 1982/1992), que recoge dicha magnitud como uno de los saldos intermedios de gestión cuyo producto final es el resultado del ejercicio, sin hacer referencia a su posible reparto o distribución entre los diferentes grupos de interés. Dicha referencia se conserva en el vigente Plan (Autorité des Normes Comptables, 2014) en el Cuadro de saldos intermedios de gestión, como herramienta de apoyo a la formulación de la Contabilidad Nacional¹.

Finalmente, en España y a la vista de la necesidad de incorporar al ordenamiento interno la *Cuarta Directiva* del Consejo de la CEE (1978) que regulaba la información financiera de las sociedades, se presenta en 1985 el borrador de un Plan General de Contabilidad

Revisado, como sustituto del hasta entonces vigente Plan General de Contabilidad de 1973, siguiendo la estela del modelo francés de 1982 que incluía el valor añadido como una de sus magnitudes relevantes. Así, según Barea (1986, p. 609) con la revisión del Plan General de Contabilidad se perseguían dos nuevas finalidades: "*la determinación del valor añadido por la empresa y su distribución entre los diferentes agentes económicos*".

No obstante, tanto en los sucesivos borradores, como en el texto definitivo publicado mediante el *Real Decreto 1643/1990, de 20 de diciembre (BOE de 27 de diciembre)*, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, se eliminó de la información de carácter obligatorio cualquier mención al EVA/ERGD, no disponiéndose aún de una explicación convincente o por

¹ Conectado con lo señalado, cabe hacer una especial mención a la figura del *bilan social*, una iniciativa del Ministerio de Trabajo de Francia introducida en su Código del Trabajo, por medio del artículo 438-3 del *Code du Travail*, añadido por el artículo 1º de la *Loi 77-769 du 12 juillet 1977*. Destaca que, a pesar del caudal de datos que las empresas de más de 300 trabajadores deben aportar para cumplimentar el citado informe (datos requeridos en la actualidad desde el artículo 2323-8 hasta el 2323-12-2 del *Code du Travail*), el valor añadido figure como una magnitud más, sin otorgarle especial importancia.

Procede comentar que en algunos entornos se hace equivaler la noción de balance social a la de estado de valor añadido (véase, por ejemplo, Perera, 2014). No obstante, en términos estrictos, mientras el primero incorpora datos numéricos no monetarios además de información cualitativa, el EVA tiene un carácter fundamentalmente monetario. En el presente trabajo se ha optado por esta segunda interpretación.

lo menos de un relato que ofrezca evidencias de las razones que llevaron al Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas a tomar esa decisión. Una excepción de relieve es el trabajo de Larrinaga (2001) en el que se apunta a la reorientación producida en los primeros gobiernos de Felipe González, al pasar de un primer gabinete socialdemócrata (1982-1985) a un segundo de carácter liberal (1986 en adelante), en el que se produce una actividad desreguladora, liberalizadora y de privatización más intensa; es decir de un modelo donde:

el valor añadido era posible y la coalición de intereses que esta cuenta representa estaba comprometida con la racionalidad de la intervención del gobierno [... a otro...] donde los empleados y toda la empresa están supeditados jerárquicamente a las fuerzas del mercado financiero, negándose así las condiciones de posibilidad del EVA. (p. 60)

Así, la única mención a la noción de valor añadido (salvo la alusión al reflejo contable de los impuestos sobre el mismo) se recoge en la última nota de la memoria del citado Plan contable de 1990. Esta nota está referida a una Cuenta de pérdidas y ganancias analítica, incluida en la memoria, en la que se determinan diversos resultados parciales, siendo uno de ellos el denominado valor añadido de la empresa, solución que presenta el claro inconveniente del carácter voluntario de su presentación¹.

A pesar del escaso arraigo del EVA/ERGD en el mundo empresarial español, algunas compañías presentaron dicho estado en sus informes anuales. Uno de los casos más destacados fue el de Telefónica (de titularidad pública en aquellos momentos) que en su memoria anual de 1985 presentaba dentro del capítulo III “Economía y Finanzas” (Telefónica, 1985, p. 62) un EVA referido al último lustro (Tabla 2).

¹ Parece oportuno reiterar que, a pesar de lo recogido en algunos trabajos académicos, ni en el plan contable francés de la época ni en su homólogo español, aparece representado modelo alguno de EVA/ERGD; quizás la alusión al cálculo del valor añadido como uno de los escalones del resultado contable haya motivado tal confusión.

Tabla 2

Valor añadido de la empresa Telefónica (años 1981-1985)

VALOR AÑADIDO DEL ÚLTIMO QUINQUENIO					
(Millones de Pesetas)					
	1981	1982	1983	1984	1985
Ingresos Totales (I)	+262.677	+310.829	+368.542	+428.865	+481.081
Trab. Sum. y Serv. Exter.	19.090	25.443	30.540	35.375	41.240
Gastos diversos de gestión	848	1.006	1.075	1.744	2.165
Total devengos al exterior	-19.938	-26.449	-31.615	-37.119	-43.405
Valor añadido	242.739	284.380	336.927	391.746	437.676
Retribución factor trabajo	99.134	117.439	132.765	144.686	159.572
Retribución factor capital	69.917	79.142	90.885	108.031	115.859
- Capital propio	23.497	26.434	27.095	32.214	38.649
- Capital ajeno	46.420	52.708	63.790	75.817	77.210
Impuestos	12.269	14.845	17.958	21.117	23.710
Sostenimiento de los medios de producción (dotación a amortizaciones, provisiones, reservas, etc.)	61.419	72.954	95.319	117.912	138.535
<i>(I) Incluye trabajos realizados por la Empresa para su inmovilizado</i>					

Fuente: Memoria anual. Compañía Telefónica Nacional de España (Telefónica, 1985, p. 62).

Así, el valor añadido se calculaba como diferencia entre los ingresos totales¹, que incluyen los trabajos realizados por la empresa para su inmovilizado, y los gastos externos de la entidad. La cifra resultante se reparte entre cuatro grupos sociales considerados importantes para los administradores de la sociedad: el *Factor trabajo*, que incluye salarios y demás gastos sociales; el *Factor capital*, discriminando aquí entre la retribución al capital propio de la empresa, por medio de dividendos a accionistas, y la correspondiente al capital ajeno, en forma de intereses devengados; el *Estado*, que

equivale a lo que aporta la empresa directamente a través de los impuestos (aunque sin precisar si, además del impuesto sobre beneficios, se incluyen otras cargas tributarias); y para finalizar, la propia empresa, es decir, las rentas que garantizan el sostenimiento de los medios de producción, por medio de dotaciones a la amortización², las provisiones³ y las reservas.

Con posterioridad y en el contexto del debate sobre la reforma de la regulación contable española para adaptarla a los avances que iban teniendo lugar en la normativa internacional, en el denominado *Libro Blanco*

¹ De la propia denominación de "Ingresos totales" cabría interpretar que, además del valor de la producción y otros ingresos afectos a la explotación, se estaría incluyendo el resto de ingresos generados en la empresa con independencia de su naturaleza o función, con lo que quizás la propia denominación de "valor añadido" no sea del todo precisa.

² En el Apéndice B se discutirá sobre la inclusión o no de las amortizaciones en el cómputo y la formulación de los conceptos de "valor bruto" y "valor neto".

³ Este es un concepto incluido en el Plan General de Contabilidad de 1973, en alusión a determinadas retenciones de resultados con un destino específico a la cobertura de riesgos.

para la Reforma de la Contabilidad en España (ICAC, 2002, p. 160) se propuso que, para aquellas grandes empresas que tuviesen un impacto relevante en el desarrollo de la economía nacional o de una región determinada, se incluyese una medida de la contribución a las grandes magnitudes del territorio de referencia, como por ejemplo al PIB (valor añadido) o a la renta generada, el empleo indirecto creado en el área de influencia o la contribución neta con los tributos pagados al sostenimiento de las cargas públicas.

Finalmente, en el vigente Plan General de Contabilidad, regulado mediante el *Real Decreto 1514/2007, de 16 de diciembre (BOE de 20 de diciembre)*, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad no se hace referencia alguna al concepto de valor añadido en los términos tratados en el presente trabajo.

Debe tenerse presente que, desde el punto de vista de la regulación contable, la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 1 (International Accounting Standard Board, 2006), declaró el carácter no obligatorio del EVA/ERGD al indicar que:

Muchas entidades también presentan, adicionalmente a sus estados financieros, informes y estados tales como informes medioambientales y estados del valor añadido, particularmente en sectores industriales en los que los factores del medioambiente resultan significativos y donde los trabajadores se consideran un importante grupo de usuarios. Estos informes y estados, presentados adicionalmente a los estados financieros, quedan fuera del alcance de las NIIF [Normas Internacionales de Información Financiera] (párr. 10).

Por consiguiente, el EVA/ERGD estaría fuera de los límites de la regulación contable internacional, posiblemente por considerar que los principales destinatarios de informes como los expuestos no son ni inversores ni prestamistas.

Por otra parte, el EVA/ERGD no ha sido ajeno a críticas que podrían explicar su declive más allá del argumento del cambio de orientación política producido en los gobiernos nacionales (Burchell *et al.*, 1985, Larrinaga, 2001).

Entre las principales limitaciones aducidas en torno al EVA/ERGD se incluye la posibilidad de generar confusión con la Cuenta de pérdidas y ganancias (Morley, 1979, p. 624, Pong y Mitchell, 2005, pp. 176-177), pues, ¿cómo cabría interpretar que el valor añadido fuese positivo mientras el resultado contable arroja cifras negativas? ¿no cabría la posibilidad de que los grupos de interés desconfiasen de este informe y sospechasen de la existencia de manipulación contable? Aunque autores como van Staden y Vorster (1998: 347) no encuentran evidencias de que modelos basados en el EVA tengan un poder predictivo, otros como Riahi-Belkaoui y Picur (1994, p. 59), Belkaoui y Picur (1999, p. 71), Bao y Bao (1998, p. 262), o Veras *et al.* (2015, p. 67), observan que el valor añadido explica mejor los rendimientos bursátiles que enfoques sustentados en la cuenta de resultados o los flujos de efectivo.

Otro elemento a considerar es el riesgo de gestión ineficiente (Morley 1979, p. 624). Es factible que, frente a la opción de subcontratar todos o parte de los procesos, se optase por mantener la producción en el seno de la empresa con el propósito de mostrar una cifra de rentas laborales más elevada y reducir la conflictividad social. Pong y Mitchell (2005, p. 177) observan que el sistema capitalista define unas reglas claras bajo las cuales aquellas empresas con mayores

beneficios serán las mejor posicionadas y las que sobrevivirán a largo plazo, lo cual puede afectar negativamente a la noción de equidad distributiva y, de paso, explicar el escaso arraigo de los EVA/ERGD, porque quizás estos documentos no estarían informando sobre algo que preocupe al inversor tradicional. Probablemente, en algo deba haber contribuido la visión neoliberal predominante desde finales de los años ochenta, basada en la maximización del valor para el accionista, donde la retribución a otros factores es considerada un coste o una reducción de su riqueza (Haller *et al.*, 2018, p. 69).

En sentido contrario, una crítica adicional está relacionada con los procesos de externalización de la mano de obra, bien mediante la subcontratación de operarios (vía empresas de trabajo temporal) o de actividades a otras compañías o bien mediante el recurso a la figura de los “falsos autónomos”. Así, procede hacer mención a la controversia suscitada tras la implantación de nuevos modelos de negocios sustentados en la denominada “economía colaborativa”, siendo uno de los casos más llamativos la “uberización” (Nerinckx, 2016, Fleming, 2017). En conexión con lo anterior, los avances en la robótica y la inteligencia artificial y la consiguiente sustitución de las personas por máquinas (físicas y virtuales) en tareas hasta hace poco impensables, también están teniendo su influencia en la configuración del EVA/ERGD al sustituir las rentas salariales como receptoras de renta, por las amortizaciones de activos, como generadoras de renta o como rentas retenidas según el modelo de estimación (neto o bruto) que se utilice (ver más adelante). Tanto en el caso de la externalización como en el de robotización, se estaría rompiendo con la idea de la “gran familia” de Nicklisch y sus seguidores y quizás con una de las principales justificaciones del EVA/ERGD como

visualización de las relaciones entre trabajo y capital.

La inexistencia de un modelo estandarizado de presentación que facilite la comprensión y comparación de informes es otro de los inconvenientes aducidos tanto por Morley (1979, p. 625) en su momento, como en la actualidad (Haller *et al.*, 2018), lo que podría ser indicativo de los escasos avances producidos hasta la fecha. Tal es así que parte de la literatura sobre el EVA/ERGD parece centrarse más en los formatos de presentación del informe, que en los aspectos valorativos o de análisis e interpretación de los datos.

No obstante, este inconveniente se salva, aunque parcialmente, gracias a las orientaciones en materia de información sobre sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI, 2014, 2016). Entre los contenidos básicos del informe propuesto por la GRI se encuentra una categoría denominada “Economía”, en la que se da cuenta, entre otros asuntos, del desempeño económico de la entidad (G4-EC1, en la versión de 2014; GRI 201, en la versión de 2016). En ese apartado se muestra el *valor económico directo generado y distribuido*, reseñándose los ingresos de la compañía y cómo se han distribuido, entre costes operacionales, salarios y beneficios de los empleados, pagos a proveedores de capital, pagos al gobierno (por país) e inversiones en la comunidad.

Nótese que si bien en el EVA clásico la base de reparto se obtiene de la diferencia entre el valor de la producción (o, en su caso, venta) de bienes y servicios y el valor de las adquisiciones exteriores necesarias para obtener dicha producción (o, en su caso, venta), en el modelo de la GRI se parte de todos los ingresos generados en el periodo y no del valor añadido. Por tanto, los proveedores de bienes y servicios son considerados como un grupo de interés más y no como

un input. En consecuencia, el valor económico generado según la GRI no se correspondería con el valor añadido en un sentido estricto. Se podría decir que más que un EVA, el modelo de la GRI es un estado de reparto de ingresos generados (que no de rentas). Asimismo, en el esquema básico de la GRI no se distingue entre dividendos e intereses abonados, sino que las rentas a los inversores financieros aparecen agregadas en una sola cifra, con lo que no es posible comparar las rentas salariales con las del capital-propiedad, uno de los aspectos claves del EVA/ERGD. No queda claro si tal

decisión ha sido intencionada o no.

Ahora bien, aunque se siga el modelo de la GRI pueden observarse diferencias en la presentación. A título ilustrativo cabe citar los informes de Iberdrola de 2018 e Inditex de 2017 (ver Tablas 3 y 4). Mientras el primero se muestra de acuerdo con el principio del devengo, el segundo lo hace bajo el principio de caja o efectivo, con un Estado de flujos de caja social. En cualquier caso, todos estos informes se caracterizan por no explicar cómo se han obtenido las cifras presentadas¹.

Tabla 3

Valor económico directo generado y distribuido en Iberdrola (2016-2018)

201-1			
Valor económico directo generado, distribuido y retenido (millones €)	2018	2017	2016
Total Iberdrola			
Ingresos (ventas y otros ingresos)	36.273	32.714	30.706
Costes operativos	22.433	20.446	18.588
Retribución a empleados (sin coste seguridad social empresa)	2.387	2.517	2.260
Pagos a proveedores de capital	2.402	2.916	2.692
Pagos a Administraciones Públicas	3.096	2.723	2.740
Inversiones en beneficio de la comunidad (verificado de acuerdo al Modelo LBG)	54	63	36
Valor económico retenido	5.901	4.049	4.390

Fuente: Estado de información no financiera. Informe de sostenibilidad. Ejercicio 2018 (Iberdrola, 2019, p. 71).

¹ Incluso, si se entra en matices, el apartado de *Retribuciones a empleados (sin coste seguridad social empresa)* del informe de Iberdrola se presenta sin incluir los costes de seguridad social a cargo de la empresa, a pesar de que la GRI indica que en esta partida recoge, además de los salarios de los empleados, las cantidades que se abonan a instituciones gubernamentales (impuestos, exacciones y fondos para desempleo) por cuenta de los empleados y las aportaciones sociales periódicas (pensiones, seguros, vehículos de empresa y salud privada), entre otras.

Tabla 4*Cash flow social del grupo Inditex (2016-2017)*

CASH FLOW SOCIAL (millones de euros)	2017	2016
Efectivo neto recibido por la venta de productos y servicios	25.336	23.311
Flujo recibido de inversiones financieras	26	21
Efectivo recibido por ventas de activos	381	n.a.
Total flujo de valor añadido	25.743	23.332
Distribución del flujo de valor añadido		
Remuneración a empleados por sus servicios	3.961	3.643
Impuesto sobre beneficios pagado	1.029	798
Devolución de deuda financiera	-47	53
Dividendos entregados a los accionistas	2.127	1.871
Inversión en programas sociales	48	40
Caja retenida para crecimiento futuro	759	833
Pagos realizados fuera del Grupo por compra de mercancía, materias primas y servicios	16.088	14.649
Pagos realizados para inversiones en nuevos activos productivos	1.778	1.445
Total distribución de flujo de valor añadido	25.743	23.332

Fuente: *Balance de sostenibilidad 2017*, por Grupo Inditex (2018).

Otra dificultad atribuida al EVA/ERGD es que el proceso de distribución del valor añadido no necesariamente está directamente relacionado con los partícipes que han contribuido a su obtención, surgiendo dudas acerca de la propia delimitación de quién puede ser calificado de partícipe y quién no (Morley 1979, pp. 623-624). Si la idea básica es que la renta debe ser repartida entre los que la han generado, puede no quedar claro, por ejemplo, en qué ha contribuido el gobierno a la obtención de la renta, sobre todo cuando su participación no está directamente asociada al valor añadido sino al resultado contable (ajustado por las diferencias temporarias y permanentes correspondientes, más las deducciones y bonificaciones que procedan). Cómo se indicó antes, incluso en el modelo propugnado por la GRI los proveedores de bienes y servicios son

considerados un grupo de interés relevante mientras que en los modelos clásicos no, quizás por existir un mayor interés no por cómo se genera la renta, sino a quién se distribuye, dada la preocupación de dicha organización por la cadena de suministro y la conflictividad asociada a las desigualdades entre países. También, y siguiendo con el modelo de la GRI, también cabría cuestionarse en qué medida la sociedad en general y las diferentes comunidades en particular han contribuido a la generación de la renta como para figurar como destinatarios de la misma.

Aunque en su momento se aducía como inconveniente los costes de formulación del estado contable (Morley 1979, p. 625), en la actualidad pueden considerarse irrelevantes. Es más, debido a los desarrollos acaecidos en materia de información financiera, el usuario puede

construir su propio EVA/ERGD partiendo directamente de los datos contenidos en las cuentas anuales, tal y como se expondrá a continuación. En el estudio realizado por Stainbank (2009, p. 144) con directores financieros de empresas sudafricanas, uno de los argumentos adversos al EVA fue precisamente que, en cualquier caso, los datos podían ser obtenidos directamente de los estados financieros. Esta simple pero importante observación podría solventarse si dicho informe aportase, nunca mejor dicho, un “valor añadido” al análisis, por ejemplo, incluyendo la distribución salarial por categorías y género, o los tributos y subvenciones por áreas geográficas. Por otra parte, Haller *et al.* (2018, pp. 776-777) observan que los EVA publicados por las empresas suelen carecer de precisión conceptual, claridad y utilidad, llegándose incluso a aplicar técnicas de ofuscación que impiden conciliar los datos aportados con los que figuran registrados en los estados financieros.

Por último, la información contenida en dicho estado no sugiere que sea un mecanismo apto para resolver la naturaleza conflictiva de la negociación colectiva y favorecer la cooperación, ya que en términos relativos los trabajadores son generalmente el colectivo con mayor peso en el EVA/ERGD y los demás grupos de interés podrían argumentar una posición desfavorecida. Por eso no ha sido usado por los sindicatos en la negociación colectiva (Pong y Mitchell, 2005, p. 194). Nótese que incluso en el modelo de la GRI no se explicita la conveniencia de separar entre retribuciones del personal y remuneraciones de la alta dirección y del consejo, como sí se propone, por ejemplo, en la Resolución Técnica FACPCE 36, sobre balance social, emitida en Argentina (CPCECABA, 2013). Esto es

especialmente relevante pues en países como España la brecha salarial entre los trabajadores y la alta dirección y el consejo se ha ido agrandando con el paso del tiempo, con independencia de la situación económica (Fernández, 03 de mayo de 2015, Vélez, 08 de mayo de 2019, ICSA Grupo, 2020) e, incluso, sin que exista una correlación entre la remuneración de los consejeros ejecutivos y la cotización de las empresas (Gómez, 2019, p. 152).

Asimismo, y quizás sea lo más interesante, en los modelos conocidos de EVA/ERGD se omiten los beneficios por tenencia de acciones y los incentivos basados en opciones sobre acciones: aunque no se percibiesen dividendos, los accionistas (o en su caso directivos) obtienen rentas implícitas gracias la evolución del mercado que pueden materializarse en caso de venta, que no son visibles en el dicho estado¹ (Pong y Mitchell, 2005, pp. 189-190). Aunque también es cierto que podría hacer visible el creciente peso de las retribuciones monetarias de los altos directivos y administradores, si se llevase a cabo la correspondiente diferenciación informativa entre trabajadores y la cúspide de la organización. A este respecto, procede señalar que en la *Directiva (UE) 2017/828, de 17 de mayo de 2017, por la que se modifica la Directiva 2007/36/CE en lo que respecta al fomento de la implicación a largo plazo de los accionistas* (párrs. 28 y 29 de los considerandos) se ha puesto de manifiesto la preocupación del Parlamento Europeo y del Consejo por el riesgo de ausencia de correlación entre la remuneración los miembros del órgano de administración de las sociedades cotizadas y su desempeño como tales, así como por la inexistencia de una información clara, comprensible y comparable,

¹ En el estudio de Pong y Mitchell para el periodo 1994-2003 la relación renta trabajadores / dividendos calculada según el EVA era de 8,1 a 1, pero si se consideraba la variación en la capitalización bursátil en vez de los dividendos, la relación bajaba a 1,8 a 1.

acerca de la retribución de los consejeros. Además, en España recientemente la Comisión Nacional del Mercado de Valores (2021) estaba trabajando en una modificación de la circular que regula el informe anual de remuneraciones de los consejeros (IARC), al objeto de que se incluyese

un cuadro en el que se pueda observar la evolución durante los últimos cinco años de la variación relativa anual de la remuneración anual de cada consejero, de la remuneración anual media de empleados no consejeros y del resultado anual de la entidad. (p.38)

Calculando el valor añadido / renta generada

A diferencia de lo acontecido en el ámbito de la Contabilidad Nacional, donde se dispone de un modelo de sistema de cuentas nacionales estandarizado (véase, por ejemplo, el SEC 2010), la metodología de diseño y formulación del EVA/ERGD ha sido una cuestión controvertida en el contexto de la Contabilidad Financiera, sin que se hayan consensuado unas normas específicas para calcular la magnitud valor añadido y, una vez obtenido éste, reflejar su distribución entre los distintos participes, lo que se ha traducido en propuestas como las de Gonzalo y Pérez (2017) para que se aborde su normalización. Existe bastante literatura en torno a la estructura de este informe (por ejemplo, Gorosito, 1997, Pastor *et al.*, 2011, Azcárate y Fernández, 2013, Haller y van Staden, 2014), por lo que en la presente sección se abordará su contenido desde una perspectiva analítica. En el Apéndice B se incluyen diferentes apreciaciones y observaciones en torno a posibles aspectos interpretativos acerca de la ubicación y/o agregación de determinadas partidas.

Las diferentes magnitudes que conforman el resultado contable pueden ser delimitadas, de forma simplificada y en principio, de acuerdo con la siguiente expresión:

$$RCO = IV - C + VEx - AD - GP - GFI - Tax$$

donde:

RCO: Resultado contable ordinario

IV: Ingresos por ventas

C: Compras de bienes y servicios comerciales

VEx: Variación de existencias

AD: Amortizaciones y deterioros

GP: Gastos de personal

GFI: Gastos financieros por intereses

Tax: Impuestos

Si se sustraen los dividendos (*Div*), se obtendría el resultado retenido o renta retenida (*RR*). Es decir:

$$RR = IV - C + VEx - AD - GP - GFI - Tax - Div$$

Si a continuación, se realizan determinados cambios de posición, se obtienen las dos expresiones que conforman sendos enfoques básicos de cálculo del valor añadido, bien como información de gestión (centrada en su obtención), bien como información social (centrada en la distribución entre los grupos de interés tradicionales):

$$VA = IV - C + VEx - AD = GP + GFI + Tax + Div + RR$$

Así, en el segundo caso, es obvio que la variable *GP* se asocia a las rentas recibidas por los trabajadores (incluyendo las de carácter indirecto como las cotizaciones a la seguridad social o las aportaciones a planes de pensiones), mientras que *GFI* alude a las transferidas a los prestamistas, *Tax* al gobierno, *Div* a

los accionistas y RR, también a los accionistas, aunque retenidas en la propia empresa¹. Como señala Bagieńska (2016, p. 97), aunque el valor añadido no puede ser la única medida del desempeño, “*el lado derecho de la ecuación tiene un gran valor cognitivo, desde que muestra al lector las direcciones de la distribución de los valores obtenidos.*”

La propia noción de valor añadido está sujeta a matices en virtud de la ubicación de las diferentes partidas a un lado o al otro de la expresión. Así, cabe hablar en primera instancia de valor añadido bruto (VAB) y valor añadido neto (VAN) (*ceteris paribus*), atendiendo a la ubicación de las amortizaciones y deterioros, bien como renta retenida en la empresa, bien como componente de los costes de producción:

$$VAB = IV - C + VEx = GP + GFI + Tax + Div + [RR + AD]$$

$$VAN = IV - C + VEx - AD = GP + GFI + Tax + Div + RR$$

Otra distinción es la basada en los enfoques de las compras (C) y del coste de las ventas (CV) (*ceteris paribus*), según se considere la variación de existencias como menor valor de las rentas retenidas o como integrante del coste de producción, es decir:

$$VA(C) = IV - C - AD = GP + GFI + Tax + Div + [RR - VEx]$$

$$VA(CV) = IV - C + VEx - AD = GP + GFI + Tax + Div + RR$$

En la entidad pueden producirse rentas adicionales al valor añadido, susceptibles de distribución entre los grupos de interés. Así, existen ingresos y gastos que junto con el valor añadido contribuyen a la generación de rentas, tales como los rendimientos de las inversiones financieras, rentas de la propiedad, beneficios y pérdidas

por enajenación de activos no corrientes e instrumentos financieros, plusvalías y minusvalías por mera tenencia de activos disponibles para la venta, ingresos por subvenciones de capital recibidas, gastos extraordinarios o resultados de operaciones de combinaciones de negocios, etc. Un ejemplo se encuentra en las sociedades de cartera, donde los rendimientos financieros tienen un peso relevante en los ingresos de la entidad y que al constituir rentas de capital y no de la actividad productiva quedarían fuera del EVA (en la práctica se reconocen contablemente como integrantes de la cifra neta de negocios). Esto puede dar lugar a la paradoja de que las rentas distribuidas sean mayores que el valor añadido generado, toda vez que, por un mero cuadro contable, todas las rentas generadas deben ser igual a las rentas distribuidas.

Un modelo que no tenga en cuenta dichas partidas se presumirá como insuficiente para mostrar la realidad de la generación y distribución de las rentas, lo que conlleva expandir la noción de valor añadido. Por lo tanto, el valor añadido no sería más que una de las diferentes clases de rentas generadas, cuya agregación conformaría el total de rentas generadas y distribuidas del ejercicio (RGDE). Así, si se considera la siguiente versión ampliada de cuenta de resultados:

$$RCE = IV - C + VEx - AD - GP - GFI - Tax + S + OI - OG$$

donde:

RCE: Resultado contable del ejercicio

S: Subvenciones y otras ayudas públicas imputadas al resultado

OI: Otros ingresos

OG: Otros gastos

¹ En el Apéndice B se matiza y detalla el contenido de estas partidas.

Entonces, suponiendo que se adopta el enfoque del coste de la venta y de la renta neta:

$$RGDE = IV - C + VEx - AD + S + OI - OG = GP + GFI + Tax + Div + RRae$$

donde:

RRae: Renta retenida ajustada partiendo del resultado del ejercicio

Entrando en el ámbito de los matices, cabe reseñar que en el denominado “método alemán” (recogido por Reichman y Lange, 1980, p. 529), al representar los fondos destinados al gobierno, estos figuran minorados por las subvenciones recibidas, lo que permite reflejar en un mayor grado la imagen fiel de la distribución a este grupo de interés, dado el posible carácter controvertido de esta figura (Gracia, 2013). Considerando el modelo RGDE, se puede presentar una versión alternativa donde las transferencias al gobierno se muestren netas de subvenciones, suponiendo que se adopta el enfoque del coste de la venta y de la renta neta:

$$RGDE = IV - C + VEx - AD + OI - OG = GP + GFI + [Tax - S] + Div + RRae$$

Un refinamiento de los modelos anteriores consistiría en considerar no solo los ingresos y gastos imputados al resultado contable, sino además los aparcados transitoriamente en el patrimonio neto, mientras se verifican las condiciones pertinentes para su traslación al resultado, cuya agregación conforma el resultado global. De esta forma, cabría distinguir entre Rentas generadas y distribuidas del ejercicio (RGDE) y Rentas

generadas y distribuidas globales o totales (RGDT) (*ceteris paribus*). Si

$$RCT = RCE + ACV + SDL$$

donde:

RCT: Resultado contable global o total

ACV: Ajustes por cambio de valor registrados en patrimonio neto durante el ejercicio

SDL: Subvenciones, donaciones y legados recibidos durante el ejercicio e imputados a patrimonio neto

Entonces, suponiendo que se adopta el enfoque del coste de la venta y de la renta neta:

$$RGDT = IV - C + VEx - AD + S + OI - OG + ACV + SDL = GP + GFI + Tax + Div + RRat$$

donde:

RRat: Renta retenida ajustada partiendo del resultado global

Algunas de las alternativas expuestas han tenido su reflejo en la historia reciente del EVA o, si se prefiere más propiamente, el ERGD. Así, en el modelo de EVA propuesto en *The Corporate Report* (ASSC, 1975, p. 50) se seguía un enfoque basado en las compras, al excluir las existencias del cómputo del valor añadido, quizás por su conexión inmediata con el impuesto sobre el valor añadido, combinado con el enfoque del valor añadido bruto, pues las amortizaciones se consideraban integrantes de las rentas retenidas.

Sin embargo, en el denominado “método alemán” (Reichman y Lange, 1980) se opta por los enfoques del coste de las ventas (al incluir la variación de existencias en el cálculo del valor añadido y del valor neto (al deducir las amortizaciones del cómputo del valor añadido y no integrarlas en las rentas retenidas). Además, se consideraban todas las rentas generadas en la empresa, no solo el valor añadido (aunque lo denominasen “valor añadido de la empresa”, por contraposición al “valor añadido de la actividad”, que no tenía en cuenta las operaciones ajenas a la explotación). Esta orientación se ha mantenido en la actualidad, como lo demuestra el ejemplo de estado de valor añadido del Grupo Volkswagen citado anteriormente (Tabla 1).

En lo que respecta al modelo español, tributario a su vez del francés, recuérdese que ni uno ni otro proponía un EVA, si bien al calcular el valor añadido el PGC de 1990 se parecía al alemán en que seguía el enfoque del coste de la venta, pero al ubicar las amortizaciones, estas quedaban excluidas del cómputo del valor añadido.

De cara a los estudios de caso propuestos en el presente trabajo, se partirá de la noción de rentas generadas a partir del resultado del ejercicio. Suponiendo que se adopta el enfoque del coste de las ventas y de la renta neta:

$$RGDE = IV - C + VE_x + S + OI - AD - OG = GP + GFI + Tax + Div + RRae$$

Si se escoge el segundo término de la expresión:

$$RGDE = GP + GFI + Tax + Div + RRae,$$

dado que

$$RRae = RCE - Div,$$

se puede simplificar la expresión para permitir su fácil tabulación a partir de los datos contables:

$$RGDE = GP + GFI + Tax + Div + [RCE - Div]$$

Nótese que, como se indicó más arriba, salvo que se pretenda que el EVA/ERGD aporte información adicional a la meramente contenida en los estados contables convencionales (por ejemplo, la distribución salarial por categorías y género) no parece que sea imprescindible disponer de tal informe, aunque sí definir claramente los criterios de reconocimiento y valoración pertinentes para identificar y valorar las rentas realmente percibidas por cada grupo de interés.

Breve análisis comparativo de tres ejemplos de reparto de rentas generadas

Cómo se obtuvieron los datos y qué metodología se implementó para su análisis

Para seleccionar las muestras de empresas utilizadas en la comparativa se recurrió a la base de datos SABI (2019) propiedad de la empresa Informa S.A., y gestionada por Bureau van Dijk Electronic Publishing. Esta base de datos recoge informes económicos y financieros de más de un millón de empresas en España.

El criterio de selección se basó en la actividad principal desarrollada por las empresas a analizar (en este caso, automoción, construcción de edificios, y alojamiento), debiendo estar inscritas en España y activas durante todo el periodo de análisis, el cual abarcaba de 2008 a 2019, además de presentar sus cuentas anuales bajo el Plan General de Contabilidad de 2007 en el formato normal. A tal objeto se recurrió a la Clasificación CNAE (2009), centrándose en las sociedades cuyos códigos primarios fuesen los siguientes:

29. *Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques*

412. *Construcción de edificios*

551. *Hoteles y alojamientos similares*

552. *Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia*

El resultado obtenido tras una búsqueda realizada el 25 de febrero de 2021, fue de 188 sociedades dedicadas a la producción automovilística, 183 a la construcción y 265 al alojamiento.

La razón justificativa de haber seleccionado estos tres sectores radica en su obvia diferenciación en cuanto al peso de la tecnología y la mano de obra. Así mientras el sector de automoción es intensivo en el consumo de inmovilizado; la construcción y el alojamiento hotelero lo son en el uso de mano de obra. Por otra parte, el sector de la construcción fue uno de los damnificados durante la crisis de 2008 y el sector del alojamiento hotelero es considerado estratégico en una economía dependiente del turismo como es la española.

A continuación, y mediante la aplicación STATA 11.2, se extrajeron y adaptaron los datos requeridos para obtener las partidas contables relacionadas con el reparto de las rentas generadas, es decir: Resultado del ejercicio (*RCE*), Gastos de personal (*GP*), Gastos por intereses (*GFI*), Impuestos sobre beneficios y Otros tributos (*Tax*), Dividendos (*Div*), Subvenciones y otras ayudas públicas imputadas al resultado (*S*). Los datos relativos a la cifra de dividendos procedieron del Estado de cambios en el patrimonio neto, mientras que los correspondientes a las restantes partidas se obtuvieron de la Cuenta de pérdidas y ganancias.

Posteriormente, se redactaron, para cada sector analizado, varias tablas que mostrasen para los diferentes ejercicios anuales la distribución de la renta

generada entre los grupos de interés y la propia empresa, siguiendo el enfoque neto, tanto en términos absolutos como porcentuales. Asimismo, y para cada sector se elaboraron tablas en las que se mostraba la relación entre subvenciones y tributos, así como entre las propias rentas generadas, en función de si se incluía o no la amortización en los cálculos. Con los datos obtenidos se llevó a cabo un análisis descriptivo y comparativo de las tendencias observadas en las variables propuestas, tanto en términos absolutos como relativos, señalando las similitudes y diferencias entre los sectores analizados.

Entre las principales limitaciones de los ejemplos propuestos se encuentra que al haber extraído directamente los datos alusivos a los gastos de personal de la Cuenta de pérdidas y ganancias, no ha sido posible diferenciar los salarios de los directivos y el consejo de administración del resto de trabajadores de la empresa. Tampoco se dispone de la distribución salarial por géneros. Otra limitación es que las rentas de los accionistas solo abarcan los dividendos percibidos, no así las plusvalías por mera tenencia generadas tras la adquisición de los títulos. Finalmente, cabe reseñar que los datos utilizados se presentan en términos nominales sin deflactar, por lo que se ha obviado el posible impacto de la inflación.

Presentación y análisis de los datos

En el Apéndice A se expone una estadística descriptiva básica (suma total, media, mediana y percentil 75) del activo, el patrimonio neto, la cifra neta de negocios y el resultado para los años 2008, 2012 y 2019. En 2012 se obtuvo el peor resultado contable medio de la serie estadística para el conjunto de las 628 empresas incluidas en el estudio (-976.001 miles de euros) en comparación con el obtenido al principio de periodo de análisis (776.651 miles de euros) y al final del mismo (2.157.024 miles de euros). También en dicho apéndice se muestra el reparto de las rentas siguiendo el enfoque

neto (Tablas A2 a A4), la comparativa de impuestos brutos versus impuestos netos (tras considerar el efecto de las subvenciones) (Tabla A5), así como las cifras totales de amortización (Tabla A6), a fin de facilitar al lector el análisis de datos con otros posibles enfoques.

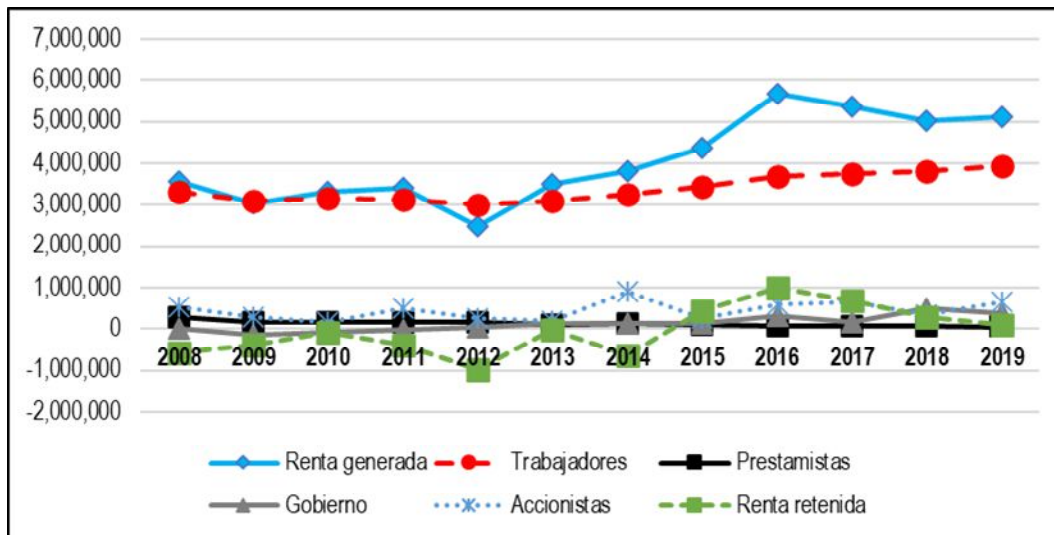
En las siguientes líneas se presentan de manera gráfica las distribuciones de rentas generadas en los sectores de automoción, construcción de edificios y alojamiento hotelero, para el periodo 2008-2019 siguiendo el enfoque neto, esto es, tras deducir de la renta generada bruta las amortizaciones.

De la lectura de las Figuras 1, 2 y 3, cuyos datos se presentan en términos absolutos, parece observarse la existencia de un comportamiento diferenciado en los tres sectores. Así mientras las rentas generadas en las empresas de la muestra del sector de automoción mantuvieron una tendencia estable hasta 2013, con una leve caída en 2012, para después empezar a crecer a partir de 2013; las rentas del sector de la construcción no han hecho sino caer desde 2008, alcanzando su punto más bajo en 2014 para después mantenerse estacionarias hasta 2016 en que se observa un leve repunte. Por último, las compañías del sector de alojamiento hotelero se mantuvieron relativamente estables, con dos leves caídas en 2009 y 2012, comenzando a crecer a partir de

2013 y estabilizándose en 2017. En resumidas cuentas, y desde el punto de vista de un análisis preliminar de tendencias parece que el sector de la construcción ha sido el que peor desempeño ha tenido durante el periodo de análisis y que, en términos absolutos, las rentas del trabajo parecen crecer levemente al final del periodo de análisis. Si se realiza un sencillo análisis de correlaciones con los datos agregados de cada año para un nivel de significación del 1%, en el caso del sector de automoción existe una relación significativa y positiva entre las rentas generadas y las distribuidas al personal, al gobierno y a la propia empresa, no observándose que sea significativa en las rentas a los prestamistas y a los propietarios. Similares resultados se obtienen en el caso del sector de la construcción, excepto en lo que respecta a las rentas retenidas, donde la correlación no es significativa. Es en el sector de alojamiento, donde todas las correlaciones son significativas con valores positivos, excepto en el caso de las rentas a los prestamistas cuyo coeficiente de correlación es significativo, pero negativo. Como curiosidad, procede comentar, sin perjuicio de otras correlaciones entre variables, que sólo en el caso del sector del alojamiento existe una correlación significativa entre las rentas al personal y las rentas a los propietarios y a la propia empresa, arrojando los coeficientes un valor positivo.

Figura 1

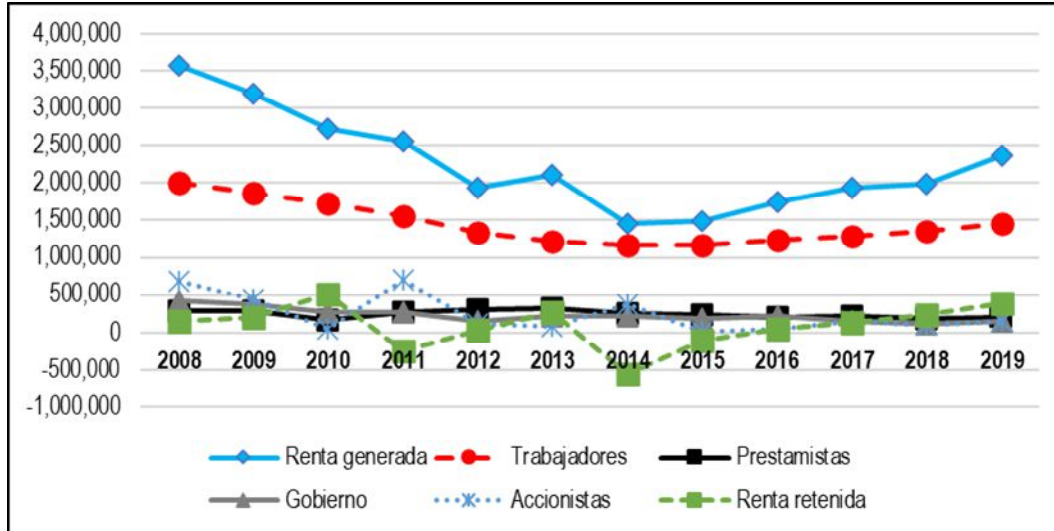
Distribución de rentas generadas en el sector de automoción, enfoque neto (miles de euros)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

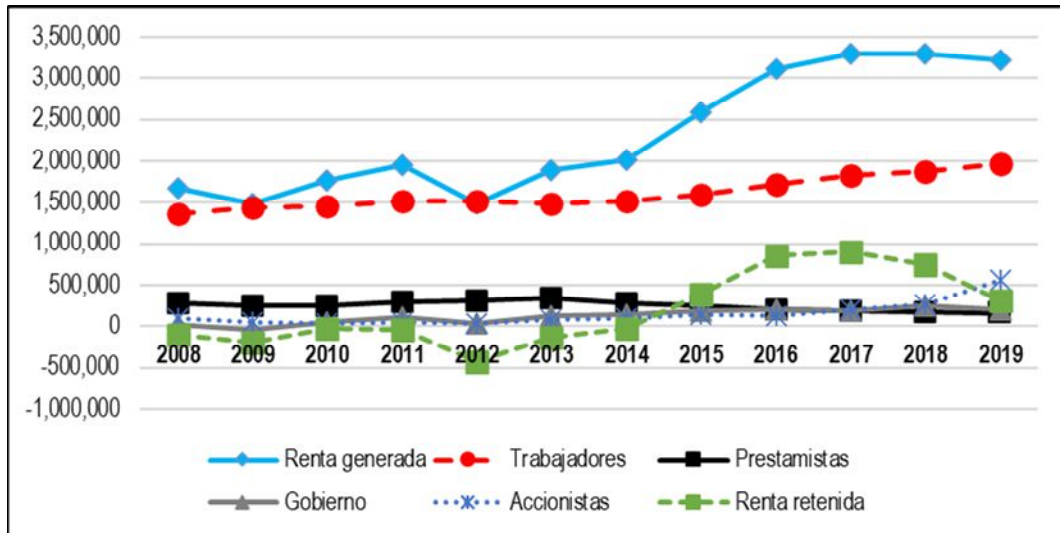
Distribución de rentas generadas en el sector de construcción, enfoque neto (miles de euros)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Distribución de rentas generadas en el sector de alojamiento hotelero, enfoque neto (miles de euros)



Fuente: Elaboración propia.

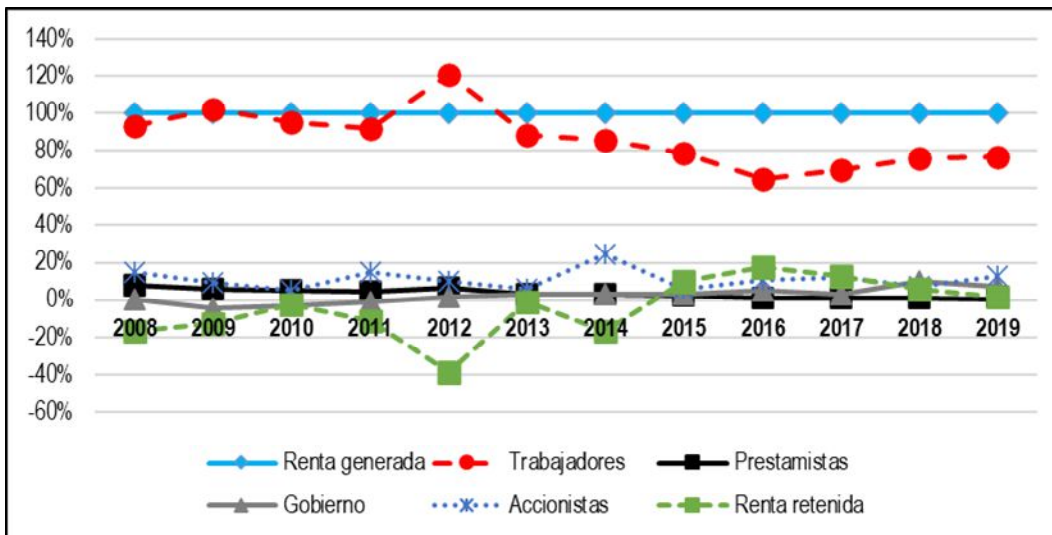
Ahora bien, en las Figuras 4, 5 y 6 se muestra la distribución porcentual de las rentas generadas, tomando éstas el valor 100¹. Lo primero que destaca es el peso de las rentas del trabajo frente a los demás grupos de interés y la propia empresa, siendo los años 2009 y 2012 cuando o bien llegan a absorber el 100% de la renta generada o bien lo superan, excepto en el sector de la

construcción. Asimismo, las rentas retenidas muestran un comportamiento claramente adverso pues en determinados periodos sus valores son negativos, indicativo de que se estaría produciendo una transferencia de renta de las propias empresas a los grupos de interés.

¹ El cálculo se ha hecho a partir de los datos agregados que se muestran en las tablas del Apéndice A.

Figura 4

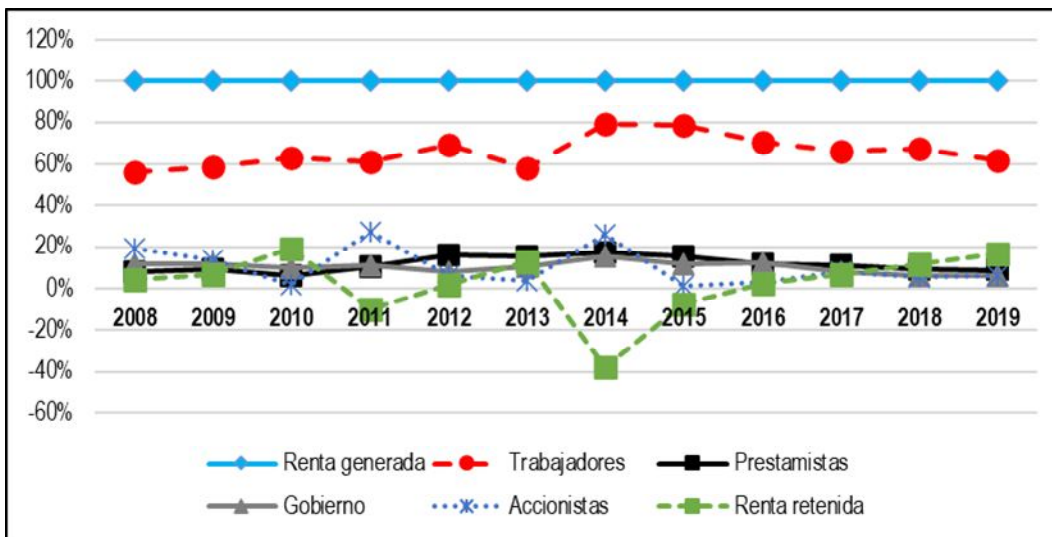
Distribución de rentas generadas en el sector de automoción, enfoque neto (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5

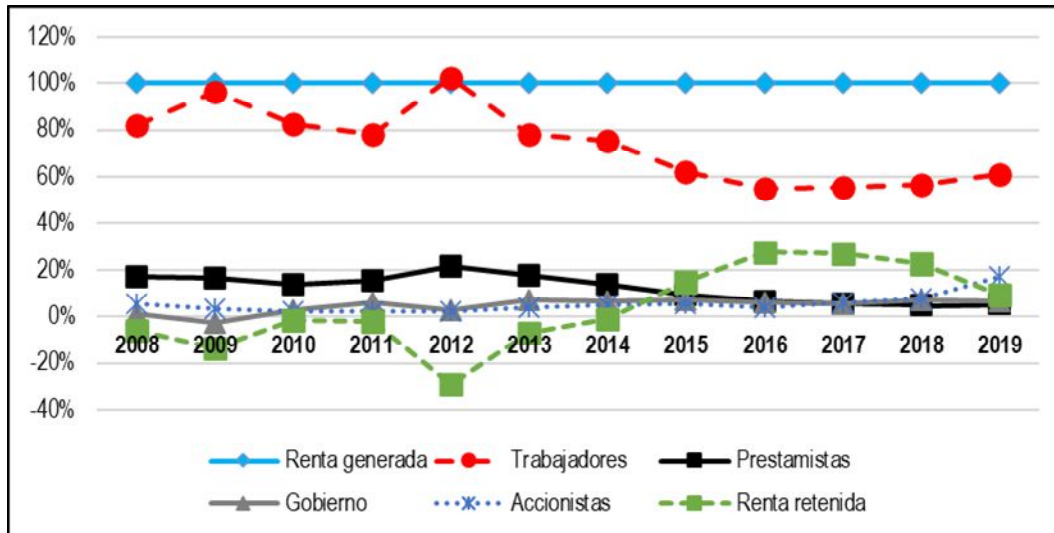
Distribución de rentas generadas en el sector de construcción, enfoque neto (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6

Distribución de rentas generadas en el sector de alojamiento, enfoque neto (porcentaje)



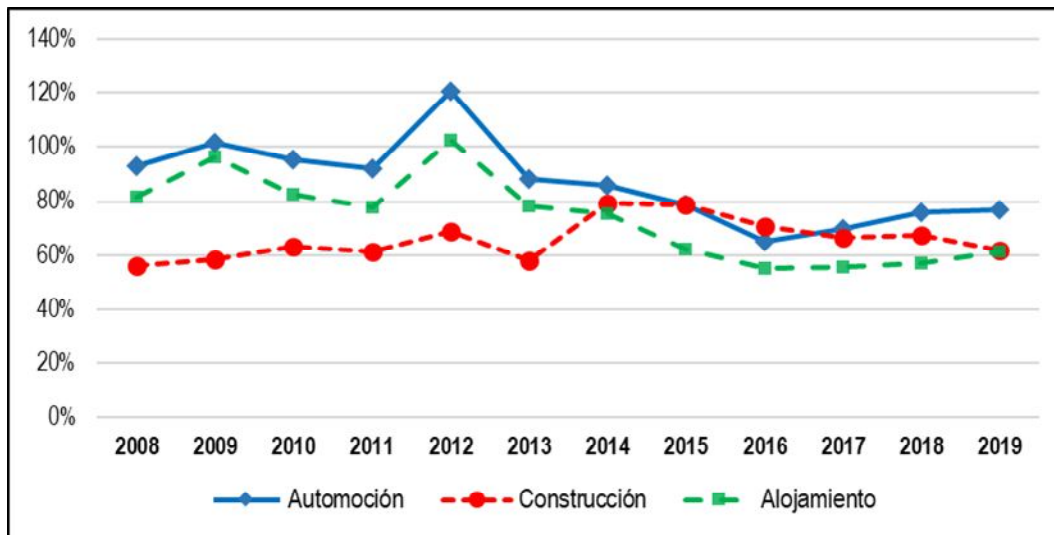
Fuente: Elaboración propia.

Dado el peso relativo de las rentas del trabajo en la distribución de las rentas generadas, parece oportuno realizar una comparativa en los tres sectores, observándose en la Figura 7 cómo en el año 2012 se produce la mayor participación de los trabajadores, tanto en el sector de la automoción como en el del alojamiento, al absorber incluso más del 100% de las rentas generadas. Sin embargo, a partir de 2013 se produce una disminución paulatina, que se irá traduciendo en una convergencia de los tres sectores.

Así, en 2019 la automoción y el alojamiento hotelero se sitúan en cifras inferiores a las de 2008 (77% frente al 93%, en el primer caso, y 61% frente a 82% en el segundo caso). Obsérvese que en el sector de la construcción la participación de las rentas del trabajo acaba siendo mayor al final del periodo de análisis que al inicio del mismo (62% frente al 56%), para la muestra de empresas considerada, si bien es observable su declive desde 2015.

Figura 7

Importancia relativa de las rentas del trabajo en los tres sectores, enfoque neto (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia.

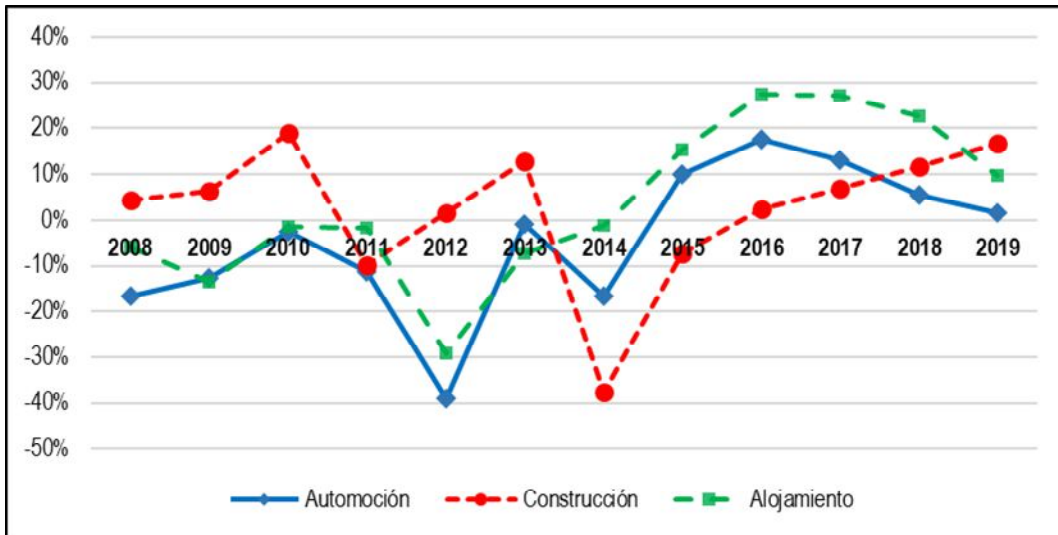
Si, en términos porcentuales, se comparan las rentas retenidas en las empresas que conforman los tres sectores, éstas habrían estado sacrificando sus propias rentas para atender a los restantes partícipes.

Como se expone en la Figura 8, es a partir de 2015, tras diferentes vaivenes, cuando comienzan a remontar, si bien es el sector de la construcción el que manifiesta una tendencia creciente a largo plazo. Tras los vaivenes

experimentados hasta 2013, la automoción y el alojamiento hotelero comienzan a despegar a partir de 2015, llegando a alcanzar porcentajes de rentas retenidas del 18% y el 27% respectivamente en 2016, si bien a partir de este año, el ritmo de retención de rentas disminuye. Nótese que estos incrementos parecen coincidir con la reducción en la participación en las rentas experimentadas por los trabajadores.

Figura 8

Importancia relativa de las rentas retenidas, enfoque neto (porcentaje)



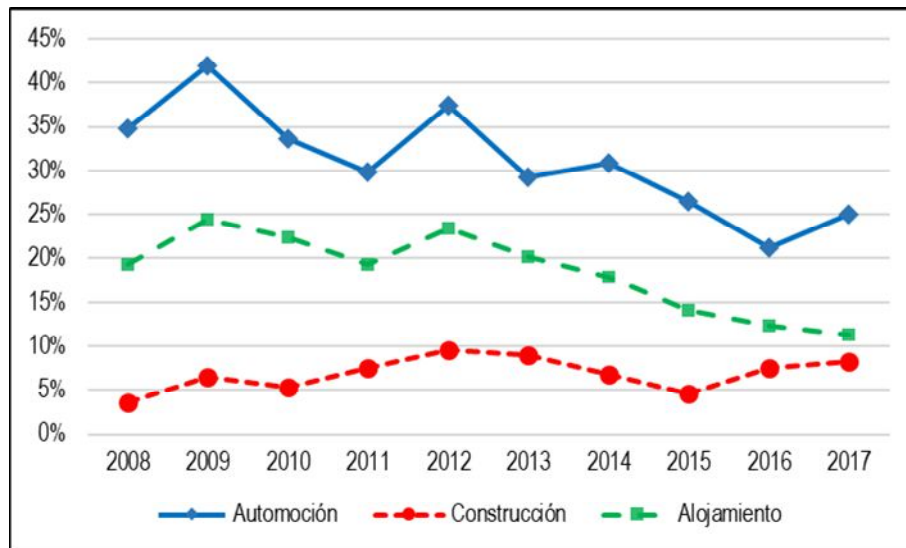
Fuente: Elaboración propia.

Un último apunte cabe hacer en torno a la importancia relativa de la amortización con respecto a las rentas generadas, reflejada en la Figura 9. Como era de esperar, el sector de automoción se caracteriza por el mayor peso

de esta partida, seguido del alojamiento hotelero y por último de la construcción, con una tendencia decreciente en los dos primeros casos y una leve alza en el tercero.

Figura 9

Importancia relativa de la amortización, enfoque neto (porcentaje)



Fuente: Elaboración propia.

Principales conclusiones

En los últimos tiempos se ha observado una revitalización del EVA/ERGD, bajo nuevos ropajes, gracias a la GRI 201 (2016) que incluye un estado que muestra el valor económico directo generado y distribuido. Si bien no es exactamente igual, en la fase de reparto, al EVA/ERGD tradicional, pues su base de cálculo no es la renta sino los ingresos ordinarios y extraordinarios (con lo que hace visible a los proveedores de bienes y servicios como un grupo de interés más) representa un intento por mostrar quiénes son los colectivos beneficiarios de la actividad desarrollada por la empresa. Aunque el esfuerzo realizado en el seno de la GRI debe ser tenido en consideración, algunos aspectos deben ser objeto de

reflexión, como la opcionalidad entre un modelo de presentación basado en el principio de devengo y otro sustentado en el principio de caja; la no distinción y separación entre propietarios y prestamistas como destinatarios de rentas, o la discusión sobre si la sociedad en general debe ser considerada como un destinatario de rentas o un beneficiario filantrópico.

Es de esperar que se refuerce la presentación de modelos de informes basados en la filosofía del EVA con la implantación de la *Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos*,¹ y la

¹ Esta directiva, no propone un tipo de estado financiero específico, aunque en ella se declare como objetivo mostrar con mayor exactitud e información el valor que la entidad crea para la sociedad y el medio ambiente, entre otros, dentro de la Estrategia de la Unión Europea sobre responsabilidad social de las empresas (*Comunicación de la Comisión de 25 de octubre de 2011*).

Directiva (UE) 2017/828 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de mayo de 2017, por la que se modifica la Directiva 2007/36/CE en lo que respecta al fomento de la implicación a largo plazo de los accionistas.

Asimismo, en el presente trabajo se ha podido constatar que la estimación del valor añadido / renta generada de una empresa y su distribución entre los grupos de interés relevantes es relativamente fácil si se dispone de los datos contenidos en la Cuenta de pérdidas y ganancias y el Estado de cambios en el patrimonio neto. Que ello sea factible, sin necesidad de realizar ningún tipo de ajuste contable especial, hace que quepa cuestionarse la necesidad de diseñar un estado contable específico, salvo que en el mismo se aporte información adicional como la distribución de rentas salariales por categorías y género, o el reparto por zonas geográficas relevantes.

Cuestiones diferentes al mero cómputo de los datos son las relativas a los criterios contables a adoptar para determinar la base de reparto (valor bruto versus valor neto), la decisión en torno a si se sigue el principio de devengo o el de caja, o si, por ejemplo, las transferencias al gobierno deben mostrarse netas de subvenciones (en el Apéndice B se incluyen varias reflexiones al respecto); asuntos que, en definitiva, afectan al requisito de comparabilidad de la información financiera.

También está el aspecto quizás más importante y es de la relevancia de la información sobre el valor añadido

¿para qué y para quién debería ser relevante?

Evidentemente, bajo la perspectiva de la confrontación entre trabajo y capital, los EVA/ERGD no parecen ser útiles para la negociación colectiva si las rentas transferidas al personal no se presentan en términos desagregados por escala jerárquica, número de empleados y género, y quedan ocultas en ellas las retribuciones de la alta dirección y el consejo de administración. Como también queda oculto el creciente fenómeno de la “uberización”, que ha venido a superar el marco tradicional de relaciones laborales, basado en la negociación colectiva y el contrapoder sindical, para sustituirlo por meros acuerdos mercantiles, legitimadores de la figura del “falso autónomo” y de una flexibilidad contractual en la que supuestamente todos ganan y nadie pierde. También, y gracias a los avances en la robotización y la inteligencia artificial, es de esperar que el peso específico de los trabajadores (léase como distribución de rentas al factor trabajo) sea cada vez menor, en favor de los gastos por amortización (léase imputación al valor añadido).

Asimismo, no debe olvidarse que las rentas generadas en favor de los propietarios no están conformadas única y exclusivamente por los dividendos percibidos: hay que considerar las rentas por mera tenencia gracias a las plusvalías generadas y no contabilizadas, así como las rentas retenidas en la propia sociedad, que llegado el caso pueden ser transferidas a los socios, gracias al reparto de reservas voluntarias y otros fondos propios de libre disposición.

Apéndice A. Tablas de datos**Tabla A1***Estadística descriptiva básica (miles de euros)*

Automoción (n=180)	Total	Media	Mediana	Percentil 75
Activo 2008	18.483.429	102.686	21.518	48.704
Activo 2012	17.560.868	97.560	18.229	48.919
Activo 2019	22.514.156	125.079	27.207	60.689
Patrimonio neto 2008	5.975.424	33.197	6.701	16.768
Patrimonio neto 2012	5.291.767	29.399	6.821	17.783
Patrimonio neto 2019	7.294.781	40.527	10.201	26.257
Cifra neta de negocios 2008	33.725.230	187.362	31.896	78.557
Cifra neta de negocios 2012	29.361.021	163.117	27.472	60.345
Cifra neta de negocios 2019	43.400.561	241.114	34.611	78.263
Resultado 2008	-56.787	-315	330	1.375
Resultado 2012	-725.016	-4.028	249	1.349
Resultado 2019	748.551	4.159	1.014	3.083
Construcción (n=183)	Total	Media	Mediana	Percentil 75
Activo 2008	23.327.433	127.472	16.457	58.775
Activo 2012	21.043.468	114.992	14.259	48.477
Activo 2019	16.771.428	91.647	21.779	48.439
Patrimonio neto 2008	4.999.818	27.321	3.859	15.598
Patrimonio neto 2012	5.521.788	30.174	4.488	17.114
Patrimonio neto 2019	5.969.871	32.622	6.131	18.373
Cifra neta de negocios 2008	16.331.729	89.244	16.350	39.443
Cifra neta de negocios 2012	7.762.715	42.419	11.361	20.974
Cifra neta de negocios 2019	9.781.945	53.453	21.151	40.361
Resultado 2008	845.003	4.618	469	1.818
Resultado 2012	144.343	789	163	700
Resultado 2019	542.914	2.967	498	1.508
Alojamiento (n=265)	Total	Media	Mediana	Percentil 75
Activo 2008	14.060.184	53.057	15.718	40.934
Activo 2012	15.770.530	59.511	18.958	47.506
Activo 2019	20.918.397	78.937	25.364	62.169
Patrimonio neto 2008	5.961.260	22.495	5.651	18.136
Patrimonio neto 2012	6.583.437	24.843	6.782	18.924
Patrimonio neto 2019	11.776.811	44.441	12.900	34.187
Cifra neta de negocios 2008	3.884.711	14.659	6.120	13.731

Tabla A1

Continuación...

Alojamiento (n=265)	Total	Media	Mediana	Percentil 75
Cifra neta de negocios 2012	4.151.628	15.667	6.985	14.089
Cifra neta de negocios 2019	6.450.592	24.342	11.025	20.477
Resultado 2008	-11.566	-44	57	629
Resultado 2012	-395.327	-1.492	76	681
Resultado 2019	865.560	3.266	1.165	3.017
Total (n=628)	Total	Media	Mediana	Percentil 75
Activo 2008	55.871.046	88.967	17.116	47.692
Activo 2012	54.374.866	86.584	18.055	48.006
Activo 2019	60.203.981	95.866	24.683	58.060
Patrimonio neto 2008	16.936.502	26.969	5.459	16.485
Patrimonio neto 2012	17.396.992	27.702	6.150	17.706
Patrimonio neto 2019	25.041.463	39.875	9.179	26.160
Cifra neta de negocios 2008	53.941.670	85.894	12.766	33.074
Cifra neta de negocios 2012	41.275.364	65.725	10.865	25.661
Cifra neta de negocios 2019	59.633.099	94.957	18.671	39.674
Resultado 2008	776.651	1.237	252	1.029
Resultado 2012	-976.001	-1.554	161	887
Resultado 2019	2.157.024	3.435	830	2.713

Fuente: Elaboración propia.

Tabla A2*Distribución de rentas generadas en el sector de automoción, enfoque neto (miles de euros)*

	Renta generada	Trabajadores	Prestamistas	Gobierno	Accionistas	Renta retenida
2008	3.576.315	3.330.190	289.879	13.033	534.619	-591.406
2009	3.048.231	3.103.437	178.982	-139.550	289.467	-384.105
2010	3.304.161	3.157.755	163.373	-94.375	163.020	-85.612
2011	3.402.874	3.129.182	163.819	-20.398	517.005	-386.734
2012	2.488.990	3.003.435	161.091	49.480	243.437	-968.453
2013	3.500.844	3.095.604	113.615	124.036	200.610	-33.021
2014	3.803.582	3.270.345	119.983	120.778	919.408	-626.933
2015	4.380.398	3.449.428	97.695	132.285	261.308	439.682
2016	5.679.855	3.688.626	82.958	304.406	607.747	996.118
2017	5.350.990	3.737.582	75.708	177.849	656.959	702.891
2018	5.030.996	3.820.120	73.437	496.849	357.304	283.286
2019	5.116.137	3.931.747	69.094	366.745	660.208	88.342

Fuente: Elaboración propia.

Tabla A3*Distribución de rentas generadas en el sector de construcción, enfoque neto (miles de euros)*

	Renta generada	Trabajadores	Prestamistas	Gobierno	Accionistas	Renta retenida
2008	3.561.570	1.999.347	288.969	428.251	685.530	159.473
2009	3.189.367	1.871.127	288.959	381.810	440.749	206.722
2010	2.726.918	1.723.071	167.497	268.118	48.551	519.680
2011	2.548.092	1.556.424	271.939	278.117	692.868	-251.256
2012	1.931.801	1.332.695	304.576	150.187	113.328	31.015
2013	2.106.914	1.218.320	321.420	217.580	76.689	272.904
2014	1.460.408	1.159.194	248.280	226.193	377.290	-550.548
2015	1.487.799	1.170.549	231.093	177.879	18.432	-110.154
2016	1.748.221	1.233.236	201.417	215.507	53.880	44.182
2017	1.942.471	1.288.307	216.507	154.679	150.226	132.752
2018	1.988.076	1.344.793	182.009	120.843	105.534	234.898
2019	2.359.970	1.460.884	206.407	149.765	147.920	394.994

Fuente: Elaboración propia.

Tabla A4*Distribución de rentas generadas en el sector de alojamiento, enfoque neto (miles de euros)*

	Renta generada	Trabajadores	Prestamistas	Gobierno	Accionistas	Renta retenida
2008	1.673.079	1.369.867	290.285	24.493	90.072	-101.637
2009	1.495.419	1.437.621	251.601	-41.835	51.360	-203.329
2010	1.769.198	1.457.672	249.182	51.710	37.184	-26.550
2011	1.956.019	1.525.030	302.748	117.172	47.657	-36.589
2012	1.482.360	1.518.947	317.581	41.159	36.399	-431.726
2013	1.897.559	1.486.445	338.387	134.082	76.026	-137.382
2014	2.009.302	1.516.306	280.012	136.603	98.629	-22.247
2015	2.583.962	1.602.887	248.080	193.919	145.587	393.489
2016	3.116.591	1.721.239	207.538	200.017	132.462	855.336
2017	3.305.221	1.831.259	191.920	184.504	202.128	895.410
2018	3.290.492	1.875.889	167.390	244.637	261.467	741.109
2019	3.214.257	1.969.060	166.691	212.946	554.060	311.500

Fuente: Elaboración propia.

Tabla A5*Impuestos vs Impuestos netos (miles de euros)*

	Automoción			Construcción			Alojamiento		
	Impues- tos	Subvencio- nes	Impues- tos netos	Impues- tos	Subvencio- nes	Impues- tos netos	Impues- tos	Subvencio- nes	Impues- tos netos
2008	13.033	77.145	-64.113	428.251	34.249	394.002	24.493	36.732	-12.239
2009	-139.550	142.970	-282.520	381.810	27.322	354.488	-41.835	46.561	-88.396
2010	-94.375	116.830	-211.206	268.118	24.752	243.366	51.710	69.144	-17.433
2011	-20.398	86.315	-106.713	278.117	30.575	247.542	117.172	39.564	77.608
2012	49.480	55.073	-5.592	150.187	18.801	131.386	41.159	32.967	8.192
2013	124.036	45.435	78.602	217.580	14.391	203.190	134.082	29.592	104.489
2014	120.778	53.805	66.973	226.193	28.271	197.922	136.603	24.526	112.077
2015	132.285	55.056	77.229	177.879	69.570	108.308	193.919	26.918	167.001
2016	304.406	42.071	262.335	215.507	36.641	178.866	200.017	25.091	174.926
2017	177.849	40.979	136.870	154.679	58.948	95.731	184.504	22.252	162.251
2018	496.849	36.790	460.059	120.843	52.059	68.784	244.637	34.324	210.313
2019	366.745	49.113	317.631	149.765	61.540	88.225	212.946	24.074	188.872

Fuente: Elaboración propia.

Tabla A6

La amortización en los sectores analizados (miles de euros)

	Automoción	Construcción	Alojamiento
2008	1.381.392	118.726	334.725
2009	1.298.797	129.996	392.689
2010	1.138.085	126.310	407.618
2011	1.027.818	125.043	393.455
2012	935.234	109.543	385.691
2013	1.020.007	97.863	396.973
2014	1.159.596	85.466	385.590
2015	1.109.209	73.080	382.548
2016	1.090.625	77.188	391.398
2017	1.252.554	79.030	405.318
2018	1.342.600	76.667	418.117
2019	1.408.132	78.484	454.220

Fuente: Elaboración propia.

Apéndice B. Comentarios sobre determinadas partidas contables del estado de rentas generadas y distribuidas

En los siguientes apartados se presentan posibles criterios a adoptar para definir y calcular determinadas magnitudes representativas de las rentas distribuidas, realizando una recapitulación de lo expuesto y estudiando detenidamente las dificultades y complejidades asociadas. Dada la extensión del presente trabajo, se ha optado por no incluir las partidas relacionadas con la generación de rentas, excepto en aquellos casos en los que se considere imprescindible, en virtud del enfoque de estimación adoptado (bruto vs neto, compras vs coste de la venta, o tributos vs tributos netos de subvenciones).

Ingresos y gastos asociados a la generación de renta

Variaciones de existencias de productos terminados, semiterminados y trabajos en curso. Si se sigue el enfoque del coste de las ventas y en concordancia con Flores (2005, p. 64), pueden formar parte del valor añadido generado, como componente del ingreso y valoradas a coste de producción o adquisición, las diferencias entre los saldos iniciales y finales de los inventarios de productos terminados, semiterminados, subproductos y trabajos en curso, es decir, la variación de existencias de estos activos, opinión que es compartida por Pastor *et. al* (2011) y su modelo basado en la producción.

Subvenciones. Una corriente de autores considera que cualquier tipo de ayuda de Estado recibida por la entidad debe entenderse como una menor distribución del valor añadido generado a este agente (véase Reichmann y Lange, 1980, Haller y van Staden, 2014). Sin embargo, otros como Gallizo (1991, p. 78) matizan que las

subvenciones a la explotación deberán integrarse en el valor añadido solo en aquella fracción que el subsidio toma parte en el precio final pagado por el cliente, tratándolas como ingresos derivados de la actividad de explotación y, por tanto, partícipes de la generación de valor. Este autor dice que no formarán parte de este último cualquier otra subvención con otra finalidad en el ciclo de explotación ni las subvenciones al capital. Por su parte, Flores (2005, p. 62) considera las subvenciones a la explotación incorporables en su totalidad al valor añadido, no siguiendo el mismo criterio para el resto de subsidios. Asimismo, cabe señalar el posicionamiento del Banco de España (2015, p. 106) consistente en incluir todo tipo de subvención como ingreso computable, haciendo una excepción con las de capital transferidas al resultado, que serán incorporadas neteando (restando) la amortización del inmovilizado al que financian (esto sería en el caso del valor añadido bruto, pues en el valor añadido neto se tendrían en cuenta al descontar la dotación a la amortización en su conjunto).

Sin perjuicio de otras consideraciones más acertadas en contrario, no sería descartable considerar las subvenciones recibidas como menor importe de la renta distribuida en favor del gobierno y no como un mayor ingreso imputable. Este posicionamiento se basa en la idea de que tales ingresos no son creación de valor por parte de la empresa (salvo en el caso de las subvenciones al precio de venta a favor del consumidor) sino una transferencia de renta desde el sector público¹. Así pues, al abordar la distribución de la renta generada, esa ayuda de Estado debería restarse del reparto a dicho agente, mostrando el signo del saldo resultante la efectiva relación existente entre la entidad y los poderes públicos, un aspecto considerado a veces conflictivo a la

¹ Dichas partidas se presentan en los estados contables agregadas con las donaciones de particulares y los legados. En los casos en los que sea factible diferenciar las rentas que tengan estas características deberán realizarse los oportunos ajustes al objeto de una correcta clasificación.

hora de rendir cuentas ante la sociedad en general y evaluar el papel que desempeñan las ayudas públicas (Gracia, 2013).

Procede hacer una matización en lo que respecta a las subvenciones recibidas para financiar gastos específicos, adquirir activos (sean corrientes o de capital), cancelar pasivos o compensar déficits futuros. De acuerdo con la regulación contable vigente, aunque dichas partidas, cumpliendo los requisitos correspondientes, constituyen un ingreso, su imputación no se realiza directamente al resultado del ejercicio sino al patrimonio neto, figurando sus movimientos no en la Cuenta de pérdidas y ganancias sino en el Estado de ingresos y gastos reconocidos. Sólo a medida que se vayan cumpliendo las condiciones establecidas al efecto se irá produciendo su transferencia al resultado. Dado que en los modelos usuales de estimación del valor añadido y las rentas generadas solo se consideran los ingresos y gastos incluidos en la Cuenta de pérdidas y ganancias, este hecho constituye una limitación al análisis que podría obligar a ampliar el universo de ingresos computables para incluir no solo los reflejados en la Cuenta de pérdidas y ganancias sino además los recogidos en el

Estado de ingresos y gastos reconocidos. En tal caso y para evitar problemas de doble contabilización, los ingresos transferidos citados anteriormente deberían ser eliminados del cómputo¹.

Aun así, todavía quedaría oculta la ayuda indirecta del gobierno, mediante, por ejemplo, la construcción de vías de dominio público para facilitar el acceso a las instalaciones de la entidad, la facilitación de suelos a bajo coste o gratuitos, la exención del pago de impuestos sobre la propiedad, etc..., ventajas todas ellas que, debido a su consideración de externalidades positivas (en este caso, de la Administración) en favor de la empresa, no son susceptibles de reconocimiento contable.

Amortización del inmovilizado intangible, material e inmobiliario². En lo que respecta a esta partida, hay que hacer referencia, en primer lugar, al debate en torno a qué modelo, si el basado en el valor añadido bruto o en el valor añadido neto, debe ser el prevalente.

Desde la perspectiva del valor bruto, su determinación lleva consigo el problema de arrastrar a lo largo del proceso de cálculo el trato que se le da a la amortización

¹ Bajo el modelo contable español este proceso se realiza de forma automática al formular el Estado de ingresos y gastos reconocidos (EIGR), pues al registrar la transferencia de dichos ingresos al resultado del ejercicio, el saldo del EIGR se minorará mientras que el de la Cuenta de pérdidas y ganancias aumenta, en ambos casos por la misma cuantía. No obstante, es pertinente hacer algunas matizaciones en torno al proceso de cálculo de la partida "Subvenciones de explotación recibidas en el ejercicio". En la partida "A.5.b). Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio", del modelo normal de la Cuenta de pérdidas y ganancias, se incluyen tanto las recibidas e imputadas durante el ejercicio como las transferidas desde el EIGR, a través de su partida "VIII. Subvenciones, donaciones y legados recibidos" (transferencias a la Cuenta de pérdidas y ganancias). El inconveniente es que esta partida también incluye las transferencias realizadas a la partida "A.9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras" de la citada Cuenta de pérdidas y ganancias.

De no realizar ningún ajuste, se estaría registrando en la partida A.5.b) como ingreso del ejercicio un ingreso que fue previamente registrado en el EIGR cuando se obtuvo la subvención, dando origen a un problema de doble contabilización, desde el punto de vista del cálculo de las rentas generadas. Realizando una sencilla operación aritmética (considerando las partidas en valores absolutos (positivos): "Subvenciones de explotación recibidas en el ejercicio" = "A.5.b). Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio" – "VIII. Subvenciones, donaciones y legados recibidos" + "A.9. Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras") se elimina la parte incorporada desde el EIGR, de forma que la partida de Subvenciones de explotación registre solo las efectivamente recibidas durante el ejercicio.

² Si se compara con el SEC 2010, la amortización se asimila al concepto de consumo de capital fijo, pero con ciertas matizaciones. Así, frente a las diferentes alternativas valorativas recopiladas en la literatura sobre Contabilidad Financiera, la norma establece que debe calcularse "según el método de la amortización lineal, mediante el cual el valor de los activos fijos se amortiza a una tasa constante durante toda la vida útil del bien" (párr. 3.143) y que "en algunos casos, si un activo fijo pierde su eficacia, se utiliza el método de la amortización geométrica" (párr. 3.144)

y el método usado para su obtención, muchas veces con una base muy subjetiva al estar sustentada en estimaciones. En este aspecto, Gallizo (1990) sostiene que tales dotaciones son constitutivas de valor añadido, basándose en la concordancia que este planteamiento tiene con los cálculos macroeconómicos, donde el valor añadido se obtiene bruto de amortización. A su vez, cuestiona la subjetividad inherente a la estimación de la depreciación, entendiéndolo que la amortización deba tratarse como parte de la autofinanciación de la empresa, mostrándose en dicho caso junto con los beneficios retenidos para la propia entidad, como uno de los destinos últimos en la distribución del valor añadido¹. Este posicionamiento elimina la subjetividad ya que, según Azcarate y Fernández (2013), al no formar parte de la generación del valor añadido, solo tendrá repercusión en la diferenciación que se haga entre fondos, bien sea de financiación de mantenimiento (amortización propiamente dicha) o de crecimiento (renovación y mejora), afectando únicamente en ambos casos al mismo partícipe, la propia empresa.

Bajo el enfoque del valor neto, las amortizaciones, provisiones de pasivo (salvo las de personal y para la Hacienda pública) y deterioros de valor son considerados un coste para la creación de riqueza (a través de la disminución del valor de activo en el caso de las amortizaciones y los deterioros de valor y el afloramiento de un pasivo a través de las provisiones) y, por tanto, minorarían la cifra de negocios. Riechmann y Lange (1981) argumentan que dichos conceptos están

relacionados con operaciones comerciales de intercambio de bienes y prestaciones de servicios. Así, la amortización representa una parte de la salida de recursos que se emplearon para adquirir un inmovilizado y en proporción a su vida útil en la empresa; las provisiones suponen el reconocimiento de la probable futura salida de recursos mientras que el deterioro, de la probable minoración de la entrada de recursos que se producirá como contraprestación a la baja/uso en la empresa de los activos que se estiman se están deteriorando. Este último posicionamiento sigue estrechamente los principios contables, especialmente los principios de devengo y prudencia. Pastor *et al.* (2011) también optan por el valor neto, ya que entienden que las amortizaciones no producen un movimiento de fondos, al tratarse de la expresión económica de la depreciación de activos por su uso en el proceso productivo y, por tanto, un componente del coste de las ventas.

Morley (1979, pp. 626-628) centra su apoyo al enfoque neto en los siguientes aspectos: la empresa puede distribuir entre los partícipes el 100% del valor añadido neto, pero no puede distribuir el 100% del valor añadido bruto porque parte de ese valor ya está consumido en la propia empresa. Por lo tanto, el valor añadido neto puede ser una base más justa para el cálculo de, por ejemplo, los bonos de productividad.

Un argumento adicional es que, si la empresa registra la aplicación de materias primas y otros

¹ Este es el enfoque que subyace bajo la noción tradicional de *Fondo de amortización*, considerada como una partida integrante de los fondos propios de la empresa (si bien desde el punto de vista de la regulación española figura en el activo del balance como un menor valor de los elementos representados). Desde tal perspectiva, que conforma el denominado significado financiero de la amortización económica (Fernández, 1983), dicho fondo es creado con el objeto de compensar deterioros de valor o depreciaciones sufridas por los elementos patrimoniales. El importe de este fondo crecerá, ejercicio a ejercicio, en igual cuantía que la dotación, por lo que al final de la vida útil económica del bien amortizable la entidad podrá efectuar su reposición con los importes materializados en el activo equivalentes al montante de dicho fondo.

aprovisionamientos como un consumo intermedio, ¿no debería hacerse lo propio (como se hace con la amortización) con otros activos no monetarios, como los edificios o la maquinaria, con independencia de cuál sea el plazo durante el cual contribuyan a la generación de ingresos?

Distribución de las rentas

Los grupos de interés o partícipes en el reparto son aquellos entes que, de una manera u otra, han contribuido a la formación de la renta y, por tanto, esperan recibir una porción en la distribución de ésta como contraprestación. Entre los grupos más relevantes, destacan:

Empleados. Son las personas de que dispone la entidad para realizar su actividad económica. Dentro de esta categoría, cabría distinguir, en una primera aproximación, entre los trabajadores manuales u operativos, que representarían el grueso de los asalariados, y los directivos y administradores. Al entenderse que la contribución y remuneración de cada uno de estos grupos es distinta (mayores salarios para los directivos versus mayores jornadas laborales de los trabajadores de base) si se mostrasen agregados se distorsionaría la realidad de cada uno de estos grupos, por lo que es recomendable que, al igual que proponen algunos autores¹, se presenten los datos relativos a cada grupo por separado.

Aparte de las retribuciones percibidas vía nómina, se deben incluir las cuotas a la seguridad social aportadas por la empresa (aunque no sean una renta recibida directamente por el trabajador, si lo es de forma indirecta) (GRI 201, 2016), las dotaciones a provisiones para la jubilación o prestaciones por incapacidad, así

como otros gastos sociales, tales como subvenciones a economatos y comedores, becas para el estudio, o primas por contratos de seguros de vida, accidentes, enfermedad, etc. entre otros.

Por el contrario, deben excluirse los gastos de formación recibidos, siempre y cuando dicha formación sea impartida por personal externo de la entidad. Este posicionamiento coincide con el de la GRI 201 (2016), y está basado en que dicho esfuerzo formativo de la entidad repercutirá en una mayor calidad del producto o servicio que ofrezca la entidad, siendo el empleado el medio para conseguir dicho objetivo y no el destinatario final del mismo. Tampoco computaría el reembolso de los gastos de viaje, de desplazamiento, de mudanza y de representación en los que incurren los asalariados en el ejercicio de sus funciones que sí formarían parte de los consumos intermedios y no de las rentas distribuidas, por entenderse que son necesarios para la producción (SEC 2010 párr. 3.89.h). Así como las adquisiciones realizadas por los trabajadores y que son reembolsados por el empleador, en virtud de una obligación contractual (SEC 2010, párr. 3.89.g), como herramientas o equipos de seguridad.

De acuerdo con los pronunciamientos en materia de igualdad de género, deberán diferenciarse las cuantías asignadas a hombres y mujeres por separado.

Estado. Se debe aclarar que bajo la figura de “Estado” se incluyen todos los niveles de administración (en España: Administración General del Estado, Comunidades Autónomas, Cabildos Insulares, Ayuntamientos, Diputaciones, etc.). Como se ha indicado, algunos autores cuestionan que este sector económico se considere un destinatario de rentas a

¹ Véase, por ejemplo, Pong y Mitchell (2005, pp. 190-191) el debate sobre la visibilización de las retribuciones de los directivos y el problema del riesgo moral, bajo la perspectiva de la teoría de agencia.

efectos del EVA/ERGD al no quedar suficientemente claro en qué consiste su contribución a la generación de las mismas en el seno de la empresa.

La transferencia de rentas desde la empresa se realiza en forma de impuestos, tanto directos como indirectos, tasas y contribuciones especiales. Sería conveniente tener en cuenta que muchos sectores económicos reciben subvenciones y otros tipos de ayudas, por lo que podría resultar sumamente ilustrativo que de la parte que la entidad aporta al Estado en forma de impuestos se le descontase la parte recibida como subvención, tal y como se comentó anteriormente¹.

Un problema a considerar es el caso de los impuestos soportados no deducibles, pues al registrarse como consumos intermedios, como mayor precio de adquisición, entonces no se conoce el peso real de la contribución de la empresa a las arcas públicas.

Proveedores de capital ajeno. Son terceros suministradores de fondos de naturaleza reintegrable a la empresa, en su mayoría, entidades financieras y proveedores de inmovilizado. Sus rentas provienen de los rendimientos obtenidos, vía intereses y asimilados, por la cesión de tales pasivos.

Flores (2005) sostiene que cuando los gastos financieros están relacionados con la gestión o descuento de papel comercial tienen la consideración de servicios adquiridos del exterior y por tanto constituyen una minoración del valor añadido y no una renta distribuida, como sucedería por ejemplo con los arrendamientos financieros. En este caso, y de acuerdo con el vigente Plan General de Contabilidad de 2007 siguiendo los pronunciamientos internacionales, dichas

operaciones son consideradas como préstamos, entendiendo que las mensualidades a abonar estarían integradas por los reembolsos del capital y los intereses, conceptos estos últimos constitutivos de la distribución de las rentas generadas al capital ajeno. Con la excepción de los gastos antes descritos de carácter comercial, así como de los descuentos comerciales por pronto pago, la partida de gastos financieros constituye una renta distribuida a los aportantes de fondos ajenos, en concordancia con el SEC 2010 (párr. 4.42).

Mención aparte cabe realizar en torno los gastos por arrendamiento. Autores como Hernández (1997, p. 144) defienden su inclusión en el cómputo del valor añadido, siempre que la actividad principal de la entidad arrendadora sea ceder dichos bienes, en cambio, si no fuese ese el caso, se debería considerar como una aplicación de la renta generada por la empresa, en concordancia con la Contabilidad Nacional. En el Plan General de Contabilidad de 1990 esta partida ya aparecía excluida del cómputo del valor añadido por ser una renta transferida por la empresa a los propietarios de los activos utilizados por ella. No obstante, en el modelo SEC 2010 los arrendamientos operativos que no sean rentas de la propiedad son considerados consumos intermedios (párrs. 3.89, 4.41, 4.72), pues estas últimas forman parte de las denominadas rentas primarias. Se entiende por rentas de la propiedad las obtenidas cuando los propietarios de instrumentos financieros y recursos naturales los ponen a disposición de un tercero. El SEC 2010 (párr. 3.90 g) señala explícitamente que los pagos por licencias de explotación de recursos naturales que son tratados como arrendamientos no son consumos intermedios sino rentas de la propiedad. La Resolución

¹ En algunos EVA de los años 70 (ver el caso del informe de 1977 de ICI, estudiado por Morley, 1979, p. 626) las ayudas aparecen minorando los impuestos.

Técnica FACPCE 36 argentina incluye los arrendamientos y otros pagos como royalties, derechos de autor, seguros y similares, como rentas a los proveedores de capital ajeno.

Propietarios. A diferencia del caso anterior, se trata de suministradores de fondos a la empresa a cambio de una participación en el capital social en calidad de socios o partícipes. Sus rentas provienen de los rendimientos obtenidos, vía dividendos y asimilados. Un caso singular de distribución a propietarios se encuentra en el pago de dividendos contra reservas. Dado que no se trata de rentas generadas en el ejercicio sino en periodos anteriores, se suscita la duda de si efectivamente se trata de una distribución de rentas o de una mera reasignación interna (dado que los fondos previamente transferidos a la “propia empresa”, no dejan de ser rentas de los propietarios aparcadas transitoriamente en la compañía). Ello puede dar lugar a una discrepancia en la igualdad entre rentas generadas y rentas distribuidas, de la que debería informarse en el ERGD, distinguiendo qué parte de dividendos corresponde a cada ejercicio.

Sociedad. La contribución de la empresa a la sociedad en general se realiza participando directamente en la comunidad o su entorno, por ejemplo, mediante actos discrecionales y filantrópicos. Dado el creciente peso de las políticas de responsabilidad social corporativa, procede plantearse la conveniencia de reflejar las donaciones y contribuciones benéficas realizadas en favor de iniciativas y proyectos sociales, culturales y ambientales.

Se ha argumentado que la sociedad en general contribuye a la generación de rentas empresariales, no solo como consumidora directa de los productos o servicios ofertados por la entidad, sino indirectamente a través del flujo monetario entre clientes de la entidad y

otras personas que no consumen (y que tal vez una donación por parte de la entidad pudo hacerla posible), por lo que una contribución a la sociedad en general, puede generar rentas en la entidad directa o indirectamente. No obstante, no deja de ser una cuestión controvertida, debiendo aclararse si este grupo es un destinatario de rentas en sentido estricto, o bien un beneficiario de la acción filantrópica corporativa.

Propia empresa. De las rentas generadas, los propietarios reservan una parte de las mismas para apoyar la continuidad de la actividad empresarial o bien distribuirlas como dividendos en ejercicios futuros. Dentro de esta categoría se encuentra la compensación de pérdidas de ejercicios anteriores o las dotaciones de reservas. Como ya se ha mencionado anteriormente, hay modelos como los basados en el enfoque bruto que incluyen en este apartado la dotación a la amortización, al entender que la entidad debe tener en cuenta el desgaste de estos elementos y reservar una parte para la renovación de dicho inmovilizado. El objetivo perseguido es doble: en primer lugar, no afectar al resto de grupos en la distribución, pues éste es un gasto específico de la entidad para su mantenimiento en el mercado. En segundo lugar, minorar el efecto de la subjetividad de estos gastos, debido a que, en caso de manipulación contable, el afectado siempre sería la propia entidad (Morley, 1979, p. 626), sobre todo cuando los incentivos salariales se vinculan al valor añadido (el trabajador puede temer que la inclusión de un coste subjetivo como la amortización incite a los directivos a manipular el valor añadido para reducir sus bonos). Por otra parte, otros modelos sostienen que la variación positiva en existencias y productos finales deba entenderse como una porción del valor ya distribuida durante el ejercicio y que la entidad ya ha realizado para el mantenimiento de su actividad.

Referencias

- Accounting Standards Steering Committee (ASSC). (1975). *The Corporate Report. A discussion paper published for comment by the Accounting Standards Steering Committee*. The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW). <https://www.icaew.com/-/media/corporate/files/library/subjects/corporate-governance/corporate-report.ashx?la=en>
- Autorité des Normes Comptables. (2014). *Règlement ANC No 2014-03 relatif au Plan Comptable Général*. https://www.anc.gouv.fr/files/live/sites/anc/files/contributed/ANC/1_Normes_fran%C3%A7aises/Reglements/Recueils/PCG_Janvier2019/PCG_2019.pdf
- Alves, S. (2015). *Implicación de las empresas multinacionales en la desigualdad global, ineficacia de la responsabilidad social corporativa y el papel de la contabilidad* (tesis doctoral, Universidad de Zaragoza). <http://zaguan.unizar.es/record/47868>
- Azcárate, F., y Fernández, M. (2013). El Estado de Valor Añadido: una propuesta alternativa para la diferenciación entre los posicionamientos Bruto y Neto. *Revista Contable*, 16, 40-51. http://aeca.es/old/actualidadnic/noticias88/040_articulo_valor_16.pdf
- Bao, B. H., y Bao, D. H. (1998). Usefulness of value added and abnormal economic earnings: an empirical examination. *Journal of Business & Accounting*, 25(1/2), 251-264. <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00186>
- Bagieńska A. (2016). Value added statement - a relevant instrument for integrated reporting. *Financial Internet Quarterly "e-Finanse"*, 12(4), 92-104. <https://doi.org/10.1515/fiqf-2016-0011>
- Barea, J. (1986). El Plan General de Contabilidad Revisado: una aproximación al análisis económico de la empresa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 16(51), 605-613.
- Banco de España. (2015). *Central de Balances: Resultados anuales de las empresas no financieras 2006-2013, 2014 provisional y avance de resultados de 2015*. http://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/CentralBalances/15/Fich/ceb_a15.pdf
- Burchell, S., Clubb, C., y Hopwood, A. (1985). Accounting in its social context. Towards a history of value added in the United Kingdom. *Accounting, Organizations and Society*, 10(4), 383-413. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(85\)90002-9](https://doi.org/10.1016/0361-3682(85)90002-9)
- Cahan S. F., y van Staden, D. J. (2009). Black economic empowerment, legitimacy and the value added statement: evidence from post-apartheid South Africa. *Accounting and Finance*, 49(1), 37-58. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629x.2008.00280.x>
- Carrasco, F. (1999). *Fundamentos del sistema europeo de cuentas nacionales y regionales -SEC95*. Pirámide.
- Comisión Europea. (2011). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 25.10.2011. COM(2011) 681 final. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex%3A52011DC0681>
- Comisión Nacional del Mercado de Valores. (2021). *Líneas estratégicas de la CNMV 2021-2022. Plan de actividades 2021*. https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/PlanActividad/Plan_Actividades_2021.PDF

- Conseil National de la Comptabilité. (1992). *Plan General Francés de Contabilidad* (Trad. Fernández Peña, E y Mallo Rodríguez, C.). Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. (Texto original publicado en 1982).
- Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CPCECABA). (2013). Resolución Técnica FACPCE 36. Normas Contables Profesionales: Balance Social. https://consejo.org.ar/storage/attachments/RT_FACPCE_N36.pdf-XKV91T7WyA.pdf
- Cuarta Directiva 78/660/CEE del Consejo, de 25 de julio de 1978, basada en la letra g) del apartado 3 del artículo 54 del Tratado y relativa a las cuentas anuales de determinadas formas de sociedad. Diario Oficial de las Comunidades Europeas, núm. L 222/11, de 14 de agosto, pp. 55 – 73. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:31978L0660&from=ES>
- Dierkes, M. (1979). Corporate social reporting in Germany: Conceptual developments and practical experience. *Accounting, Organizations and Society*, 4(1-2), 87-107. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(79\)90010-2](https://doi.org/10.1016/0361-3682(79)90010-2)
- Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos. Diario Oficial de la Unión Europea, núm. L 132, de 15 de noviembre de 2014, pp. L330/1 – L330/9. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32014L0095>
- Directiva (UE) 2017/828 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de mayo, por la que se modifica la Directiva 2007/36/CE en lo que respecta al fomento de la implicación a largo plazo de los accionistas. Diario Oficial de la Unión Europea, núm. L 132, de 20 de mayo de 2017, pp. L132/1 – L132/25. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32017L0828>
- ICSA Grupo (2020). *Evolución salarial 2007-2019*. 13ª edición. EADA Business School & ICSA Grupo. <https://www.eada.edu/es/actualidad/noticias/2020/01/13o-informe-evolucion-salarial-2007-2019-de-eada-e-icsa-grupo>
- Fernández, D. (03 de mayo de 2015). La brecha salarial se profundiza. *El País*. https://elpais.com/economia/2015/05/01/actualidad/1430488302_647891.html
- Fernández, J. (1983). *Teoría económica de la contabilidad: Introducción contable al estudio de la economía*. Ediciones ICE.
- Fleming, P. (2017). The human capital hoax: Work, debt and insecurity in the Era of Uberization. *Organization Studies*, 38(5), 691–709. <https://doi.org/10.1177/0170840616686129>
- Flores, M. (2005). La determinación de la creación de riqueza empresarial: El Estado de Valor Añadido. *Partida Doble*, 168, 60-69.
- Gallizo, J. (1990). *El valor añadido en la información contable de la empresa: Análisis y aplicaciones*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.
- Global Reporting Initiative. (2014). *G4 – Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G4-Part-two.pdf>

- Global Reporting Initiative. (2016). *GRI 201: Desempeño económico 2016*.
<https://www.globalreporting.org>
- Gómez, J. (2019). Remuneración e incentivos de los consejeros ejecutivos en las empresas del Ibex 35 entre 2013 y 2017. *Boletín de la CNMV*, Trimestre I, 123-159.
https://www.cnmv.es/DocPortal/Publicaciones/Boletin/Boletin_I_2019.pdf
- Gonzalo, J. A., y Pérez, J. (2017). Una propuesta de normalización relativa al valor añadido como medida alternativa de rendimiento empresarial, *Revista AECA*, 119, 35-39. <https://aeca.es/wp-content/uploads/2014/05/119.pdf>
- Gorosito, S., y Curto, L. (1997). El estado de valor agregado. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*, 9, 153-163.
http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES_n4_153-163.pdf
- Gracia, A. (06 de agosto de 2013). Automovilismo y minería, los sectores que más subvenciones reciben del Estado. *El Confidencial*.
http://www.elconfidencial.com/empresas/2013-08-06/automovilismo-y-mineria-los-sectores-que-mas-subvenciones-reciben-del-estado_15655/
- Grupo Inditex (2018). *Balance de sostenibilidad 2017*.
https://static.inditex.com/annual_report_2017/balance-sostenibilidad.
- Haller, A., y van Staden, C. (2014). The value added statement – an appropriate instrument - for Integrated Reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(7), 1193-1203.
<https://doi.org/10.1108/AAAJ-04-2013-1307>
- Haller, A., van Staden, C. J., y Landis, C. (2018). Value added as part of sustainability reporting: Reporting on distributional fairness or obfuscation? *Journal of Business Ethics*, 152, 763-781.
<https://doi.org/10.1007/s10551-016-3338-9>
- Hernández, M. (1997). *El valor añadido como indicador económico de la responsabilidad social* [tesis doctoral, Universidad de La Laguna].
<ftp://tesis.bbtk.ull.es/ccssyhum/cs47.pdf>
- Hernández Estévez, E. (2011). La revolución contable de comienzos del siglo XX. *Boletín AECA*, 95, 40-45.
<http://www.aeca1.org/revistaeca/revista95/95.pdf>.
- Iberdrola. (2019). *Estado de información no financiera. Informe de sostenibilidad. Ejercicio 2018*.
https://www.iberdrola.com/wcorp/gc/prod/es_ES/corporativos/docs/IB_Informe_Sostenibilidad.pdf
- Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC). (2002). *Informe sobre la situación actual de la contabilidad en España y líneas básicas para abordar su reforma (Libro Blanco para la reforma de la contabilidad en España)*. ICAC.
<https://inza.files.wordpress.com/2013/09/icac-libro-blanco-contabilidad.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas CNAE-2009. Notas explicativas*. Actualizado el 17/02/2012.
http://www.ine.es/daco/daco42/clasificaciones/cnae09/notasex_cnae_09.pdf
- International Accounting Standard Board (IASB). (2006). *Norma Internacional de Contabilidad nº 1 Presentación de estados financieros*.
<http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/NIC/pdf/NIC01.pdf>

- Larrinaga, C. (2001). Aspectos sociales y políticos del estado de valor añadido. *Revista de Contabilidad*, 4(8), 35-62.
- Loi n° 73-4 du 2 janvier 1973 relative au code du travail. Journal Officiel de la République Française, núm.105(2), du 3 janvier 1973, pp.52-135. [https://www.legifrance.gouv.fr/download/securePrint?token=bmeqeh3Kp@iqQ0\\$xeW5s](https://www.legifrance.gouv.fr/download/securePrint?token=bmeqeh3Kp@iqQ0$xeW5s)
- Loi n° 77-769 du 12 juillet 1977 relative au bilan social de l'entreprise. Journal Officiel de la République Française, núm.109(161), du 13 juillet 1977, pp.3699 – 3670. <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT00000322331>
- Maji, S. K. (2016). The State of value added statement in India: An empirical inquest. *Journal of Accounting Research & Auditing Practices*, 15(2), 7-22.
- Morley, M. F. (1979). The value added statement in Britain. *The Accounting Review*, 54(3), 618-629. <https://www.jstor.org/stable/245988>.
- Nerinckx, S. (2016). The 'Uberization' of the labour market: some thoughts from an employment law perspective on the collaborative economy. *ERA Forum*, 17, 245-265. <https://doi.org/10.1007/s12027-016-0439-y>
- Nicklisch, H. (1920). *Der Weg aufwärts!: Organisation; Versuch einer Grundlegung*. Proeschel.
- Pastor, S., Ribas, F., y Santiago, O. (2011). El estado de valor agregado. XXXII Jornadas Universitarias de Contabilidad. Rosario, Argentina. <http://www.uca.edu.ar/uca/common/grupo6/files/juc-9.pdf>
- Perera, L. (2014). “Democratizando la información contable. Estados de valor agregado y la huella de valor”. *Cuadernos de RSO*, 2(1), 36-52. https://ucu.edu.uy/sites/default/files/facultad/fce/rso/RSO_vol2_Perera.pdf
- Pong, C., y Mitchell, F. (2005). Accounting for a disappearance: A contribution to the history of the value added statement in the UK. *The Accounting Historians Journal*, 32(2), 173-199. <http://www.jstor.org/stable/40698573>, <https://doi.org/10.2308/0148-4184.32.2.173>
- Real Decreto 1643/1990, de 20 de diciembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad, Boletín Oficial del Estado, núm. 310, de 27 de diciembre de 1990, pp.38531 – 38616. <https://www.boe.es/eli/es/rd/1990/12/20/1643>
- Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad. Boletín Oficial del Estado, núm. 278, de 20 de noviembre. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2007/11/16/1514/con>
- Reglamento (UE) 549/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativo al Sistema Europeo de Cuentas Nacionales y Regionales de la Unión Europea [SEC2010]. Diario Oficial de la Unión Europea, núm. L174, de 26 de junio de 2013, pp. L174/1 – L174/27. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex:32013R0549>
- Reichmann, T., y Lange, C. (1980). Kapitalflußrechnung und Wertschöpfungsrechnung als Ergänzungsrechnungen des Jahresabschlusses im Rahmen einer gesellschaftsbezogenen Rechnungslegung. *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, 50 (5), 518-542.

- Reichmann, T., y Lange, C. (1981). The value added statement as part of corporate social reporting. *Management International Review*, 21(4), 17-22. <https://www.jstor.org/stable/40227610>
- Repsol. (2016). *Informe de sostenibilidad 2015*. http://memorias.repsol.com/media/pdf/informe-sostenibilidad/es/completo/Informe_Sostenibilidad.pdf
- Riahi-Belkaoui, A., y Picur, R. D. (1994). Net value added as an explanatory variable for returns. *Managerial Finance*, 20(9), 56-64. <https://doi.org/10.1108/eb018492>
- Riahi-Belkaoui, A., y Picur, R. D. (1999). The substitution of net value added for earnings in equity valuation. *Managerial Finance*, 25(12), 66-78. <https://doi.org/10.1108/03074359910766352>
- SABI. (2019). Base de datos. <http://www.einforma.com/sabi>
- Stainbank, L. J. (2009). The value added statement: does it add any value? *Meditari Accountancy Research*, 17(2), 137-149. <https://doi.org/10.1108/10222529200900016>
- StataCorp. (2009). *Stata Statistical Software: Release 11* [software]. College Station, StataCorp LP. <http://www.stata.com>
- Telefónica. (1985). *Memoria anual. Compañía Telefónica Nacional de España*. <https://www.telefonica.com/documents/153952/13347843/1985.pdf>
- Van Staden, C. (2003). The relevance of theories of political economy to the understanding of financial reporting in South Africa: the case of value added statements. *Accounting Forum*, 27(2), 224-245. <https://doi.org/10.1111/1467-6303.00103>
- Van Staden C. J. y Vorster, Q. (1998). The usefulness of the value added statement: a review of the literature. *Meditari Accountancy Research*, 6, 337-351. <https://repository.up.ac.za/handle/2263/15601>
- Vélez, A. M. (08 de mayo de 2019). Los sueldos de los ejecutivos del Ibex van por libre: la cotización de las empresas tiene un impacto irrelevante. *elDiario.es*. https://www.eldiario.es/economia/ejecutivos-ibex-cotizacion-empresas-irrelevante_1_1559657.html
- Veras Machado, M., da Silva Macedo, M. A., y Reis Machado, M. (2014). Analysis of the relevance of information content of the value added statement in the Brazilian capital markets. *Revista Contabilidade & Finanças*, 26(67), 57-69. <https://doi.org/10.1590/1808-057x201512240>
- Volkswagen Group. (2018). *Value added statement. Annual report 2017*. <https://annualreport2017.volkswagenag.com/group-management-report/value-added-statement.html>



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).

Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.

ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.



Hacia una perspectiva integral de gestión en sostenibilidad empresarial

Towards a comprehensive management perspective in business sustainability

Magdalena Miranda Pegueros ¹ ; Elda Magdalena López Castro ² ; Cesar Vega Zarate ³

Recibido: 8 de agosto de 2021.

Aceptado: 14 de octubre de 2021.

DOI: <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.136>

JEL: Q56. Sostenibilidad.

M14. Responsabilidad social corporativa.

Resumen

La Agenda 2030 trae consigo una serie de objetivos encaminados al logro del desarrollo sostenible, dentro de estos se enmarca la importancia de las empresas para generar cambios en este rubro, ya que poseen la capacidad de transformar a su entorno utilizando la gestión estratégica como herramienta clave, la cual, para ser usada eficazmente, debe de conciliar tanto las necesidades de las empresas como de la sociedad. La presente investigación es de tipo descriptivo basado en fuentes documentales con un método deductivo de abordaje hermenéutico, en razón de que se efectuaron

revisiones a las teorías de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), *Stakeholders* y Sostenibilidad Empresarial como fuentes para el análisis de la gestión en la materia, las cuales, se sometieron a interpretación con el objetivo de llegar al planteamiento de su conceptualización integral que proporcione un bosquejo general de las partes involucradas, y donde se reconozca la divergencia entre las metas empresariales y las que la sociedad demanda, y al hacer esto trabajar en conjunto para reconciliar y abordar exitosamente a la sostenibilidad.

¹ Magdalena Miranda Pegueros. Maestra en Finanzas Corporativas. Investigadora independiente del programa de Doctorado en Ciencias Administrativas y Gestión para el Desarrollo en la Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México. Correo: m4gd1t4@gmail.com. ORCID: 0000-0002-9028-6254.

² Elda Magdalena López Castro. Doctora en Ciencias Administrativas y Gestión para el Desarrollo por la Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México. Correo: eldlopez@uv.mx. ORCID: 0000-0002-3095-6682.

³ Cesar Vega Zarate. Doctor en Ciencias Administrativas y Gestión para el Desarrollo por la Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México. Correo: cevega@uv.mx. ORCID: 0000-0002-0002-4536.

Con esto se espera aportar bases teórico-conceptuales que permitan el desarrollo de futuras investigaciones.

Palabras claves: sostenibilidad, empresas, gestión, responsabilidad.

Abstract

The 2030 Agenda brings with it a series of objectives aimed at achieving sustainable development, within these is framed the importance of companies to generate changes in this area, since they have the ability to transform their environment using strategic management as a key tool, which, to be used effectively, must reconcile both the needs of companies and society. This research is descriptive based on documentary sources with a deductive method of hermeneutical approach, because revisions were made to the theories of Corporate Social Responsibility (CSR), Stakeholders and Business Sustainability as sources for the analysis of management in the matter, which were submitted to interpretation in order to arrive at the approach of its integral conceptualization that provides a general outline of the parties involved, and where the divergence between the business goals and those that society demands is recognized, and at the do this work together to reconcile and successfully address sustainability. With this, it is expected to provide theoretical-conceptual bases that allow the development of future research.

Keywords: sustainability, companies, management, responsibility.

Introducción

La sostenibilidad puede abordarse desde una perspectiva de equilibrio entre los aspectos económicos,

sociales y ambientales de una sociedad, que permitan mantener la calidad de vida de sus futuras generaciones. Sin embargo, obtener en una balanza dichos aspectos y que ésta se mantenga calibrada ha sido una tarea que se ha trabajado a nivel internacional desde 1986 con el surgimiento del modelo del desarrollo sostenible propuesto por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Los esfuerzos para lograr la sostenibilidad se han reflejado en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, cuyas medidas de acción de los países miembros, abarcan una serie de estrategias encaminadas a cumplir 17 objetivos propuestos, a través de soluciones multidisciplinarias que aborden a los actores involucrados. Aquí se reconoce a la empresa como parte fundamental de la economía y, por lo tanto, tiene un papel clave para la integración de la sostenibilidad, esto se encuentra definido en el objetivo 12.6 el cual aborda la importancia de la gestión empresarial para la generación de informes en la materia que faciliten la comunicación con los grupos de interés (ONU, 2015).

En ese sentido, la gestión empresarial se convierte en una herramienta para incorporar la sostenibilidad, por lo que se busca a través de abordajes teóricos una aproximación que permita obtener resultados en la materia. Tal es el caso de la teoría de la responsabilidad social empresarial (RSE), que ha sido debatida extensamente desde sus orígenes formales a mediados de los años 50's en diferentes ámbitos académicos y empresariales, actualmente se encuentra ampliamente aceptada y estandarizada a través de normas como lo son la RC/EFQM, SA8000, EFR1000 e ISO26000.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos aún no se obtienen los resultados esperados, toda vez que, la concepción de la RSE ha dejado de lado la naturaleza misma de la empresa, cuya motivación nace del objetivo

de crear utilidades para sus accionistas, distando mucho de la naturaleza voluntaria que propone la RSE, por lo que, en pos del logro de una gestión encaminada a la sostenibilidad, se deben de conciliar ambos objetivos.

A lo largo del presente trabajo se desarrollará la construcción de una conceptualización integral de gestión en sostenibilidad empresarial, a través del análisis descriptivo basado en fuentes documentales con un método deductivo de abordaje hermenéutico, abordándola desde las teorías de RSE, *Stakeholders* y Sostenibilidad empresarial. Lo anterior permitirá la extracción de premisas que permitan una construcción teórico conceptual que sirva de base para futuras investigaciones en la materia.

Desarrollo

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE ha sido una corriente teórica que ha intentado analizar los efectos que la empresa tiene en su entorno, convirtiéndola en materia de estudio de las ciencias administrativas desde una perspectiva de la gestión de dichos impactos. Aunque, hablar de la RSE como la simple gestión de externalidades quedaría muy corto, ya que sus alcances se reflejan en diversas áreas dentro de la organización, por lo tanto, se trata de una teoría transversal que se encuentra en constante evolución (Crane et al., 2009; Carroll, 2015).

Los orígenes de la RSE se pueden situar en una época anterior a la década de los años 1950 (época en la cual teóricamente se ubica esta corriente), ya que se ha encontrado evidencia de que empresas ubicadas en el siglo XIX presentaban comportamientos dirigidos a un

mejoramiento en la calidad de vida de su entorno, aunque este comportamiento se relacionaba directamente con los ideales de los propietarios y no por el reconocimiento de las afectaciones que estas generaban (Carroll, 2009).

Una de las primeras muestras de esta concientización formal se ubica en 1946 en una encuesta realizada por la revista Fortune a los empresarios sobre su responsabilidad social en la cual “el 93.5% reconocía esas responsabilidades y hacia lo mejor para satisfacerlas, así mismo, se mostraba que el porcentaje de la empresa que se enfocaba a este rubro variaba entre un cuarto y la mitad de la empresa” (Fortune, 1946 citado por Carroll, 2009, p. 7).

A este periodo, Carroll (2009) lo describe como aquel que sentó las bases para la formalización de la RSE, ya que se logra su conceptualización teórica por parte de Bowen (2013) quien la define como “aquellas obligaciones de los empresarios de seguir políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad” (p.6).

En este sentido, el uso del término pasa al lenguaje corporativo y su transformación se encamina a la gestión de la participación de la empresa tanto en problemas sociales como ambientales, para mitigar el impacto negativo a su entorno, o incluso lograr generar resultados positivos (Husted y Salazar, 2005).

Su legitimación a través de normas como la ISO 26000, proporciona un consenso en la metodología dentro de la gestión empresarial para alcanzar una responsabilidad social, pero sobre todo para alcanzar un

desarrollo sostenible. Esta afirmación da lugar a un análisis de la responsabilidad social en las tres aristas que maneja el desarrollo sostenible¹, las cuales son: económica, medio ambiental y social (Morales-Castro, 2015).

El reconocimiento del impacto de las empresas a su entorno y el consenso de que la RSE refleja el comportamiento ideal para las empresas son elementos que se pueden encontrar dentro de la conceptualización de la teoría, por lo tanto, su importancia radica en la premisa de *que la empresa es un ente capaz de transformar a su entorno, y a través de una gestión sostenible promueve beneficios que se expanden más allá de su marco de operación.*

Mientras que, por otro lado, la motivación que lleva a las empresas a incorporar este comportamiento ha sido motivo de controversias y depende de la perspectiva del autor o de organismos internacionales, tal es el caso de la Unión Europea, que considera a la RSE como aquella gestión, que independientemente de las obligaciones de carácter legal, la empresa asume voluntariamente en materia ambiental o social (Comisión Europea, 2011). De ahí que, la naturaleza voluntaria de esta conceptualización genera críticas encaminadas a una percepción que argumenta que, si la motivación se encontrara encaminada en esta dirección no se tendría la necesidad de legislar el buen comportamiento empresarial (Blowfield y Frynas, 2005).

Salazar y Husted (2009) identifican que la empresa puede tener tres tipos diferentes de motivación que generen resultados en materia de una gestión en sostenibilidad, la primera considera una naturaleza

voluntaria, como es el caso de la dirección bajo la cual se aborda la RSE; la segunda parte de una perspectiva coercitiva en donde se involucra una regulación de ciertos aspectos que las empresas se ven obligadas a cumplir para evitar incurrir en sanciones; y la última, se encarga de la visión estratégica de la empresa, reconociendo tanto la búsqueda del beneficio social como la obtención de beneficios económicos.

Con el abordaje de Salazar y Husted (2009), se puede concluir que *no se encuentran elementos suficientes para afirmar que la motivación de tipo voluntario genere incentivos empresariales fuertes para integrar un cambio en el comportamiento empresarial*, con esta premisa se abre la pauta para realizar a continuación un análisis a fondo de las motivaciones coercitivas y estratégicas.

Los Stakeholders como promotores del cambio empresarial

La sociedad misma no se queda a la espera de la buena voluntad de las empresas y de sus accionistas, y busca a través de la coerción ejercer presión para lograr algún cambio. En este sentido, la teoría de lo *Stakeholders* que fue propuesta por Freeman (2010), considera a los grupos de interés como aquellos grupos o individuos que se benefician o perjudican por las acciones corporativas tales como clientes, proveedores, sociedad, gobierno, ONG's, etc.

Esta teoría se basa en la toma de decisiones organizacionales encaminadas no sólo a la satisfacción de los accionistas sino a la responsabilidad que tienen hacia sus grupos de interés para satisfacer sus

¹ La sostenibilidad se entiende como el fin, mientras que la RSE es la parte teórica que ayuda a comprender el proceso para su logro desde la perspectiva empresarial. La evolución teórica de la RSE ha alcanzado un punto en que su internalización empresarial converge en el logro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos en la Agenda 2030. Teniendo relevancia en la Teoría de la RSE para promover el replanteamiento e inclusión de diversos aspectos sociales como lo son: logros en la equidad y justicia, ética y derechos humanos que originalmente no se consideraban en la conceptualización de la sostenibilidad (Plasencia et al., 2018).

necesidades. Bajo esta óptica, se podría considerar que la RSE entra bajo una perspectiva de un compromiso empresarial hacia la sociedad y sus peticiones, como señala Melé (2009): “Si tomamos la RSE en un sentido amplio, entonces la teoría de los *Stakeholders* puede considerarse una teoría de la RSE, ya que proporciona un marco normativo para los negocios responsables hacia la sociedad” (p. 63).

Bajo esta óptica los grupos de interés son tomados en cuenta como socios de la empresa, a los cuales se les debe de considerar y maximizar la obtención de beneficios sociales¹. Por lo que, la gestión empresarial debe dirigirse no solo a la búsqueda de utilidades para los accionistas sino también para los grupos de interés, con el fin de que las demandas que estos les imponen surtan efectos a través de los marcos normativos vigentes.

A través de esta teoría, se reconoce la premisa de que *los grupos de interés son parte fundamental del sistema en el que se desarrolla la empresa ya que pueden afectar a la toma de decisiones empresariales (Agle et al., 2008; Fernández y Bajo, 2012; Freeman, 2010), esto mediante la presión que estos grupos pueden ejercer para demandar bienestar, y generar un cambio en las legislaciones que puedan repercutir en multas o sanciones.*

En esta misma línea, autores como Agle et al. (2008) consideran al gobierno como elemento indispensable, ya que se encarga de establecer las reglas del juego a través de la promulgación de leyes, es decir, modelar el comportamiento de las empresas que se encuentran dentro del sistema; para lograr la maximización del valor total a largo plazo de la empresa. Por lo que, se acepta la premisa de que *el gobierno es el único*

encargado de la resolución de los problemas, pero bajo su papel de gestor de las reglas del juego (promulgación de leyes) y como vigilante, con el fin de minimizar los costos impuestos a la sociedad derivados de un comportamiento empresarial desmedido en materia de sostenibilidad.

En virtud de lo anterior, se entiende que esta problemática no puede ser resuelta a nivel micro, es decir, entre empresas e individuos y, por tanto, la búsqueda de soluciones efectivas debe de originarse mediante acciones colectivas de los grupos de interés, planteando una perspectiva en donde la coerción va moldeando el comportamiento de la empresa a través de leyes promulgadas.

La coacción de los grupos de interés permite identificar que la motivación empresarial puede ser modificada y pasar de ser voluntaria a obligatoria (siempre y cuando exista una coordinación que genere sincronía en los procesos), sin embargo, para ser efectiva se requiere una presencia fuerte de organismos vigilantes que validen el cumplimiento de las leyes.

Para esto, un flujo adecuado de la información entre gobierno, grupos de interés y empresas sienta las bases para un correcto proceso en la toma de decisiones. Lo anterior ayuda a evitar el surgimiento de algún tipo de conflicto y de esta forma lograr un equilibrio entre los múltiples intereses que puedan surgir (Narayanan y Adams, 2017). Por lo que, se acepta la siguiente premisa: *el flujo de información juega un papel importante para la reducción de los costes de transacción, que genera una sinergia entre los Stakeholders y la empresa, esta última construye una imagen a través de esto.*

¹ Los beneficios sociales se entienden como aquellos que responden a las demandas de sostenibilidad, y en este trabajo se encaminan a los establecidos en los ODS enlistados en la Agenda 2030.

Kuhn y Deetz (2009) hacen énfasis en el establecimiento de canales de comunicación que logren establecer un círculo participativo de continua interacción de las partes interesadas (tanto accionistas como grupos de interés), que operen dentro de un proceso que implique la resolución de conflictos de forma creativa, para el logro de sus objetivos.

La necesidad de un estándar en el flujo de información de las actividades empresariales así como de su divulgación, se ha reconocido desde la década de los 1980 en las prácticas de la Comisión de Bolsa de Valores en los Estados Unidos de América, lugar en donde ha pasado a formar parte de la estandarización de la presentación de información que facilite su vigilancia y evitar problemas de comunicación entre los grupos de interés y las empresas (Owen y O'Dwyer, 2009).

La metodología aplicada en estos tipos de balances sociales debe incluir aquellos beneficios adicionales a los económicos que las organizaciones transfieren a sus grupos de interés, por lo que, Molina, et al. (2017) definen al balance social como: “un sistema de diagnóstico que integra evaluaciones cuantitativas a través de indicadores sociales, ambientales y financieros; así como cualitativas sobre cumplimiento de normas y principios sociales” (p. 25).

En este sentido, la estandarización relativa a la sostenibilidad para evitar cualquier tipo de conflicto, ha sido impulsada por el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA) y la Coalition for Environmentally Responsible Economies denominada Reporting Global Initiative (GRI) que actualmente es el punto de referencia en materia de generación de reportes empresariales en sostenibilidad que respetan los

principios del Triple Bottom Line¹.

Narayanan y Adams (2017) afirman que el proceso de presentación de informes sobre cuestiones de sostenibilidad tiene el potencial de cambiar a las organizaciones, solo sí el enfoque con el que se adopta, respeta la búsqueda del lucro organización y las prácticas de cálculo asociadas; y si bien, bajo este enfoque se comprobó que se limita la profundidad del cambio, se demostró la existencia de cierto grado de integración, por lo que sí la búsqueda se enfoca en la integración de sostenibilidad entonces se debe analizar y detectar qué funciona y qué no en términos de generar un cambio intraorganizacional.

La sostenibilidad empresarial y la divergencia de los objetivos sociales y económicos

El análisis de los grupos de interés proporciona elementos esenciales para la construcción de una conceptualización integral de gestión en sostenibilidad empresarial, ésta aún carece de un elemento esencial que muchas veces se deja de lado cuando se demanda de las empresas un comportamiento sostenible: las utilidades.

El impacto económico que se presenta dentro de las empresas cuando se generan acciones en materia de RSE, no ha sido un elemento identificable dentro de la conceptualización general del término; en este sentido, la empresa es un ente económico que lucha constantemente para mantener un equilibrio entre la maximización de sus utilidades y las presiones que se ejercen sobre ella para la atención a temas de diferente índole social.

La crítica abordada por Friedman (2007), ha evidenciado principalmente esta dicotomía, basándose

¹John Elkington acuñó la frase Triple Bottom Line que hace referencia a tres pilares diferentes: social, económico y ambiental, y el cual alienta a las empresas a ampliar su definición de éxito siendo incluyentes en sus estrategias de estos elementos (Rotner, 2016).

en la Teoría de la Agencia que reconoce a dos partes involucradas: al principal (*Stockholders* o accionista) como fuente de autoridad; y al agente al cual se delega la misma para actuar en su nombre y solucionar los problemas que se puedan encontrar para hacer esto posible (Salazar y Husted, 2009).

Friedman (2007) considera la premisa de que *el fin único de la empresa es obtener beneficios económicos para los accionistas*. En el caso de los proyectos de RSE, en donde se busca generar un bienestar al entorno en el que se desenvuelve la empresa, la cual va en contra de este principio, abre la pauta para analizar la motivación que podría llevar a la su incorporación dentro de la gestión empresarial.

Por lo que, la revisión de la literatura enfocada a las motivaciones empresariales para la integración del cuidado de aspectos sociales como parte fundamental de sus actividades, se basa en la premisa de que: *la estrategia es un mecanismo que genera una sinergia positiva tanto para la sociedad como para la empresa*. Salazar y Husted (2009), reconocen una relación positiva entre los gastos y el desempeño competitivo y financiero de la empresa, que busque un equilibrio entre el beneficio social y el beneficio económico propio.

La motivación estratégica busca una constante legitimación y supervivencia en el mercado, para esto, se debe reconocer la importancia que adquiere la información que proyectan y la imagen que se construye alrededor de esta; las empresas que lo asuman podrán aprovechar y encontrar así, el camino para modificar su comportamiento y generar ventajas competitivas en el mercado, mientras que aquellas que no lo hacen pueden enfrentarse a un escenario negativo derivado de la pérdida de potenciales clientes que buscan productos o servicios regidos bajo los conceptos de sostenibilidad (Adams et al., 2016; Ergene et al., 2020).

Otro aspecto importante que se debe analizar es el impacto financiero de integrar a la sostenibilidad dentro de la gestión empresarial, este podrá ser medido por indicadores que permitan cuantificar su efecto (Gao y Bansal, 2013; Eccles et al., 2014; Earnhart, et al., 2014), aunque la importancia de estos será relevante en la medida en que ayuda a construir una imagen a través de sus reportes de información financiera, ayudando a la creación de una comunicación no verbal entre la empresa y sus grupos de interés (Adams y Larrinaga, 2007; Bebbington et al., 2008; Miranda y López, 2020).

Por lo anterior, se concluye con la premisa que *aquellas empresas que utilicen una perspectiva estratégica en su actuar y como consecuencia generen beneficios sociales, mantendrán un equilibrio en la búsqueda de un desempeño financiero en la empresa* (Candelas, 2017; Savitz y Weber, 2007); convirtiendo a las actividades de sostenibilidad como parte de una gestión para generar riqueza a los accionistas.

Sin embargo, la sostenibilidad no se trata solo de generar reportes que satisfagan a los grupos de interés; sino que realmente la empresa funja como un ente renovador de la sociedad proporcionando tanto un retorno económico como de beneficio social. La propuesta de Savitz y Weber (2007) visualiza esto, como un terreno común donde se intercambian beneficios entre los grupos de interés y la empresa; esta nueva forma de concebir la interacción reconoce que debe de existir un punto de equilibrio que satisfaga a ambas partes, a este lo denomina como el lugar dulce sostenible (The Sustainability Sweet Spot); que es donde confluyen las ganancias y la búsqueda del bien común, dando lugar y oportunidad para la generación de nuevos productos, procesos, mercados, modelos de negocios, métodos de gestión y reporte.

La perspectiva estratégica para la empresa como guía

para alcanzar ventajas competitivas a través de la productividad y de la optimización de los recursos, ayuda a la empresa a encontrar nuevas formas de hacer las cosas en comparación de su competencia y así generar algún tipo de valor agregado a través de la implementación de nuevos procesos en sostenibilidad (Adams, et al., 2016; Ergene et al., 2020).

Aspectos metodológicos

La presente investigación parte de un enfoque cualitativo, con un método deductivo de abordaje hermenéutico, ya que se efectuaron revisiones de contenidos generales sobre las teorías de RSE, *Stakeholders* y Sostenibilidad Empresarial, que se someten a interpretación para llegar al planteamiento conceptual integral de la gestión en sostenibilidad empresarial donde se reconcilien tanto los objetivos económicos como los sociales.

Hacia una perspectiva integral de sostenibilidad

Los estudios sobre las estrategias empresariales analizados anteriormente, se han enfocado en el análisis de elementos aislados, ya sea convirtiendo la coercitividad de las leyes en motivadores estratégicos (Lyon y Maxwell, 2007); considerando a la información financiera como la perfecta estrategia en búsqueda de una imagen sustentable (Adams y Larrinaga, 2007; Bebbington et al., 2008); o a través de la interpretación de la interacción entre la empresa y sociedad como una balanza en donde influyen fuerzas que deben de encontrar un punto de equilibrio para que ambos agentes ganen (Savitz y Weber, 2007), así como el reconocimiento de una oportunidad de un mercado cada vez más interesado en consumir productos

sostenibles y por lo tanto especializarse en estos otorgará ventajas competitivas sobre aquellos que no lo hagan (Ergene et al., 2020; Adams, et al., 2016).

Sin embargo, a pesar de que la sostenibilidad puede ser abordada bajo diferentes ópticas, se deben de integrar elementos que sirvan como punto de partida a las nuevas teorías organizacionales, en pos de generar un conocimiento que ayude a construir mejores modelos representativos de la realidad que se analiza.

En términos conceptuales, se debe construir una visión integradora que se acepte la existencia de contradicciones, tensiones y paradojas¹. Esta deberá de aceptar las tensiones en vez de eliminar o ignorar la problemática presente, por lo que, la capacidad de la dirección para perseguir aspectos de sostenibilidad, aparentemente conflictivos simultáneamente, logrará una conceptualización integral (Hahn et al., 2015).

El reconocimiento de la naturaleza económica de las empresas y su búsqueda permanente de rendimientos sobre cualquier otro fin, permite volver visible algo que siempre ha estado allí, pero que, raramente se incorpora a las teorías clásicas tanto de la RSE como de la Sostenibilidad Empresarial. Es solo a través de lo anterior expuesto que se ha afianzado en los últimos años esta corriente teórica que busca analizar la falta de éxito de la integración de lo sostenible a las corporaciones.

Por lo que, el debate en la Sostenibilidad Empresarial según Dyllick y Muff (2016), se encuentra bajo tres desafíos conceptuales que abordan la existencia de una desconexión: el primero hace énfasis en la pobre integración de las diferentes corrientes temáticas en este

¹ Una paradoja se refiere a una situación en la que coexisten elementos de oposición, porque hay dos o más elementos que son sólidos y aceptados individualmente, pero tomados en conjunto parecen ser inconsistentes o incompatibles (Hahn et al., 2015).

discurso, el segundo aborda la falta de integración de la sociedad nivel macro con el nivel micro organizacional, y la tercera critica la construcción de la idea del éxito basado en obtención de grandes márgenes de utilidades, proponiendo abrir la idea de la obtención de un bien común como un logro igual de importante.

Si bien, el centro del debate parte de la relación entre los objetivos económicos, ambientales y sociales de la empresa, este se encuentra madurando hacia un enfoque más estrecho, que busca focalizar algunas preguntas clave y un conjunto limitado de lentes teóricos y enfoques metodológicos para abordarlas (Hang et al., 2018).

Otro desafío se refiere a la dificultad de medir el impacto social, a diferencia del valor económico, que puede medirse utilizando unidades monetarias específicas, el valor social no se puede cuantificar tan fácilmente. Lo que conlleva complicaciones en los aspectos metodológicos, ya que a menudo es difícil idear la forma correcta de medir la afección o falta de ella en un medio social. Además, no existe un tipo de cambio comúnmente aceptado para comparar el valor social y el valor económico. Por lo tanto, los gerentes deben decidir intuitivamente entre maximizar la seguridad financiera de una organización o aumentar su impacto social. Si la organización está considerando una inversión de las ganancias actuales para expandir el valor social futuro, esta decisión puede volverse aún más complicada (Delmas et al., 2019).

A través, de la revisión teórica realizada en el presente trabajo se identificaron ideas clave en las teorías revisadas, que permiten la construcción teórico conceptual de la gestión en sostenibilidad empresarial bajo una perspectiva incluyente, por lo tanto, se propone una nueva comprensión de la realidad basada en las siguientes premisas:

- *Premisa 1: La empresa es un ente capaz de transformar a su entorno, y a través de una gestión sostenible promueve beneficios que se expanden más allá de su marco de operación.*
- *Premisa 2: No se encuentran elementos suficientes para afirmar que la motivación de tipo voluntario genere incentivos empresariales fuertes para integrar un cambio en el comportamiento empresarial.*
- *Premisa 3: Los grupos de interés son parte fundamental del sistema en el que se desarrolla la empresa ya que pueden afectar a la toma de decisiones empresariales mediante la presión que estos ejercen para demandar bienestar, y generar un cambio en las legislaciones.*
- *Premisa 4: El gobierno es el único encargado de la resolución de los problemas, pero bajo su papel de gestor de las reglas del juego (promulgación de leyes) y como vigilante, con el fin de minimizar los costos impuestos a la sociedad derivados de un comportamiento empresarial desmedido en materia de sostenibilidad.*
- *Premisa 5: El flujo de información juega un papel importante para la reducción de los costes de transacción, que genera una sinergia entre los Stakeholders y la empresa, esta última construye una imagen a través de esto*
- *Premisa 6: El fin único de la empresa es obtener beneficios económicos para los accionistas.*
- *Premisa 7: La estrategia es un mecanismo que genera una sinergia positiva tanto para la sociedad como para la empresa.*

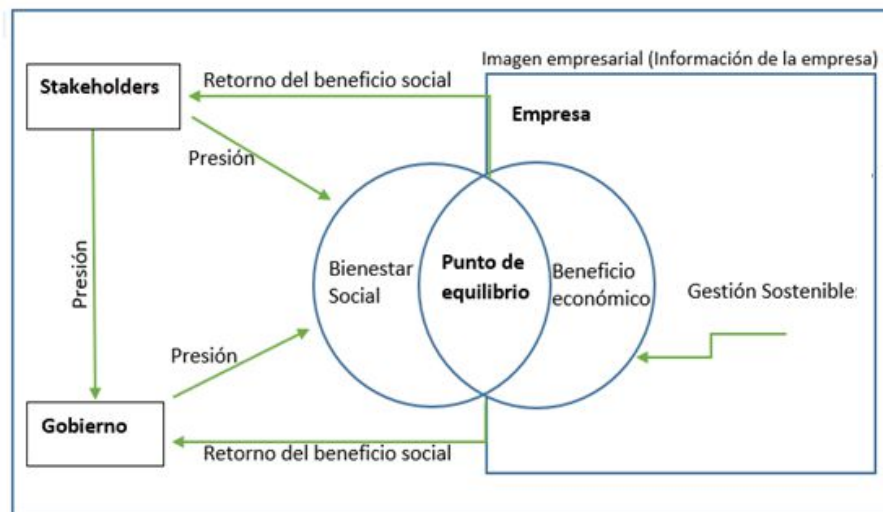
- *Premisa 8: Aquellas empresas que utilicen una perspectiva estratégica en su actuar y como consecuencia generen beneficios sociales, mantendrán un equilibrio en la búsqueda de un desempeño financiero en la empresa.*

Con estas premisas podemos definir integralmente a la gestión en sostenibilidad empresarial como: aquella que se encuentra en constante interacción entre los integrantes del sistema (empresa, grupos de interés y gobierno) con el fin de obtener un equilibrio entre los diferentes objetivos que se buscan alcanzar (beneficio

económico y beneficio social); esta interacción, genera un punto de equilibrio que proporciona un retorno del beneficio social óptimo al exterior como consecuencia de la presión hacia la empresa, y, un retorno del beneficio económico óptimo como consecuencia de las estrategias empresariales. Por lo que, la gestión sostenible buscará conciliar la obtención del mayor beneficio económico considerando las demandas sociales, esto a través de una perspectiva estratégica como se observa en la Figura 1.

Figura 1

Representación de la conceptualización integral de la Gestión en Sostenibilidad Empresarial



Fuente: Elaboración propia con base en Andrés et al. (2010) y Savitz y Weber (2007).

Discusión

La construcción conceptual abre la pauta para el debate sobre los aspectos analizados, por un lado, las empresas utilizan las prácticas de transparencia y de disponibilidad de información en sus reportes como vía para volverse sostenibles. Carroll (2015) indica que

alrededor del 95% de las empresas que aparecen en The Global Fortune 250 (GF250), revelan datos de forma voluntaria sobre aspectos de desempeño social, económico y ambiental. Mientras que, en regiones como América Latina el porcentaje es mucho menor, siendo Brasil el país donde las empresas generan más estos

tipos de informes con una participación del 45%, mientras que en México el porcentaje oscila entre el 10% (Molina et al., 2017).

En México, la información en la materia se concentra en aquellas empresas públicas que se encuentran cotizando dentro de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), ya que es una institución que proporciona la infraestructura, la supervisión y los servicios en materia de emisión, colocación e intercambio de valores, y funge como órgano vigilante sobre las actividades de las empresas emisoras y casas de Bolsa.

La sostenibilidad en la BMV, busca contribuir al fortalecimiento de las prácticas de gestión y reporte de sus empresas emisoras, con la finalidad de ofrecer información de calidad, relevante y transparente sobre aspectos ambientales, sociales y de gobernanza corporativa (ASG) a inversionistas, accionistas y grupos de interés; con el fin de proporcionar un ambiente óptimo para la toma de decisiones, en este marco pueden ser estudiados los aspectos de gestión sostenible a través de los reportes generados por las empresas así como el del comportamiento de las utilidades empresariales a través de sus índices de cotización.

Los índices bursátiles también han incorporado aspectos de sostenibilidad, y a partir de diciembre del

2011 la BMV introdujo el IPC sostenible; el cual permite agrupar a empresas cuyo desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo sean sobresalientes, con el fin de acceder al capital de inversionistas preocupados por dichos aspectos, además de que se identifican menores riesgos (Mayo et al., 2018).

Sin embargo, a partir de junio del 2020, este indicador desaparece para dar paso al S&P/BMV Total México ESG Index, el cual actualmente se encuentra compuesto por 29 empresas. Esta transformación responde a la inclusión de elementos sobre ESG (por sus siglas en inglés: Environmental, Social y Governance), favoreciendo la inclusión dentro de las empresas mexicanas de dichos aspectos, a su vez que se encuentra respaldado por una alianza con el índice americano Standard & Poor's (S&P).

Lo anterior comprueba una creciente tendencia por parte de los inversionistas hacia los temas sostenibles, ya que la percepción de que una compañía que se gestiona en esta materia genera ventajas a largo plazo derivado de una mejor capacidad de adaptación (Pérez, 2018). Y esto puede comprobarse cuando se comparan los rendimientos promedios entre el IPC y el S&P/BMV Total México ESG Index, en el cual se observa efectivamente la obtención de un mayor valor (Tabla 1).

Tabla 1

Rendimientos promedio anuales IPC vs S&P/BMV

Año	Ren IPC	Ren S&P/BMV Total México ESG Index
2016	0.036%	0.057%
2017	0.033%	0.037%
2018	-0.062%	-0.041%
2019	0.021%	0.050%
2020	0.023%	0.029%

Fuente: Elaboración propia.

Esto proporciona argumentos para discutir en futuras investigaciones, las cuales aborden una conceptualización de sostenibilidad basada en un proceso que debe de gestarse considerando tanto los ángulos sociales como empresariales, para en conjunto encontrar estrategias que encaminen a la sostenibilidad como un punto alcanzable para las próximas generaciones.

Conclusiones

El presente trabajo aborda un marco teórico que permite la construcción de premisas que integran los elementos de análisis que, desde la perspectiva empresarial, ayuden a una incorporación exitosa de estrategias de cuidado ambiental. Aceptar como ciertos los principios que se han propuesto, ayuda a la construcción teórica de futuros trabajos para comprender el comportamiento empresarial y sus motivaciones para el cambio en materia de sostenibilidad.

Por lo tanto, se entiende que el proceso mediante el cual las empresas abordan las problemáticas ambientales con motivación estratégica generará un beneficio en materia de ventaja competitiva con respecto a aquellas empresas que no logren adaptarse a los cambios y demandas de los grupos de presión y gobiernos. Lo anterior, no solo asegura que las empresas se comprometan de manera más activa para volverse sostenibles, sino que el intercambio de beneficios se comparten entre la empresa y la sociedad, obteniendo un juego donde ambas partes ganan.

Esta nueva conceptualización, permite una convergencia en los trabajos científicos cuyo sujeto de estudio se enfoca en la empresa. A través de lo anterior, se ha observado que la sostenibilidad no debe de estar peleada con la generación de riqueza, ya que este pensamiento desvía la gestión empresarial del objetivo principal que es mantener tanto a la empresa como a la

sociedad.

En este caso la vigilancia en materia de flujo de información que se presenta por parte de las empresas deberá de ser de gran importancia para generar un flujo para los *Stakeholders* que permita un seguimiento oportuno, así como la elaboración de herramientas para evitar este tipo de comportamientos.

Finalmente, se espera mantener la apertura para nuevas líneas de investigación que ayuden a generar soluciones, sobre todo ante una problemática sobre el cuidado del medio ambiente y de sus repercusiones sociales, de tal forma que se genere una sinergia hacia una transición donde el cuidado medio ambiental no sea sinónimo de pérdidas bajo la óptica empresarial, al contrario, se relacione de manera estrecha con la maximización de beneficios económicos y por ende su impacto en el desarrollo económico y social.

Referencias

- Adams, C. A., Potter, B., Singh, P. J., y York, J. (2016). Exploring the implications of integrated reporting for social investment (disclosures). *The British Accounting Review*, 48(3), 283-296. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2016.05.002>
- Adams, C. A., y Larrinaga, G. C. (2007). Engaging with organisations in pursuit of improved sustainability accounting and performance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(1), pp. 333-355. <https://doi.org/10.1108/09513570710748535>
- Agle, B., Donaldson, T., Freeman, R., Jensen, M., Mitchell, R., y Wood, D. (2008). Dialogue: Toward Superior Stakeholder Theory. *Business Ethics Quarterly*, 18. <https://doi.org/10.5840/beq200818214>

- Andrés, E. F., Salinas, E. M., y Vallejo, J. M. (2010). La influencia de factores de presión en el comportamiento medioambiental de la empresa: análisis del efecto moderador del tipo de actividad. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), 127-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3118514>.
- Bebbington, J., Larrinaga, C., y Moneva, J. M. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(3), 337-361. <https://doi.org/10.1108/09513570810863932>
- Blowfield, M., y Frynas, J. G. (2005). Setting New Agendas: Critical Perspectives on Corporate Social Responsibility in the Developing World. *International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1944-)*, 81(3), 499-513. <http://www.jstor.org/stable/3569630>.
- Candelas, R. (2017). *Hacia un Modelo Económico para el Desarrollo Sustentable*. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP), documento de trabajo 259, México. <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Novedades/Documento-de-trabajo.-Hacia-un-Modelo-Economico-para-el-Desarrollo-Sustentable>.
- Carroll, A. (2009). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility* (pp. 19-46). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0002>
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44, 87-96. <http://dx.doi.org/10.1016/j.orgdyn.2015.02.002>
- Comisión Europea (2011). *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. [https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com\(2011\)0681_/com_com\(2011\)0681_es.pdf](https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/com/com_com(2011)0681_/com_com(2011)0681_es.pdf).
- Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., y Siegel, D. (2009). The Corporate Social Responsibility Agenda. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0001>
- Delmas, M. A., Lyon, T. P., y Jackson, S. (2019). Using Market Forces for Social Good (2019). Chapter 15 in *The Nonprofit Sector, A Research Handbook, Third Edition* Edited by Walter Powell and Patricia Bromley, Stanford Press. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3457521.
- Dyllick, T., y Muff, K. (2016). Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. *Organization & Environment*, 29(2), 156-174. <https://doi.org/10.1177/1086026615575176>
- Earnhart, D., Khanna, M., y Lyon, T. (2014). Corporate Environmental Strategies in Emerging Economies. *Review of Environmental Economics and Policy*, 8, 164-185. <https://doi.org/10.1093/reep/reu001>
- Eccles, R. G., Ioannou, I., y Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835-2857. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>

- Ergene, S., Banerjee, S. B., y Hoffman, A. J. (2020). (Un) sustainability and organization studies: Towards a radical engagement. *Organization Studies*, 0170840620937892. <https://doi.org/10.1177/0170840620937892>
- Fernández, J., y Bajo, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *ADRResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 6, 130–143. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3980299>
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. In *Corporate ethics and corporate governance*. Springer, Berlin, Heidelberg, 173-178.
- Gao, J., y Bansal, P. (2013). Instrumental and integrative logics in business sustainability. *Journal of Business Ethics*, 112(2), 241-255. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1245-2>
- Hahn, T., Pinkse, J., Preuss, L., y Figge, F. (2015). Tensions in corporate sustainability: Towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, 127(2), 297-316. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2047-5>
- Hang, M., Geyer-Klingeberg, J., Rathgeber, A., y Stöckl, S. (2018). Economic development matters: A meta-regression analysis on the relation between environmental management and financial performance. *Journal of Industrial Ecology*, 22(4), 720-744.
- Husted, B. W., y Salazar, J. de J. (2005). Un estudio exploratorio sobre la estrategia social de empresas grandes ubicadas en México. *Contaduría y Administración*, (215), 9–23. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39521502>.
- Kuhn, T., y Deetz, S. (2009). Critical Theory and Corporate Social Responsibility : Can/Should We Get Beyond Cynical Reasoning? *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0008>
- Lyon, T., y Maxwell, J. (2007). Corporate Social Responsibility and the Environment: A Theoretical Perspective. *Review of Environmental Economics and Policy*, 2, 240–260. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1011793>
- Mayo, A., Pérez, B. y Morales, Y. (2018). La sustentabilidad en el mercado de valores. *Desarrollo regional sustentable y turismo*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C., Coeditores. <http://ru.iiec.unam.mx/3798/>
- Melé, D. (2009). Corporate Social Responsibility Theories. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0003>
- Miranda, M., y López, E. M. (2020). La Sustentabilidad en los Rendimientos Financieros de los Corporativos del Sector Industrial de las Empresas que Cotizan en la BMV. *Revista de Gestión Empresarial y Sustentabilidad*, 6(1), 64-75. <https://148.216.29.53/index.php/rges/article/view/62>

- Molina, E. C., Córdova, J. D., Meza, E. Z., y López, P. (2017). La responsabilidad social empresarial en las empresas del Ecuador. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, 5(18), 23–44. <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215052403003.pdf>
- Morales-Castro, J. A. (2015). La acreditación de sustentabilidad y su impacto en los márgenes de rentabilidad del sector industrial de la Bolsa Mexicana de Valores. *Respuestas*, 20(1), 16-29. <https://doi.org/10.22463/0122820X.256>
- Narayanan, V., y Adams, C. A. (2017). Transformative change towards sustainability: the interaction between organisational discourses and organisational practices. *Accounting and Business Research*, 47(3), 344-368. <https://doi.org/10.1080/00014788.2016.1257930>
- ONU. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Asamblea General. http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/70/L.1&Lang=S
- Owen, D. L., y O'Dwyer, B. (2009). Corporate Social Responsibility: The Reporting and Assurance Dimension. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0017>
- Pérez, B. I. (2018). Evaluación financiera del rendimiento y el riesgo del IPC y el IPC sustentable de la bolsa mexicana de valores de 2012 a 2016 (Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Aguascalientes). <http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/handle/11317/1573>
- Plasencia Soler, J. A., Marrero Delgado, F., Bajo Sanjuán, A. M., y Nicado García, M. (2018). Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 63-73. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2662>
- Rotner, E. (2016). Corporate Environmentalism: How Green is it Actually? *Environmental Studies Honors Papers*. <https://digitalcommons.conncoll.edu/envirohp/14/>
- Salazar, J., y Husted, B. W. (2009). Principals and Agents: Further Thoughts on the Friedmanite Critique of Corporate Social Responsibility. In *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0006>
- Savitz, A. W., y Weber, K. (2007). The sustainability sweet spot. *Environmental Quality Management*, 17(2), 17–28. <https://doi.org/10.1002/tqem.20161>



Trascender, Contabilidad y Gestión. Vol. 7, Núm. 19 (enero – abril del 2022).

Universidad de Sonora. Departamento de Contabilidad. México.

ISSN: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203.

Normas de colaboración



"El saber de mis hijos
hará mi grandeza"

Universidad de Sonora
División de Ciencias Económicas
y Administrativas
Departamento de Contabilidad
Unidad Regional Centro



Revista digital

La Revista **TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN**, es una revista digital, de publicación cuatrimestral, con arbitraje estricto, en sistema OJS distribuida por red de cómputo de la Universidad de Sonora. Con registro ISSN en línea: 2448-6388. Reserva de Derechos 04-2015-04172070800-203 y registro DOI: 10.36791.

La Revista **TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN** es una publicación de carácter académico y científico publicada por el Departamento de Contabilidad de la Universidad de Sonora. México. Indizada a Latindex 2.0, Clase, Biblat, SeriUNAM, REDIB, Dialnet, DORA, AURA y Google académico, contando con el sello de calidad de Revistas UNISON, y el repositorio CRIS-UNISON.

La revista extiende una convocatoria para presentación de colaboraciones para su publicación en la revista conforme las siguientes normas.

Normas generales para autores(as)

I. De la presentación de colaboraciones:

1. Los trabajos presentados, podrán ser reportes de investigación, ensayos, estudios o reportes técnicos en las líneas de conocimiento de las ciencias sociales, económicas, administrativas y contables, en cualquiera de sus vertientes.
2. Los **reportes de investigación** son informes que describen y argumentan resultados de proyectos sobre un objeto de estudio específico, cumpliendo con un rigor y método científico dentro de las líneas de conocimiento de la revista.
3. Los **ensayos** son escritos críticos argumentativos del análisis de la revisión exhaustiva, evaluativa de la literatura de un tema o fenómeno de estudio, dentro de las líneas de conocimiento de la revista.
4. Los **estudios, reportes o apéndices técnicos**, son documentos descriptivos de la aplicación teórica, normativa, tecnológica o práctica del ejercicio o praxis profesional de tópicos relativos a las líneas de conocimiento de la revista.
5. Los trabajos deberán presentarse en idioma español o inglés.
6. Los trabajos podrán ser individuales o colectivos, de no más de tres autores.
7. Todos los trabajos deben ser inéditos.
8. Todos los trabajos enviados deben entregarse en exclusividad de publicación a la revista, durante el proceso de arbitraje, publicación y hasta un año después de su publicación.
9. El envío y publicación de los manuscritos enviados no generará ningún costo para los autores(as).

II. Envío de los trabajos:

Fechas de envío de colaboraciones:

La revista TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN recibe de forma abierta colaboraciones durante todo el año, sujetándose al siguiente calendario, para su publicación:

* Revista enero-abril límite de recepción de colaboraciones: 15 de octubre.

* Revista mayo-agosto límite de recepción de colaboraciones: 15 de febrero.

* Revista septiembre-diciembre límite de recepción de colaboraciones: 15 de junio.

Los trabajos deberán ser enviados en tres archivos, a través de la plataforma de envío de la revista: <https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/about/submissions>

Y a los correos: revistatrascender@unison.mx y eugenia.delarosa@unison.mx como sigue:

Archivo 1 Datos autores.

* El nombre del archivo deberá formarse como se indica:

Archivo1_datos_primer apellido del autor(es)(as)_palabra representativa del título.

Ejemplo un autor: Archivo1_Datos_ Jiménez_Política.doc

Ejemplo dos autores: Archivo1_Datos_ Jiménez_López_Política.doc

La información del archivo en *Word* deberá contener:

* Información de cada uno de los(as) autores(as): grado académico, licenciatura, cargo o puesto(s) actual o anterior, institución, dependencia, ciudad, estado, país, email(s) institucional y alterno, ORCID.

* Título del trabajo en español y en inglés.

* Palabras clave en español y en inglés, no más de cinco.

*Código(s) JEL (*Journal of Economic Literature*) de clasificación que catalogue(n) el contenido temático del trabajo, no más de tres, número y texto del(los) código(s)

Podrán consultarlos en:

<https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/issue/view/9/23>

*Indicar el autor de correspondencia del trabajo.

* En caso de que el trabajo sea resultado de un proyecto, programa o cuenta con algún financiamiento, deberá indicarlo.

Archivo 2 Extenso del trabajo.

* El nombre del archivo deberá formarse como se indica:

Archivo2_extenso_(primer apellido del autor(es))_palabra representativa del título.

Ejemplo un autor: Archivo2_extenso_ Jiménez_Política.doc

Ejemplo dos autores: Archivo2_extenso_ Jiménez_Sandoval_Politica.doc

El archivo *Word* deberá contener:

*El título del trabajo en español e inglés y el trabajo completo incluido el resumen y *abstract*, sin nombres de los autores, con número de página inferior centrada.

*La extensión mínima de los trabajos será de 20 páginas y la máxima 45 páginas, incluidos anexos.

Archivo 3. Declaración de autoría.

* El nombre del archivo deberá formarse como se indica:

Archivo3_autoria_ (primer apellido del autor(es) _palabra representativa del título.

Ejemplo un autor: Archivo3_autoria_Jiménez_Política.doc

Ejemplo dos autores: Archivo3_autoria_Jiménez_Sandoval_Politica.doc

El archivo deberá ser en formato jpg o pdf conteniendo:

*Declaración de autoría dirigida al Comité Editorial de la revista, y trabajo inédito no publicado en ningún tipo de publicación impresa o digital, con fecha, título del trabajo y firma autógrafa de todos los autores.

III. Formato general de los trabajos:

El formato general será letra *Times New Roman* a 12 puntos, interlineado de 1.5, márgenes generales de 2.5, y paginación inferior centrada. Un espacio entre párrafos.

*Respetando la **jerarquía de títulos**, conforme APA 7 (*American Psychological Association*), como sigue:

Título: Primera letra mayúscula y el resto minúsculas (salvo nombres o sustantivos propios). En español e inglés, centrados, sin abreviaturas o siglas.

Secciones del trabajo: Se numerarán de forma decimal. En la numeración no se incluirá la Introducción.

Subtítulos: Podrán ser hasta 3 niveles:

Nivel 1. Alineado en el centro con negritas.

Nivel 2. Alineado al margen izquierdo con negritas.

Nivel 3. Alineado al margen izquierdo, en cursivas y con negritas.

Texto: Deberá evitarse el uso incorrecto o excesivo de mayúsculas, negritas, comillas y subrayados en el texto en general.

IV. Cuerpo del trabajo:

El cuerpo del trabajo debe contener:

*Resumen y *Abstract* (ambos), de hasta 200 palabras.

*Palabras clave y *keywords* (ambos): no más de cinco, en minúsculas, excepto nombres propios. Estas palabras deberán ser relevantes en todo el trabajo y relacionarse con el código(s) JEL elegido(s) de la temática del trabajo.

Las palabras claves y los *keywords* se componen de palabras individuales, separadas por coma, no frases.

*Introducción, desarrollo incluyendo método, resultados, argumentación, conclusiones y referencias.

*Las referencias o fuentes consultadas, deberán estar bajo el formato APA 7.

Las referencias deberán ser citadas en el texto y presentadas al final del trabajo clasificadas en grupos: Consulta general, Leyes y Reglamentos y Páginas web, en ese orden.

*En caso de contener gráficas, cuadros, tablas o figuras, deben indicar en cada uno el número, título y fuente. El título centrado en la parte superior y la fuente al pie. Es necesario cuidar la calidad de definición de las gráficas, cuadros, tablas y figuras. Cada uno deberá estar claramente relacionado en el texto.

Todas las tablas o cuadros deberán presentarse en formato *Word*

*Podrán utilizarse notas al pie, como aclaraciones o ampliaciones al trabajo, en formato libre, no para citas.

V. De las citas y referencias:

Todos los trabajos deben presentar sus citas y referencias conforme la notación APA 7, respetando la tipografía, como sigue:

***Citas en el texto:**

Al citar dentro en el texto se pondrá el apellido del autor y el año.

Ejemplo un autor: (García, 2016, pp.15-16).

Ejemplo varios autores: (Solís-Cámara et al., 2016).

***Gráficos, tablas, cuadros o imágenes:**

Título en la parte superior: Con número y nombre.

Fuente al pie: (Apellido del autor; año: número de página). En caso de Elaboración propia, indicarlo.

Ejemplo:

Tabla 1. Grupos de enfoque estudiados.

Fuente: Elaboración propia con base en Williams, 2019,p.76.

***Referencias bibliográficas de artículos:**

Impresos o electrónicos: Apellido, iniciales nombres. (año). Título artículo. *Nombre revista*, volumen (número revista), número páginas. DOI o Recuperado de URL (en caso de ser electrónico).

Ejemplo dos autores:

Zurbriggen, C., y Travieso, E. (2016). Hacia un nuevo Estado desarrollista: desafíos para América Latina. *Perfiles Latinoamericanos*, 24(47), 259-281. <https://doi.org/10.18504/pl2447-004-2016>

Ejemplo sin doi con enlace en internet:

Tello Macías C. y Hernández Ángeles D.F. (2010). Sobre la Reforma Tributaria en México. *Economía UNAM*, 7(21), 37-56. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v7n21/v7n21a3.pdf>

***Referencias bibliográficas de capítulos:**

Apellidos, inicial de los nombres. (Año). Número y nombre del capítulo. *Nombre del libro*. País: Editorial, páginas. Recuperado de dirección electrónica (en caso de documentos electrónicos).

Ejemplo sin doi:

Sánchez López, J.M. (2019). Cap. 4. Entre pares. *En Consejos didácticos e investigación*. México: Ediciones Libres, 262-325.

***Referencias bibliográficas de libros:**

Apellidos, inicial de los nombres. (Año). *Nombre del libro*. País: Editorial, Recuperado de dirección electrónica (en caso de ser electrónico).

Ejemplo:

Luna, Y.B. (2009). *Auditoría Integral. Normas y Procedimientos*. México: Ecoe Ediciones.

***Referencias bibliográficas de leyes y reglamentos:**

Autoridad. Documento o acta. (año y mes). *Título de la publicación*. Páginas. Recuperado de URL.

Ejemplo:

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Transparencia presupuestaria. *Diario Oficial de la Federación*, (2014 mayo). 201-324.

Americans With Disabilities Act of 1990. 42 U.S.C. § 12101 et seq. (1990).
<https://www.ada.gov/pubs/adastatute08.htm>

VI. De la publicación:

De acuerdo con las políticas editoriales de la revista todos los trabajos serán revisados por la herramienta anti plagio *Ithenticate*, comunicando a los autores el reporte de similitud, sujetándose a no rebasar un 25%. Se sugiere consultar Políticas editoriales:

<https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/politics>

Todos los trabajos presentados a la revista se sujetarán a arbitraje doble ciego, comunicando a los autores el dictamen correspondiente. El tiempo máximo de dictamen será de 4 a 6 meses.

El procedimiento de evaluación puede ser consultado en Acerca de en Información para autores <https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/about>

Una vez comunicados los autores, en caso de haber recibido dictamen favorable tendrán 15 días naturales para el envío de las correcciones señaladas en el dictamen.

A cada uno de los artículos publicados se les asignará un registro DOI (*Digital Object Identifier*) exclusivo, para su acceso electrónico.

La decisión, políticas, procedimientos generales y secuencia de publicación de los trabajos son facultad del Comité Editorial de la revista. En caso de situaciones no consideradas la decisión final será tomada por el editor responsable de la revista.

La revista **TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN** se compromete a asegurar la confidencialidad y privacidad de la información personal que se capture en el sitio de la revista, de conformidad con los lineamientos editorial de la Universidad de Sonora Y las Normas éticas y de privacidad

<https://www.unison.mx/institucional/marconormativo/reglamentosacademicos/ReglamentoEditorialFebrero2009/#p=1>

https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/normas_eticas

Una vez publicados los artículos en el sitio web de la revista <https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/issue/archive>

Los autores podrán revisar la estadística de consulta y descarga de sus artículos en <https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/statistics>

Hermosillo, Sonora, México, 2022

Comité editorial de la Revista

TRASCENDER, CONTABILIDAD Y GESTIÓN