UANL
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

FACPYA
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

Volumen 9 Número 4 Julio-Agosto 2023 ISSN: 2448-5101

VinculaTégica EFAN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN

PÁGINA LEGAL

DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, Volumen 9, Número 4, Julio-Agosto 2023. Es una publicación bimestral editada por la Facultad de Contaduría Pública y Administración, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, calle Pedro de Alba S/N Cd. Universitaria, San Nicolás de los Garza, Nuevo León, México, CP. 66455, Tel +52 8183294000. https://vinculategica.uanl.mx Editor Responsable: Dra. María de Jesús Araiza Vázquez. **Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2018- 060713503700- 203, ISSN: 2448-5101**, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Fecha de última modificación, 31 de Julio de 2023

Cuerpo editorial

Comité Editorial
Director
Dra. María de Jesús Araiza Vázquez Universidad Autónoma de Nuevo León

Editores Técnicos
M.A.E. Jesus Cardona Salinas Universidad Autónoma de Nuevo León
Lic. Miguel Ángel Vázquez Gutiérrez Universidad Autónoma de Nuevo León

Editores de Sección
Dr. Abel Partida Puente Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Adriana Garza Elizondo Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Elías Alvarado Lagunas Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Jesús Eduardo Estrada Domínguez Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Juan Rositas Martínez Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Pablo Guerra Rodriguez Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Diana Maricela Vásquez Treviño Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Elda Aidé de León de la Garza Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Karla Annett Cynthia Sáenz López Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Mónica Blanco Jiménez Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Alfonso López Lira Arjona Universidad Autónoma de Nuevo León

Comité Científico
Dr. Alberto Galaz Universidad Austral de Chile
Dr. Alberto Zapater CLADEA
Dr. Jean-Charles Chacon Laurentian University
Dr. José Vicente Villalobos Antúnez Universidad de Zulia
Dr. Luis Alberto Villarreal Villarreal Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Otto F. Von Feigenblatt Keiser University
Dra. Nancy J. Church SUNY
Dr. Vicente Ripoll Feliu Universidad de Valencia
Dr. Yves Robichaud Laurentian University

Equipo Técnico

Diseño de portada
D.G. Carlos David Villanueva Valtierrez Universidad Autónoma de Nuevo León

Traductores
Dr. Federico Guadalupe Figueroa Garza Universidad Autónoma de Nuevo León
Lic. Miguel Ángel Vázquez Gutiérrez Universidad Autónoma de Nuevo León

Asistentes

Ana Cristina Zapata Arevalo	Universidad Autónoma de Nuevo León
Manuel Marcelo Martinez Vallejo	Universidad Autónoma de Nuevo León
Mauricio Andrés Gonzalez Treviño	Universidad Autónoma de Nuevo León

Evaluadores

Dra. Adriana Segovia Romo	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Adriano Moura da Fonseca Pinto	Universidad Estacio de Sá
Dr. Aldo Alvarez Risco	Universidad de Lima
Dra. Alicia Galindo Manrique	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey
Dr. Angel Hernandez Morales	Universidad del Noreste
Dra. Angélica Reyes Mendoza	Universidad Autónoma de Baja California
Dra. Araceli Durán Hernández	Universidad de Guadalajara
Dr. Armando Ortiz Guzman	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Azalea Barrera Espinosa	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Beatriz Adriana Servín Herrera	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Beatriz Alicia Leyva Osuna	Instituto Tecnológico de Sonora
Dra. Carmen Lescano Silva	Universidad San Ignacio de Loyola
Dra. Ceyla Antonio Anderson	Universidad Autónoma de Coahuila
Dra. Cynthia Daniela Alvarez Amezcua	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Cynthia Karyna Lopez Botello	Tecnológico de Monterrey
Dr. Daniel Paredes Zempual	Universidad Estatal de Sonora
Dra. Diana Elisa Lara Fuentes	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Diana Maricela Vasquez Treviño	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Dionicio Morales Ramírez	Universidad Autónoma de Tamaulipas
Dr. Edgar Alfonso Sansores Guerrero	Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo
Dr. Eduardo Bricker Moya	Escuela Bancaria y Comercial
Dra. Elba Myriam Navarro Arvizu	Instituto Tecnológico de Sonora
Dra. Elias Alvarado Lagunas	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Elisa Raquel Yllan Ramírez	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Elizabeth Mendoza Cardenas	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Elsa Nelly Flores Hernández	Instituto Tecnológico Superior Huichapan
Dra. Elsa Virginia Zurita Hernández	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Elvis Augusto Orozco Castillo	Universidad del Magdalena
Dr. Enrique Pastor-Seller	Universidad de Murcia
Dr. Federico Guadalupe Figueroa Garza	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Felipe Montemayor	Escuela de Ciencias de la Educación
Dr. Francisco Javier Gorjón Gómez	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Gabriela Soledad Ulloa Duque	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Gerardo Arceo Moheno	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dra. Heidi Angélica Salinas Padilla	Universidad Autónoma del Carmen
Dr. Javier Saucedo Monarque	Instituto Tecnológico de Sonora
Dr. Jesús Gerardo Cruz Álvarez	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Jesus Osorio Calderon	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Jorge Nuñez Pérez	Universidad Autónoma de Nuevo León

Dr. José Alfredo Fernández González	Escuela de Ciencias de la Educación
Dr. José Nicolás Barragán Codina	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. José Segoviano-Hernández	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Juan Bautista Solis Muñoz	Universidad Católica de Cuenca
Dr. Juan Bernardo Amezcua Núñez	Universidad Autónoma de Coahuila
Dr. Juan Humberto Vela Quintero	Universidad Autónoma de Tamaulipas
Dr. Juan José Díaz Perera	Universidad Autónoma del Carmen
Dr. Juan Patricio Galindo Mora	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Juan Rositas Martínez	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Karina Valencia Sandoval	Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo
Dr. Klender Aimer Cortez Alejandro	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Laura Adame Rodríguez	TecNM/Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro
Dra. Laura Leticia Gaona Tamez	Universidad Autónoma de Coahuila
Dr. Leonor Ramos Morales	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Luis Enrique Ibarra Morales	Universidad Estatal de Sonora
Dr. Luis Enrique Valdez-Juárez	Instituto Tecnológico de Sonora
Dra. Luz María Valdez de la Rosa	Universidad de Monterrey
Dra. Ma. Teresa de la Luz Sainz Barajas	Universidad Veracruzana
Dra. Magaly Martinez	Escuela de Ciencias de la Educación
Dra. Manuela Camacho Gómez	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dra. María de Jesús Araiza Vázquez	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. María del Carmen Baca Villarreal	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. María Dolores Montañez Almaguer	Escuela de Ciencias de la Educación
Dra. María Guadalupe Arredondo Hidalgo	Universidad de Guanajuato
Dra. María Luisa Chávez García	Universidad de Monterrey
Dra. María Magdalena Rojas Rojas	Universidad Autónoma Chapingo
Dra. María Margarita Carrera Sánchez	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Martin Tapia Salazar	TecNM / Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro
Dr. Mauricio Herrera Rodríguez	Universidad Autónoma de Tamaulipas
Dra. Mayanyn Larrañaga Moreno	Universidad Politécnica del Estado de Morelos
Dra. Mayra Elizabeth Brosig Rodriguez	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Nora Hilda Gonzalez Duran	Universidad Autónoma de Tamaulipas
Dr. Oscar Ernesto Hernández Ponce	Instituto Tecnológico de Sonora
Dr. Oscar Rodriguez Medina	Universidad Nacional Autónoma de México
Dra. Paola Plaza Casado	Universidad Rey Juan Carlos
Dr. Pedro Paul Rivera Hernández	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Pericles Flores del Ángel	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dr. Ramón Ventura Roque Hernández	Universidad Autónoma de Tamaulipas
Dra. Rosalba Treviño Reyes	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Roxana Dalila Escamilla Vielma	Universidad de Monterrey
Dra. Sandra Escamilla	Universidad Rey Juan Carlos
Dra. Sandra Maribel Torres Mansur	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Santa del Carmen Herrera Sánchez	Universidad Autónoma del Carmen
Dr. Santos Ruiz Hernandez	Instituto Tecnológico Superior de Pánuco
Dr. Sergio Gabriel Ordóñez Sánchez	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Dr. Sergio Manuel Madero Gómez	Tecnologico de Monterrey
Dr. Silverio Tamez Garza	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Sonia Lozano Quintanilla	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Verónica L. Delgado Cantú	Universidad Autónoma de Nuevo León
Dra. Yesenia Clark Mendivil	Instituto Tecnológico de Sonora
Dra. Zulema Isabel Corral Coronado	Instituto Tecnológico de Sonora

Autoridades

Dr. Santos Guzmán López	Rector
Dr. Juan Paura García	Secretario General
Dr. Jaime Arturo Castillo Elizondo	Secretario Académico
Dr. José Javier Villarreal Tostado	Secretario de Extensión y Cultura
Lic. Antonio Ramos Revillas	Director de Editorial Universitaria
Dr. Luis Alberto Villarreal Villarreal	Director de la Facultad de Contaduría Pública y Administración

Contenido

Página legal I

Responsables editoriales II

Contenido VI

El Subsidio al empleo en México como herramienta para frenar la inflación 1

Redes sociales herramientas para la comercialización de productos y/o servicios empresas de Guamúchil, Sinaloa, México. 8

Aspectos relevantes de control interno que maneja la industria fabril de Cadereyta Jiménez, N.L 29

Intención emprendedora en las estudiantes de licenciatura de la Universidad Autonoma de Coahuila 43

Inclusión educativa universitaria: Caso estudiantes con trastorno espectro autista (TEA) 56

Revolución del Sistema Financiero Mundial, regulación de Criptomonedas y su impacto en el desarrollo sostenible 71

Influencia de los Factores Geopolíticos en las Disrupciones a la Cadena de Suministro 87

Iniciativas y estrategias de recursos humanos, su impacto en la sustentabilidad 106

Marco teórico sobre los factores que inciden en la internacionalización de proveedores automotrices en el noreste de México 120

El surgimiento de resiliencia ciudadana ante la innovación de políticas públicas durante la pandemia. 135

Instrumento para medir los factores que impulsan el emprendimiento en estudiantes femeninas universitarias. 150

EL SUBSIDIO AL EMPLEO EN MÉXICO COMO HERRAMIENTA TRIBUTARIA PARA FRENAR LA INFLACIÓN (THE EMPLOYMENT SUBSIDY IN MEXICO AS A TAX TOOL TO SLOW INFLATION)

Chávez Rocío Salas

Universidad Autónoma de Coahuila – Facultad de Administración Fiscal y Financiera (México),
r.salas@uadec.edu.mx, https://orcid.org/0000-0001-9459-3756

Información del artículo revisado por pares
Fecha de recepción: Agosto 2022
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-379

Resumen

Ante los niveles elevados de inflación que experimenta nuestro país, es necesaria la búsqueda de mecanismos que permitan a los trabajadores que perciben un ingreso mensual equivalente al salario mínimo, la satisfacción de sus necesidades básicas. La propuesta de esta investigación de tipo documental descriptiva, sugiere actualizar el esquema conocido como subsidio al empleo, ya que la tabla utilizada en el cálculo para la obtención de la cantidad a entregar al trabajador no ha tenido la debida actualización contenida en la ley contemplada en el caso de que la inflación alcance los dos dígitos, por lo que, el subsidio al empleo en México, podría resultar obsoleto en un futuro cercano, en el caso de seguir incrementándose el salario mínimo en los niveles que ha experimentado en los últimos años, lo cual significaría la pérdida de un doble beneficio, en el caso de los trabajadores, reciben mayores ingresos incrementando su poder adquisitivo, y al provenir el ingreso de un subsidio, no se considera como un incremento a su ingreso salarial, lo que generaría un mayor pago de contribuciones. En el caso de los empresarios, las cantidades que, en su carácter de patrones, entregan a sus trabajadores por la aplicación del subsidio, se reducen de sus pagos periódicos de impuesto sobre la renta, derivando en un manejo más eficiente de sus finanzas.

Palabras clave: Inflación, salarios, subsidio.
Códigos JEL: H20, H21, H24, H25

Abstract

Given the elevated levels of inflation experienced by our country, it is necessary to search for mechanisms that allow workers who receive a monthly income equivalent to the minimum wage, the satisfaction of their basic needs. The proposal of this descriptive documentary research suggests updating the scheme known as employment subsidy, since the table used in the calculation to obtain the amount to be delivered to the worker has not been properly updated contained in the law contemplated in In the event that inflation reaches double digits, therefore, the employment subsidy in Mexico could become obsolete in the near future, in the event that the minimum wage continues to increase at the levels it has experienced in recent years, which would mean the loss of a double benefit, in the case of workers, they receive higher income by increasing their purchasing power, and since the income comes from a subsidy, it is not considered as an increase in their salary income, which would generate a greater payment of contributions. In the case of employers, the amounts that, in their capacity as employers, they give to their workers for the application of the subsidy, are reduced from their periodic income tax payments, resulting in a more efficient management of their finances.

Key words: Inflation, wages, subsidy.
JEL Codes: H20, H21, H24, H25

Introducción

Según el artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos los salarios mínimos generales deben ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en lo material, lo social y cultural, y para proveer la educación obligatoria a sus hijos. En materia de salarios mínimos profesionales estos son fijados por la Comisión Nacional de salarios mínimos (CONASAMI, 2022), los incrementos se fijan, considerando las condiciones de las diferentes actividades económicas, y son publicados cada año, considerando los salarios del año anterior.

Al realizar un análisis comparativo de salarios mínimos en Latinoamérica, encontramos que México se encuentra por debajo de países como Uruguay, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Argentina y Panamá. Resulta oportuno destacar el derecho al mínimo vital de los mexicanos, que, según la Suprema Corte de Justicia de la Nación, "El derecho al mínimo vital, se fundamenta en la dignidad humana, y considera que las personas, para gozar plenamente de su libertad, necesitan un mínimo de seguridad económica y de la satisfacción de sus necesidades básicas", tales como un techo, comida, acceso a la cultura y la educación.

Cabe mencionar que aunque en México se ha aumentado el salario mínimo en los últimos tres años con incrementos sin precedentes, por ejemplo el salario mínimo para el ejercicio 2022 se incrementó en un 22% con relación al año 2021, por lo que el ingreso mensual mínimo es de $ 5,255.00 pesos mexicanos, resultando mayor, comparado con el monto de la línea de pobreza por ingresos alimentaria y no alimentaria del Consejo nacional de evaluación de la política de desarrollo social (CONEVAL, 2022) a febrero de 2022, en el sector urbano es de $ 3,997.24 lo que representa que el salario mínimo es suficiente para la subsistencia alimentaria, sin embargo, el salario mínimo sigue siendo insuficiente, ya que si revisamos los índices de inflación en materia de alza, los salarios no han podido ganarles la carrera a los precios.

El subsidio al empleo en Latinoamérica

Chile es el país que en la actualidad tiene un esquema denominado subsidio al empleo, aunque la aplicación de este difiere del de nuestro país. Consiste en dos esquemas de beneficio para los trabajadores y dos para los empleadores. El primer esquema para los trabajadores consiste en un incentivo para quien obtenga un trabajo formal después de haber estado desempleado y que su salario no exceda de tres salarios mínimos, el trabajador debe postularse y de resultar beneficiado, recibirá el equivalente de hasta tres meses de salario. Aplican al subsidio dos grupos: Hombres de entre 24 y 55 años y un segundo grupo de mujeres de entre 18 y 24 años, hombres mayores de 55 años, así como personas que posean un certificado de incapacidad.

El segundo esquema es exclusivo para madres trabajadores, o bien padres trabajadores quienes tengan el cuidado exclusivo de niños menores de 2 años o mayores de esa edad, pero menores de 5 años, y no tengan el beneficio de "sala de cuna" que otorga el empleador. El incentivo está destinado al cuidado de los menores, y es una cantidad fija de dinero que se entrega al trabajador que lo solicita y cumple con todos los requisitos.

El esquema de subsidio al empleo para los empresarios tiene dos líneas. El primer beneficio consiste en un apoyo por contratar a trabajadores que hayan estado sin relación laboral y sean recontratados, dependiendo de la edad y el género de la persona contratada. La segunda línea se refiere a incentivar la contratación de trabajadores de primer empleo. Las cantidades señaladas las recibe directamente el empleador y debe cubrir todos los requisitos señalados para ser acreedor del beneficio. Aunque existe una similitud en el nombre del incentivo, en nuestro país la mecánica de aplicación en nuestro país es diferente.

Subsidio al empleo

En México el subsidio al empleo es una ayuda que el patrón brinda a sus trabajadores cuando su ingreso es el salario mínimo vigente, no se considera como parte del ingreso, es decir, no forma parte de las prestaciones laborales, así como tampoco se considera para el pago de cuotas de seguridad social a que tenga derecho el trabajador, este subsidio tiene por objeto incrementar el poder adquisitivo de los trabajadores, sin representar un incremento directo a su salario, puesto que al otorgarse un incremento al salario mínimo, éste dejaría de serlo, y en ese caso, sería sujeto de pago de impuesto y de retención por motivo de cuotas de seguridad social. Es por esto por lo que toma vital importancia el hecho de que el subsidio al empleo no representa un incremento salarial.

Marco teórico

El fundamento legal del subsidio al empleo, lo encontramos en el Diario oficial de la federación publicado el día 11 de diciembre del 2013 que contiene 13 artículos con 2 transitorios en el documento denominado: "Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley del Impuesto al Valor Agregado; de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios; de la Ley Federal de Derechos, se expide la Ley del Impuesto sobre la Renta, y se abrogan la Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única, y la Ley del Impuesto a los Depósitos en Efectivo".

El artículo 10 señala la mecánica para el cálculo del subsidio, el cual consiste en aplicar a los ingresos mensuales que sirven de base para el cálculo del ISR, la tarifa del artículo 96 para obtener el impuesto a cargo, en el caso de que el impuesto sea menor que el señalado en la tabla del subsidio al empleo, el retenedor (patrón) deberá dar al contribuyente la diferencia obtenida. Estas cantidades

recibidas por los trabajadores por concepto del subsidio para el empleo no se consideran ingresos ya que no se trata de una remuneración por trabajo personal subordinado, por lo tanto, no está sujeta al pago de impuesto.

Doble beneficio

El patrón o retenedor que entregue a los trabajadores el subsidio al empleo, podrá acreditar dichas cantidades contra el Impuesto sobre la renta a su cargo al realizar su pago provisional mensual de impuestos, lo que genera una situación beneficiosa al disminuir el monto a desembolsar por el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, facilitando la administración de su efectivo. Siempre y cuando cumpla con los siguientes requisitos:

"a) Lleven los registros de los pagos por los ingresos percibidos por los contribuyentes a que se refieren el primer párrafo o la fracción I del artículo 94 de la Ley del Impuesto sobre la Renta, identificando en ellos, en forma individualizada, a cada uno de los contribuyentes a los que se les realicen dichos pagos.

b) Conserven los comprobantes fiscales en los que se demuestre el monto de los ingresos pagados a los contribuyentes, el impuesto sobre la renta que, en su caso, se haya retenido y las diferencias que resulten a favor del contribuyente con motivo del subsidio para el empleo.

c) Cumplan con las obligaciones previstas en las fracciones I, II y V del artículo 99 de la Ley del Impuesto sobre la Renta.

d) Conserven los escritos que les presenten los contribuyentes en los términos del sexto párrafo de la fracción I de este precepto, en su caso.

e) Presenten ante las oficinas autorizadas, a más tardar el 15 de febrero de cada año, declaración proporcionando información de las cantidades que paguen por el subsidio para el empleo en el ejercicio inmediato anterior, identificando por cada trabajador la totalidad de los ingresos obtenidos durante el ejercicio de que se trate, que sirvió de base para determinar el subsidio para el empleo, así como el monto de este último conforme a las reglas generales que al efecto expida el Servicio de Administración Tributaria.

f) Paguen las aportaciones de seguridad social a su cargo por los trabajadores que gocen del subsidio para el empleo y las mencionadas en el artículo 93, fracción X, de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que correspondan por los ingresos de que se trate.

g) Anoten en los comprobantes fiscales que entreguen a sus trabajadores, por los ingresos por prestaciones por servicios personales subordinados, el monto del subsidio para el empleo identificándolo de manera expresa y por separado.

h) Proporcionen a las personas que les hubieran prestado servicios personales subordinados el

comprobante fiscal del monto de subsidio para el empleo que se determinó durante el ejercicio fiscal correspondiente.

i) Entreguen, en su caso, en efectivo el subsidio para el empleo, en los casos a que se refiere el segundo párrafo de la fracción I de este precepto".

Tabla 1. *Tabla para el cálculo del subsidio al empleo*.

Monto de ingresos que sirven de base para calcular el impuesto		
Para Ingresos de $	Hasta Ingresos de $	Cantidad de subsidio para el empleo mensual $
0.01	1,768.96	407.02
7,768.97	2,653.38	406.83
2,653.39	3,472.84	406.62
3,472.85	3,537.87	392.77
3,537.88	4,446.15	382.46
4,446.16	4,717.18	354.23
4,717.19	5,335.42	324.87
5,335.43	6,224.67	294.63
6,224.68	7,113.90	253.54
7,113.91	7,382.33	217.61
7,382.34	En adelante	0.00

Fuente: Servicio de Administración Tributaria. Anexo 8 de la resolución miscelánea fiscal para 2022.

Método

La metodología aplicada en esta investigación es de tipo documental descriptiva, se revisó la normativa vigente a la fecha de la elaboración del presente documento, aplicando la mecánica de cálculo señalada por la autoridad fiscal contenida en el ordenamiento legal de la Ley del impuesto sobre la renta, realizando los cálculos con el objeto de ejemplificar la necesidad de actualización de la tabla para el cálculo del subsidio al empleo (Tabla 1).

Participantes

Los principales objetos de estudio de este análisis son todos los contribuyentes personas físicas, que tengan una relación laboral donde perciban como pago por sus labores un salario bajo, particularmente los que reciben un salario mínimo general, así como los empleadores, todos aquellos patrones que tengan contratados trabajadores con ingresos bajos, ya que como se mencionó anteriormente, es un doble beneficio el que se puede perder.

Técnica

La metodología utilizada es documental descriptivo, una vez que se analizaron los ordenamientos fiscales vigentes, se realiza el cálculo de un mismo salario con diferencia de varios años, para llegar a una conclusión sobre la necesidad de actualización de la tabla correspondiente.

Procedimiento

Una vez aplicada la metodología señalada en el ordenamiento fiscal actual, se procede a la elaboración del cálculo de un mismo salario en dos años diferentes, y con un ambiente inflacionario muy diferente, así mismo, con un salario mínimo general con un aumento muy elevado, se ejemplifica con un cálculo comparativo como tiende a erosionarse el beneficio del subsidio al empleo.

Resultados

A salarios elevados, corresponde menor subsidio al empleo, analizando la tabla 1, cuando el trabajador tenga ingresos gravados (sujetos al pago de impuesto), equivalentes a $ 7,382.34 o superiores, ya no se le entregaría ninguna cantidad. Derivado de los recientes incrementos históricos al salario mínimo en nuestro país, se ha generado que el salario mensual mínimo vaya en aumento para beneplácito de sus beneficiarios, pero ha disminuido las cantidades percibidas por concepto de subsidio al empleo, que, al mismo tiempo, ha impactado en los bolsillos de los empresarios por el pago de mayor impuesto sobre la renta.

Según el último párrafo del artículo 152 de la Ley del impuesto sobre la renta, señala que cuando la inflación acumulada exceda del 10% las tarifas de deberán actualizar conforme lo señala la ley. La más reciente actualización se dio el año 2021, con excepción de una tabla, la del subsidio al empleo.

Tabla 2. *Ejemplo comparativo.*

	ISR 2018				ISR 2022	
(=)	Ingresos del Periodo	$5,255.00		(=)	Ingresos del Periodo	$5,255.00
(=)	Base Gravable	$5,255.00		(=)	Base Gravable	$5,255.00
(-)	Limite Inferior	$4,910.19		(-)	Limite Inferior	$ 644.59
(=)	Excedente Lim. Inf.	$ 344.81		(=)	Excedente Lim. Inf.	$4,610.41
(*)	% Aplicable de L.I.	10.88%		(*)	% Aplicable de L.I.	6.40%
	Impuesto Marginal	$ 37.52			Impuesto Marginal	$ 295.07
(+)	Cuota Fija	$ 288.33		(+)	Cuota Fija	$ 12.38
(=)	ISR del Periodo	$ 325.85		(=)	ISR del Periodo	$ 307.45
(-)	Subsidio para el empleo	$ 324.87		(-)	Subsidio para el empleo	$ 324.87
(=)	**ISR a Retener (Subsidio al Empleo)**	$ 0.98		(=)	**ISR a Retener (Subsidio al Empleo)**	-$ 17.42
	Salario Mínimo 2018	$ 88.36			Salario Mínimo 2022	$ 172.87

Como se puede apreciar en el ejemplo comparativo (tabla 2), para el ejercicio 2018, el trabajador percibía un ingreso de $5,255.00 pesos por mes y le correspondía a pagar un impuesto sobre la renta de un peso, cabe hacer notar que el salario mínimo mensual equivalía a $2,650.00 pesos aproximadamente, por lo que el salario del trabajador era casi el doble al salario mínimo vigente a

esa fecha y que en el tema de inflación el país registró un 4.83% en ese año. En el caso del ejercicio 2022 el ingreso del trabajador es equivalente al salario mínimo mensual, y como se puede apreciar al aplicar la tabla, el subsidio al empleo es el mismo en ambos casos, obteniendo únicamente un subsidio al empleo efectivo de $17.00 ya que es un salario elevado, donde claramente se aprecia la futura desaparición del esquema, aunado a esto, la inflación al mes de junio es bastante alta: 7.99%, lo que genera una pérdida importante en el poder adquisitivo el trabajador.

Discusión

Es de vital importancia la actualización del esquema del subsidio al empleo, ya que de aprobarse otro incremento salarial en fecha próxima, semejante a los experimentados en los últimos tres años, quedará sin efecto el doble beneficio que actualmente representa, considerando que ante el alza del salario mínimo en México seguirá presentándose el fenómeno de la inflación generando el alza de los precios de los bienes y servicios, lo que, a la larga, hará insuficiente el aumento al salario mínimo, comprometiendo incluso, el derecho al mínimo vital de los trabajadores ya que el incremento salarial implica una mayor retención de impuesto sobre la renta correspondiente a los ingresos por sueldos y salarios.

Si se actualizan las tablas del subsidio al empleo, se mantendría el beneficio que representa tanto para los trabajadores, en el sentido de incrementar su poder adquisitivo sin aumentar su base impositiva, tanto como para los empresarios, quienes, al disminuir el subsidio al empleo de su anticipo de pago de impuesto sobre la renta, obtienen finanzas más sanas, lo que culminaría en una mayor generación de fuentes de trabajo y crecimiento para nuestro país.

Referencias

Cámara de Diputados (2022) Mecánica para la actualización de las tablas y tarifas para el cálculo del impuesto sobre la renta cuando la inflación acumulada excede del 10% Artículo 152 Ley del ISR Ley del Impuesto sobre la Renta (diputados.gob.mx)

Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (2022) Salarios mínimos vigentes en México: Tabla de Salarios Mínimos Generales y Profesionales por Áreas Geográficas | Comisión Nacional de los Salarios Mínimos | Gobierno | gob.mx (www.gob.mx)

Consejo nacional de evaluación de la política de desarrollo social (2022) Línea de pobreza por ingresos alimentaria y no alimentaria del Consejo nacional de evaluación de la política de desarrollo social a febrero de 2022 Lineas_de_Pobreza_por_Ingresos_COVID_feb_2022.pdf (coneval.org.mx)

Diario oficial de la federación (2013) Fundamento legal del subsidio al empleo Diario oficial de la federación publicado el día 11 de diciembre del 2013 Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley del Impuesto al Valor Agregado; de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios; de la Ley Federal de Derechos, se expide la Ley del Impuesto sobre la Renta, y se abrogan la Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única,

y la Ley del Impuesto a los Depósitos en Efectivo DOF - Diario Oficial de la Federación
Gobierno de Chile (2022) El esquema del subsidio al empleo en Chile Subsidio (subsidioalempleo.cl)
https://sjf.scjn.gob.mx/SJFSem/Paginas/Reportes/ReporteDE.aspx?idius=2011316&Tipo=1&msclkid=dff54db0cf1d11ec8b03da0d317d1a35
Ikiwi México (2022). Valor de los salarios mínimos en América Latina 2022 Salario Mínimo de Latinoamérica ¿Dónde se gana mejor? » iKiwi.com.mx
Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), (2022). Resolución Miscelánea Fiscal
Servicio de Administración Tributaria. Portal de trámites y servicios - SAT
Tesis de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (2007) el mínimo vital

Redes sociales herramientas para la comercialización de productos y/o servicios empresas de Guamúchil, Sinaloa, México (Social network tools for the commercialization of products and/or services companies of Guamúchil, Sinaloa, México)

Rafael Buelna Takashima[1]; Flérida Ermidelia Pérez Álvarez[2] y María Guadalupe Vélez Vázquez[3]

[1] *Universidad Autónoma de Occidente Unidad Regional Guamúchil (México),* rafael.buelna@uadeo.mx, https://orcid.org/0000-0002-1997-867X
[2] *Universidad Autónoma de Occidente Unidad Regional Guamúchil (México),* flerida.perez@uadeo.mx, http://orcid.org/0000-0003-3960-877x
[3] *Universidad Autónoma de Occidente Unidad Regional Guamúchil (México),* guadalupevel.2311@gmail.com, Http://orcid.org/0000-0002-9814-0022

Información revisada por pares:
Fecha de recepción: Febrero 2023
Fecha de aceptación: Mayo: 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-387

Resumen

La participación de las empresas en marketing digital favorece el acceso a nuevos mercados y crecimiento económico. Las redes sociales son herramientas efectivas en la comercialización, en este sentido ¿son las redes sociales una herramienta poco valorada por las empresas de Guamúchil, Sinaloa para el mercado de sus productos y/o servicios? En este trabajo se determina la participación de las empresas en las redes sociales como medio para comercializar sus productos y/o servicios, la implementación de un plan estratégico, la finalidad de uso y las ventajas comerciales. Se utilizó el método descriptivo con enfoque cuantitativo, aplicando la técnica de conveniencia con una muestra de 82 empresas las cuales se distribuyen en las zonas de más actividad económica en la ciudad, colonia Centro, plazas comerciales (4), carreteras internacionales y Av. Mariano Matamoros. Los resultados muestran que existe una clara omisión por parte de las empresas para implementar un plan de marketing digital en base a redes sociales, solo el 10% de las empresas sondeadas utilizan el marketing digital en la comercialización de productos y servicios. El 90% de las empresas que lo hacen, aseguran que han alcanzado sus objetivos siendo estos factores competitivos la clave para cubrir sus necesidades comerciales.

Palabras clave: Marketing digital, redes sociales, plan de marketing.

Abstract

Digital marketing facilitates access to new markets and economic development to companies. Social media is an effective sales tool, in that sense ¿is social media an underrated tool by companies in Guamúchil, Sinaloa when it comes to marketing their products and services? This work determines the participation of companies using social media as a means to sell their products and services, the implementation of a strategic plan, the purpose of its use as well as it commercial advantages. We used the descriptive method with a quantitative approach, applying the convenience technique with a sample of 82 companies, which are distributed in the areas with more economic activity in the city, such as; colonia centro, commercial plazas (4), international highways and Mariano Matamoros Avenue. Results show that there is a clear omission being conducted by companies to implement a digital marketing plan based in social media, only 10% of surveyed companies used digital marketing to sell their products and services. 90% of companies that do, claim to have met their objectives, that being a competitive factor that helps them achieve their commercial needs.

Key words: Digital marketing, social networks, marketing plan.

Introducción

El comercio es una actividad económica ancestral, ha sido generador del desarrollo económico y social de pueblos, regiones, ciudades y países. La trayectoria histórica de éste, permite identificar los diferentes mecanismos e instrumentos que se han utilizado como: el uso de estrategias de producción, en plena revolución industrial siglo XVIII, de diversificación de productos en la época del desarrollo industrial; de estrategias de venta, en los tiempos de la gran depresión; de mercadotecnia, con el uso de las cuatro P´S y la mercadotecnia social con sus diferentes modalidades, entre otros.

Con el surgimiento de las tecnologías y la incorporación de ésta en las empresas, se generó, el marketing digital, éste consiste en una combinación estratégica de la mercadotecnia y tecnologías de la información, basadas en Internet y todos los dispositivos que permitan el acceso a los canales para realizar la comunicación, con intención de posicionarse y ampliar los segmentos de mercado, por supuesto en beneficio del desarrollo empresarial y hacer llegar el producto o servicio a los clientes reales o potenciales.

Uno de esos canales digitales que ayudan a la difusión mediante internet son las redes sociales, estas facilitan la interacción entre empresas y clientes y ayudan a generar un lazo de confianza.

Pelc (como se citó en Guzmán, 2018) afirma que la interactividad que ofrecen las redes sociales permite la utilización de aplicaciones que favorezcan la difusión de las innovaciones en las organizaciones como una forma de mejorar los procesos comerciales.

Las empresas pueden optar por creer que nada ha cambiado. Al fin y al cabo, el marketing y la comunicación siguen los mismos objetivos de siempre, conocer mejor a los consumidores y comprender sus necesidades para responder a ellas de un modo eficiente y satisfactorio.

Sin embargo, aunque las metas sean las mismas, los modos de alcanzarlas han cambiado radicalmente. Las nuevas herramientas online ponen en crisis el anterior paradigma de relación empresa-consumidor y obligan a un nuevo modelo de intercambio que exige nuevas aptitudes, nuevos conocimientos y nuevos enfoques.

Desde la perspectiva del marketing, para vender un producto o servicio es necesario tener en cuenta las cuatro P's: precio, promoción, plaza y producto. Sin embargo, ahora estas P's se han convertido en C's para la gestión de identidad digital: "contenido, contexto, conexión y comunidad" (Merodio, 2010 p.7). Esto se debe a que las personas crean contenidos al interactuar en la web en un sitio específico, llamado contexto, lo que lleva a generar conexiones o lazos con otros usuarios, creando una comunidad.

Martín (2014), señala que las empresas tienen que estar donde el consumidor está y realizar ahí sus estrategias digitales de una forma mucho más planificada y estructurada para hacerlas más

efectivas, de esta manera se observa una relación entre el marketing y la web que ha sido denominado por autores como: marketing digital, para Russell (2002) es la aplicación de tecnologías digitales para contribuir a las actividades de Marketing dirigidas a lograr la adquisición de rentabilidad y retención de clientes, a través del reconocimiento de la importancia estratégica de las tecnologías digitales y del desarrollo de un enfoque planificado, para mejorar el conocimiento del cliente, la entrega de comunicación integrada específica y los servicios en línea que coincidan con sus particulares necesidades"; así también la aportación de Stanton, et al, (2007) el marketing, pone en relieve la orientación hacia el cliente y la coordinación de las actividades mercadológicas para conseguir los objetivos corporativos. En ocasiones se sintetiza en la expresión "el cliente es el que manda".

Justificación

En la ciudad de Guamúchil, Salvador Alvarado, Sinaloa. Se percibe una carente implementación e integración de las tecnologías de la información a sus estrategias de marketing a la hora de comercializar sus productos y/o servicios, dejando de lado las ventajas que ofrece al permitir contactar a posibles clientes que de la forma tradicional del marketing no podrían.

La presente investigación tiene una delimitación espacial que corresponde a la ciudad de Guamúchil cabecera del municipio de Salvador Alvarado, que se encuentra ubicada en el centro-norte del estado de Sinaloa, sobre la desembocadura y cuenca del Río Mocorito o Évora.

La Ciudad de Guamúchil, Salvador Alvarado, en el contexto sinaloense: "Se considera como un importante centro económico de Sinaloa, cuya dinámica de crecimiento financiero y demográfico se vio mayormente favorecido en el ámbito nacional bajo el modelo de sustitución de importaciones" (Ibarra, 1993, p. 87).

Objetivo

Por lo tanto, es importante demostrar que el uso de redes sociales como estrategia de marketing para la comercialización si se implementa de manera adecuada puede generar ventajas comerciales para las empresas. Esta investigación pretende identificar el grado de participación de las empresas de la ciudad de Guamúchil, salvador Alvarado, Sinaloa en el uso eficiente de las redes sociales como estrategia de marketing para la comercialización de productos y/o servicios, así como las redes sociales más utilizadas para este fin. Además, se busca definir la finalidad de uso al implementar esta herramienta y si se realiza mediante un plan estratégico de marketing digital, así como los beneficios que se han obtenido desde su uso.

Hipótesis

La omisión de algunos instrumentos de marketing digital, como el uso de las redes sociales

para la comercialización de productos y/o servicios por las empresas de la ciudad de Guamúchil, Salvador Alvarado, Sinaloa, limita la posibilidad de ampliar y posicionarse en nuevos mercados que originaría el crecimiento comercial de la empresa; esto ocasiona una limitación territorial que el contexto geográfico les plantea, estando en desventaja competitiva con aquellas empresas que acceden este tipo de herramientas; ¿Qué nivel de participación tienen las empresas de la ciudad de Guamúchil en los canales digitales específicamente en redes sociales?, ¿qué factores limitan la implementación de un plan de marketing?, ¿Son las redes sociales una herramienta de marketing digital poco valorada por las empresas de la ciudad de Guamúchil en la comercialización de sus productos y/o servicios?

Los avances tecnológicos en la actualidad, están dando un giro importante en la forma de realizar negocios. Años atrás la manera habitual de vender de las empresas era directamente con el cliente. Hoy existe una nueva estrategia digital con diversas expectativas: marketing digital.

El marketing digital mediante las redes sociales proporciona a las empresas herramientas óptimas que le ayudarán a conseguir sus objetivos, actualmente los canales digitales tales como las redes sociales se han convertido en una parte muy importante de la comercialización de negocios online, esto debido a que cada vez más personas tienen acceso a medios digitales, y gracias a esto son más las personas que buscan satisfacer sus necesidades de consumo mediante el comercio electrónico.

Marco Teórico

Conceptualización

En la actualidad cada vez más personas están conectadas a internet, mediante dispositivos móviles tienen acceso inmediato a las redes sociales, esta es una oportunidad que las empresas pueden capitalizar. Por ello tener un plan de marketing digital puede ayudar alcanzar los objetivos de comercialización de la empresa; define la comercialización como un conjunto de actividades que realizan las organizaciones con el fin de lograr los objetivos de rentabilidad de la empresa para hacer llegar sus productos al cliente y al mismo tiempo lograr su satisfacción.

La comercialización es el conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

A través de los procesos de innovación que siguen las empresas y por los que invierten una

parte significativa de su presupuesto, resultan nuevas formas de vender, nuevos métodos o medios que se incorporan como intento de mejora continua de resultados.

Con la llegada de internet, cada vez son más las empresas que utilizan esta herramienta para que su negocio crezca electrónicamente y es así como desarrollan ventajas respecto a la competencia.

Dentro de las ventajas que se tienen por el uso de internet como canal de venta, mencionan Alborés y Alonso (2005) las siguientes:

- Amplio alcance, mayor base de clientes potenciales.
- Mayores ingresos.
- Ahorro de costes.
- Salida al mercado más rápida.
- Mejora de las relaciones con el cliente.
- Respuesta rápida al cliente.
- Información para convencer en la compra.
- Autoservicio

Según Leiner et al. (2009) internet es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, garantizando que las redes que la componen funcionen como una sola, de manera que puedan intercambiar datos entre ellas con alcance mundial.

Internet es una red de transmisión de datos cuya única misión es la de permitir que los ordenadores se comuniquen entre sí, lo que se conoce con la denominación "Red de redes" que tiene la mayor cobertura mundial nunca vista y esperada. (Sanz, 2007)

Por lo tanto, se llega a la conclusión que las redes que la componen funcionen como una sola de manera que puedan intercambiar datos entre ellas con alcance mundial (Leiner, 2009), cuya única misión es la de permitir que los ordenadores se comuniquen entre sí, tal como señala (Sanz, 2007), se denomina: Internet

Es evidente que Internet y las tecnologías de la información en general han cambiado de forma sustancial muchos de los principios que sustentaban las corporaciones de antaño. Pero el objetivo no es suprimir los sistemas tradicionales, sino complementarlos para aprovechar el potencial de ambas operaciones y conseguir el éxito empresarial.

El internet se ha vuelto un canal de comunicación indispensable para las empresas, ahora es más fácil poder tener comunicación con los clientes para conocerlos y saber lo que piensan del producto y/o servicio y poder satisfacer sus necesidades, a raíz de este nace le marketing digital.

Calvo y Reinares (2001), explican que: Marketing digital: Son las mismas estrategias de marketing, pero adaptadas a un nuevo sistema de transmisión de la información. En cambio, Kotler y Armstrong (2003), nos dicen lo siguiente: Marketing digital: Consiste en lo que una empresa hace

para dar a conocer, promover y vender productos y servicios por Internet.

Para Bosco (2003), es: “El proceso estratégico de crear, distribuir, promocionar y poner precio a bienes y servicios para alcanzar a un público objetivo a través de Internet utilizando herramientas digitales. El marketing online agrupa aquellas acciones que una empresa puede llevar a cabo en internet para incrementar sus ventas y mejorar la visibilidad y reconocimiento de su marca”

Podemos decir que el marketing digital es la aplicación de tecnologías digitales para contribuir a las actividades de mercadológicas dirigidas a lograr la adquisición de rentabilidad y retención de clientes, a través del reconocimiento de la importancia estratégica de las tecnologías digitales y del desarrollo de un enfoque planificado, para mejorar el conocimiento del cliente, la entrega de comunicación integrada específica y los servicios en línea que coincidan con sus particulares necesidades.

Según Lozano-Torres et, al (2021), para que el marketing digital sea efectivo, necesita que las empresas tomen en cuenta las diferentes opciones que existen en el mercado sobre estrategias y contenidos, esto con el fin de posicionar sus productos dentro de los mercados. Una vez definida las estrategias existen algunas herramientas como las redes sociales mediante las cuales se puede compartir la información.

Comenta Branding (2021), que el marketing en las redes sociales es para que las empresas y organizaciones de todos los tamaños encuentren y conecten con clientes potenciales. Actualmente las redes sociales son importantes para desarrollar las estrategias de marketing digital, tienen mucha influencia a la hora de compartir información de la empresa al usuario y viceversa, debido a la facilidad que esta brinda.

Una red social en Internet es una comunidad de usuarios registrados en un portal Web que comparte información, interactúan entre ellos mediante mensajes y cuentan con otras formas de colaboración. Esto ha dado lugar a que algunas empresas promocionen sus artículos, lo que favorece un reconocimiento de los mismos por parte de los usuarios que tienen una cuenta en esta red.

Según Hernández et al. (2017) las redes sociales permiten que los usuarios se relacionen de manera dinámica, estos vínculos están basados en amistad, intereses, actividades que realizan en común, así como la búsqueda de relacionarse con otros usuarios.

Soriano (2019), comenta que las redes sociales permiten el crecimiento de las ventas y el acceso a nuevos mercados, el conocer los gustos, preferencias y necesidades de estos nuevos clientes debe ser prioridad al usar las redes sociales ya que ayuda a proporcionarles lo que buscan y hacer que ellos te recomienden tu producto y/o servicio a nuevos clientes.

Redes sociales más usadas por las MiPymes.

Dentro de las herramientas del marketing digital en específico redes sociales debemos tomar en cuenta las siguientes:

- LinkedIn: LinkedIn es la plataforma social más veterana de las actualmente con mayor número de usuarios en el mundo: nació en diciembre de 2002, aunque su lan-zamiento oficial no llegó hasta mayo de 2003. Es una red social profesional, integrada por miembros que buscan, fortalecer sus contactos de negocio, y que son proclives a las comunicaciones corporativas. Es, además, el medio social más utilizado por los profesionales con capacidad para tomar decisiones empresariales. Ávila (2014). Según Mejía (2022), se está posicionando como la más importante para las empresas que venden a otras empresas o venden servicios especializados, en México a inicios del 2022 había 17 millones de usuarios activos.
- Facebook: Facebook se ha convertido en uno de los nombres más reconocidos en las Redes Sociales. Estas redes permiten a la gente encontrar amigos, compañeros con gustos similares o encontrar oportunidades de negocio, y todo ello basado en un intercambio continuo de información. Merodio (2010). Según Mena (2022), para junio del 2022 Facebook contaba con 2.934 millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo y el número de usuarios activos diario es de 1.968. Comenta Mejía (2022) que en México se contaba con 102.5 millones de usuarios de redes sociales de los cuales el 93.4% usaban Facebook.
- Twitter: Twitter es una red social online (un sitio web que te permite contactarte con mucha gente) a través de mensajes cortos (de máximo 140 caracteres) y en tiempo real. **Pero,** sobre todo, es una herramienta de marketing que te permite enviar información importante e interactuar con tu mercado en Twitter (tus seguidores). **Villalobos (2014**). Esta red es un excelente canal de comunicación para las marcas, permite informar a las empresas que pasa con ellas y con su marca, a inicios del 2022 había 13.90 millones de usuarios en México. Mejía (2022)
- Youtube: YouTube es un portal del Internet que permite a sus usuarios subir y visualizar videos. Una de sus principales innovaciones fue la facilidad para visualizar videos en streaming, es decir, sin necesidad de descargar el archivo a la computadora. Los usuarios, por lo tanto, pueden seleccionar qué video quieren **ver y reproducirlo al instante**. Moschini (2012) Dice que: La mayor parte de las empresas ya han tomado en cuenta la necesidad de crear un perfil en YouTube que les permita mejorar su posicionamiento en la red social. Al igual que cualquier herramienta de socialización online, YouTube es un

universo dinámico y en constante cambio. Muchas compañías aún no aprovechan a fondo el potencial de la herramienta, y sólo se limitan a publicar contenidos que inicialmente fueron creados para otras plataformas. Pero YouTube tiene algunas ventajas que no se presentan en los medios tradicionales. En primer lugar, puede accederse a espacio en la web sin costo, a menos que se opte por una de las opciones promocionales de la plataforma. Según McLachlan (2022), YouTube recibe 14.300 millones de visitas al mes siendo así la segunda web más visitada.

- Correo electrónico: El correo electrónico es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes y archivos mediante sistemas de comunicación electrónicos. De acuerdo a López (2004), el correo electrónico constituye una modalidad de comercialización directa de los productos por medio del envío de mensajes publicitarios que se transmiten por vía electrónica al correo de un potencial consumidor.
- Whatsapp: Whatsapp no solo es una aplicación de mensajería instantánea, también se puede considerar como una autentica red social, ya que ofrece un conjunto de característica**s como la creación de grupos y é**l envió de imágenes audio y video. Whatsapp Business nos permite crear un perfil de empresa con la información relevante para los clientes, como la descripción del negocio, ubicación, horario de apertura, correo electrónico y pagina web. Ramos (2018). Según Mejía (2022), esta red es usada por el 94.3% del total de los usuarios de redes sociales en México.
- Instagram: Instagram es una red social diseñada para compartir fotos y videos, su contenido puede ser compartido atreves de otras redes sociales como Facebook y Twitter, Instagram ofrece grandes oportunidades de publicidad gratuita para negocios y marcas, esta red social puede ser utilizada como estrategia de marketing digital permite lanzar productos y promociones, obtener visibilidad, construir imagen de marca, encontrar nuevos clientes y fidelizarlos. Ramos (2015) Comenta Mejía (2022), esta empresa facilita las ventas y es la segunda red social en tamaño en México, para inicios del 2022 Instagram tenía 37.85 millones de usuarios.

La interacción de las Mipymes con las redes sociales.

Las redes sociales están cada vez más arraigadas en la sociedad se está generando una dependencia y es ahí donde las empresas deben de interactuar con los consumidores no solo para buscar comercializar sus productos y servicios, también para conocerlos más a profundidad, saber cuáles son sus gustos y preferencias, sus necesidades incluso que es lo que piensan de las marcas y las mismas empresas.

Hernández et al. (2018), señala que en base a los avances tecnológicos muchos países han avanzado en el aspecto comercial, es necesario que las empresas se unan al mundo de los negocios online para no quedarse estancadas y que puedan expandirse agilizando sus sistemas de producción y distribución de productos.

En investigación realizada en la ciudad de Medellín Colombia por Nieves-Casasnovas y Lozada-Contreras (2020), menciona que la comercialización en redes sociales facilita la retención de los clientes actuales y para alcanzar a consumidores potenciales, también destaca que la adopción por parte de las empresas no depende de la dificultad del uso de las redes y destaca la influencia positiva de la confianza sobre la utilidad percibida.

Otra investigación que lleva por nombre Redes sociales en la micro, pequeña y mediana empresa, llevada a cabo por Zurita-Mezquita et al. (2021) se comenta que existe una evolución en el uso de las redes sociales y se ha convertido en una herramienta imprescindible para interactuar con los clientes y obtener datos para tomar decisiones mercadológicas donde el consumidor se ha convertido en proveedor de información estratégica y promotor de la marca para la empresa. La interacción en rede sociales entre los clientes y las empresas ayuda a estas a posicionarse, compartir, crecer y desarrollarse en el mercado que participan.

Arteaga-García & Menéndez-Mera (2021), explican que el principal reto que enfrenta una empresa es posicionar su producto o servicio ante las grandes marcas, por lo tanto, es fundamental diseñar una estrategia de marketing digital para atraer a público y brindarles confianza. Según Lozano-Torres et, al. (2021), "el marketing digital es innovar cada día, actualizarse a las herramientas que son utilizadas por la gran masa de consumidores" (p. 919). Para Castañón et, al. (2021), el marketing digital debe ser concebido estratégicamente y no solo para tener presencia, debe alcanzar valores de intensidad, riqueza y capacidad de respuesta con la intención de generar el intercambio de información que ayude a crear confianza y fidelizar al cliente para orientar estrategias adecuadas y llevar a cabo en los medios sociales.

López et al. (2018), comentan que constituye una oportunidad para que Pymes el que inviertan en Marketing Digital, específicamente aprovechando el potencial de las redes sociales, que en la actualidad están bien posicionadas. Además, aprovechar el auge de los consumidores que están cada vez más volcados al uso de dispositivos móviles, los cuales son cada vez más importantes para la publicidad y el comercio electrónico. El mercado está, por tanto, en auge y el futuro parece bastante brillante para las redes sociales.

Método

La metodología utilizada en esta investigación fue exploratoria, se utilizó el método descriptivo con

enfoque cuantitativo, debido a que se buscaba obtener datos numéricos; Las técnicas utilizadas en esta investigación fueron primarias y secundarias, en las primeras, se realizaron cuestionarios que fueron aplicados a las empresas, de Guamúchil, Sinaloa acompañado del muestreo por conveniencia al elegir y aplicar directamente los instrumentos de investigación a los sujetos de estudio, Kinner y Taylor (1995); las segundas, las secundarias se incorporó información de libros, internet, artículos entre otros, todos de interés para el desarrollo de esta investigación

En cuento a las técnicas primarias, se aplicó el instrumento de investigación a 82 empresas, con 33 preguntas integradas con la siguiente estructura:

- Uso de redes sociales.
- Finalidad de uso de las redes sociales.
- Diseño de plan de marketing elaborado por las empresas
- Mostrar las ventajas comerciales por el uso de las redes sociales.

El estudio se desarrolló en la ciudad de Guamúchil, cabecera del municipio de Salvador Alvarado, según Data México (2019) datos de censos económicos para el 2019 el municipio registra un total de 2778 empresas, se identificaron las áreas dónde se encuentra ubicadas principalmente las empresas:

- Zona Centro
- Plazas comerciales: cuatro
- Las dos carreteras internacionales
- La Avenida Mariano Matamoros

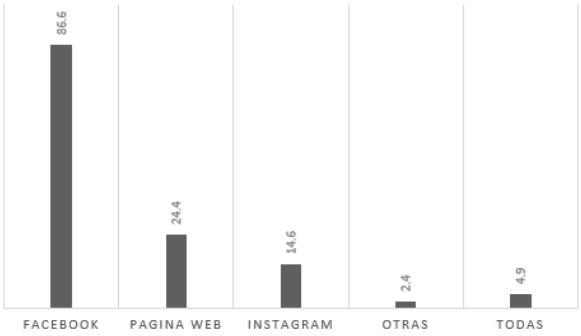
Se hizo un recorrido exploratorio se visitaron 880 empresas donde se preguntó previa aplicación del instrumento de investigación, si utilizaban en la comercialización de sus productos o servicios las redes sociales, se logró identificar a 82 empresas que utilizan este medio.

Resultados

Las redes sociales que utilizan las empresas

Se cuestionó a los sujetos de estudio acerca de las redes sociales que usan en las empresas como estrategia de marketing digital a lo que el 86.6% respondió que Facebook es la red social que más utilizan, como segunda opción con 24.4% dijeron que la Pagina Web, el 14.6% dijo que Instagram era una de las redes sociales más utilizadas, el 4.9% eligió como opción que todas las redes y el 2.4% dijo que otra (Ver Gráfico 1).

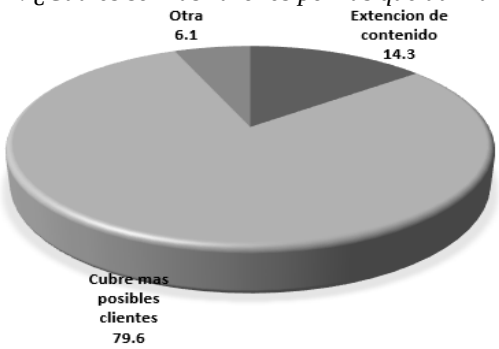
Figura 1. *Empresas Guamúchil. ¿Qué redes sociales utiliza la empresa?*



Fuente: Elaboración propia

No obstante, al preguntarles cuales eran las razones por las que usaban más de dos redes sociales el 79.6% señalo que cubren más posibles clientes, el 14.3% dijo que era más extenso el contenido y el 6.1% señalo otra razón (Ver Gráfico 2).

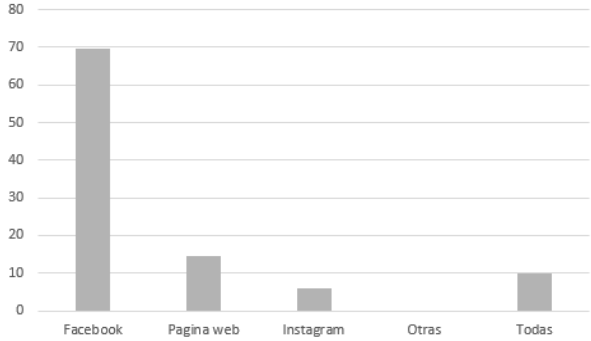
Figura 2. *Empresas Guamúchil. ¿Cuáles son las razones por las que utilizan más de dos redes sociales?*



Fuente: Elaboración propia

Anteriormente se habló sobre las redes más utilizadas, en este apartado es acerca de las redes sociales más importantes para las empresas de Guamúchil, Sinaloa, para el 69.5% señalo que Facebook es la red social más importante sobre la Pagina Web con solo el 14.6%, Instagram obtuvo el 6.1% (Ver Gráfico 3). Y como última opción señalaron a otra red social más importante con un 9,8%.

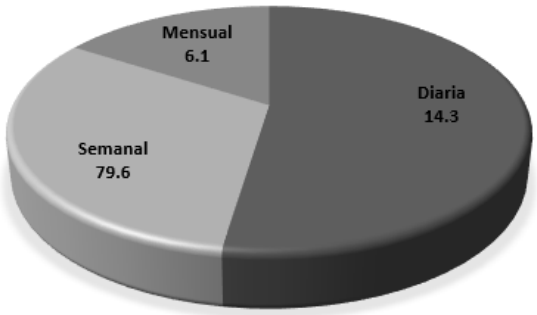
Figura 3. *Empresas de Guamúchil. ¿Qué red es más importante?*



Fuente: Elaboración propia

Por de igual manera, se les cuestionó la frecuencia de uso de las redes sociales, la mayoría de las empresas dijo que la usan diariamente con un 52.4%, no obstante, el 31.7% dijo que su uso es semanal y el 15.9% declaro que es mensual. (Ver gráfico 4).

Figura 4. *Empresas de Guamúchil. ¿Con que frecuencia las utilizan?*

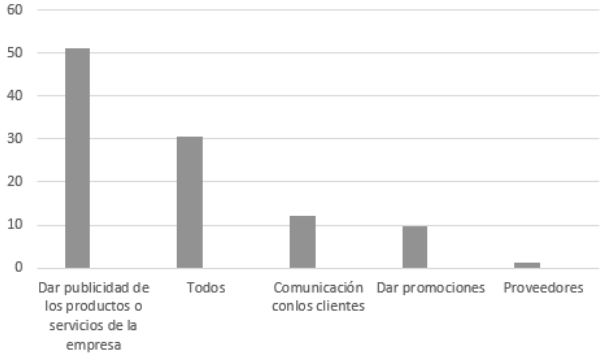


Fuente: Elaboración propia

Finalidad de uso de las redes sociales

Por otro lado, se les cuestiono con que finalidad usan las redes sociales, el 51.2% menciona que dar publicidad a productos y servicios con los que cuenta la empresa, el 9.8% dar promociones, 12.2% para comunicarse con los clientes, 1.2% proveedores y 30.5% señalo que todos los anteriores. (Ver Gráfico 5).

Figura 5. *Empresas de Guamúchil. ¿Con que finalidad las utilizan?*

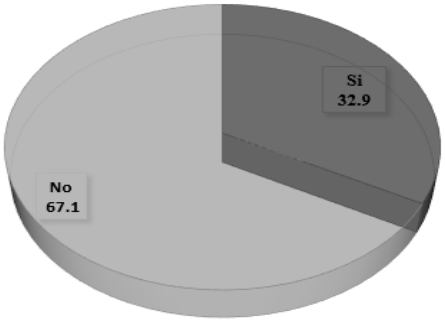


Fuente: Elaboración propia

El diseño del plan de marketing que elaboran las empresas.

Al interrogar a las empresas de Guamúchil, Sinaloa se les pregunto si han realizado algún plan de marketing digital de las cuales el 32.9% dijo que si y el 67.1 señalo que no contaban con uno (Ver gráfico 6).

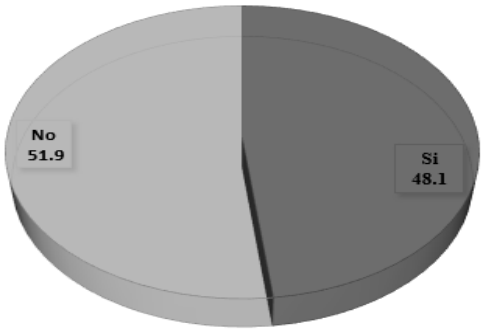
Figura 6. *Empresas de Guamúchil. ¿Han elaborado algún plan de marketing digital?*



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, de las empresas que dijeron que, si contaban con un plan de marketing digital, se les pregunto si lo tenían en físico resultando que el 48.1% señalo que sí y el 51.9% dijo que no lo tenían. (Ver gráfico 7).

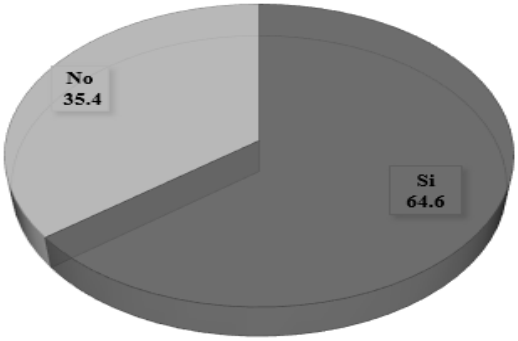
Figura 7. *Empresas de Guamúchil. ¿Tienen en sus manos físicamente el plan de marketing digital?*



Fuente: Elaboración propia

Del mismo se les pregunto que si contaban con un responsable del manejo de marketing digital, el 64.6% dijo que si y el 35.4% dijo que no tenían (Ver gráfico 8).

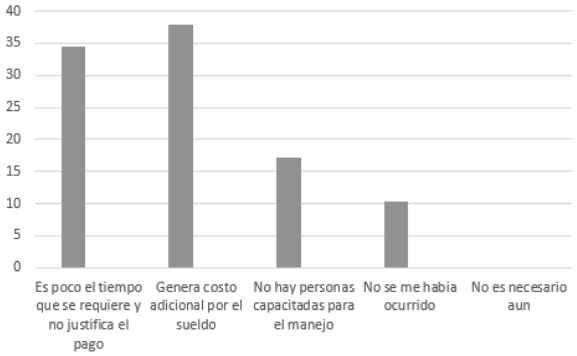
Figura 8. *Empresas de Guamúchil. ¿Tiene responsable del manejo del marketing digital?*



Fuente: Elaboración propia

A las empresas que señalaron que no contaban con un responsable del manejo del marketing digital se les realizo otra pregunta el por qué no lo tenían, señalando el 37.9% que generaba un costo adicional al sueldo, el 34.5% dijo que es muy poco el tiempo que requiere y no justifica el pago, el 17.2% piensa que no hay personas capacitadas para el manejo y el 10.3 señalo que no es necesario aún. (Ver gráfico 9).

Figura 9. *Empresas de Guamúchil. ¿Cuáles son los motivos por los que no cuenta con un responsable?*

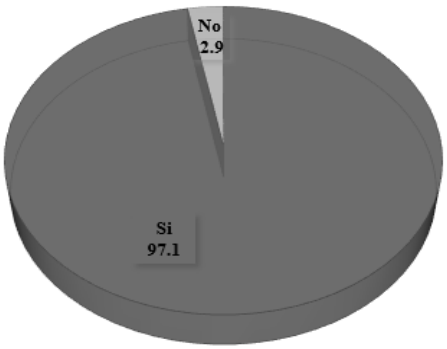


Fuente: Elaboración propia

Las ventajas comerciales por el uso de las redes sociales.

Al preguntar a las empresas de Guamúchil, si la estrategia empleada se adecua a los objetivos como empresa, el 97.1% resalto que sí y el 2.9% señalo que no (Ver gráfico 10).

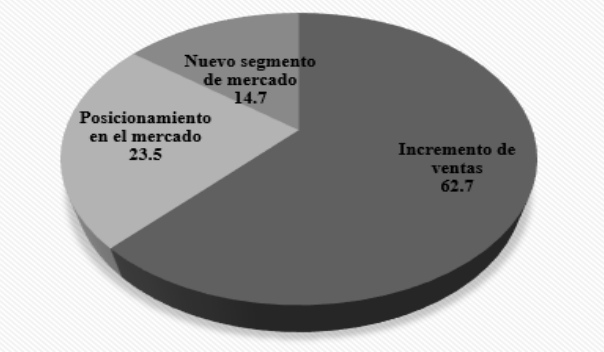
Figura 10. *Empresas de Guamúchil. ¿La estrategia empleada se adecua a los objetivos como empresa?*



Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se le pregunto qué objetivos consideraron y se encontró que en su mayoría el 62.7% fue el incremento de ventas, el 23.5% por posicionamiento del mercado y por último el 14.7% señalo por un nuevo segmento de mercado (Ver gráfico 11).

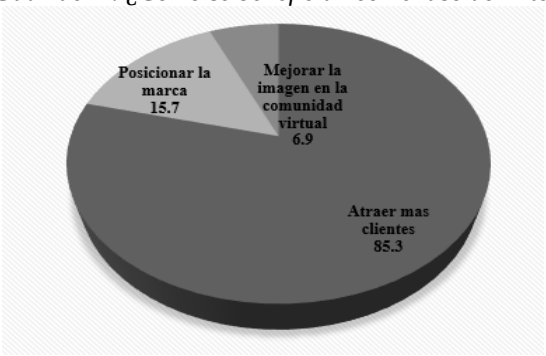
Figura 11. *Empresas de Guamúchil. ¿Qué objetivos se consideraron?*



Fuente: Elaboración propia

Para determinar en cómo se benefician las empresas con el uso de internet y el uso de las redes sociales se les pregunto si esta herramienta les ha permitido atraer más clientes, el 85.3% si lo ha logrado, otro de los beneficios fue el posicionamiento de la marca con un 15.7% y el 6.9% menciona que por la imagen en la comunidad virtual (Ver gráfico 12).

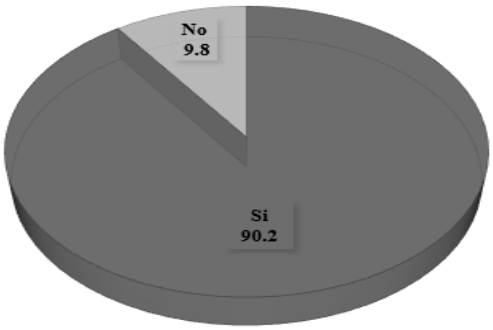
Figura 12. *Empresas de Guamúchil. ¿Cómo se benefician con el uso del internet y las redes sociales?*



Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo se les pregunto si se cumplieron con sus expectativas con el uso de las redes sociales, el 90.2% señalo que si quedo satisfecho con su uso y en caso contrario el 9.8% dijo que no (Ver gráfico 13).

Figura 13. *Empresas de Guamúchil. ¿Se lograron sus expectativas con el uso de las redes sociales?*



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

El marketing digital plantea nuevos desafíos para las empresas, pero también puede ser una herramienta que expande las posibilidades de alcanzar más y mayores mercados para la comercialización de productos y/o servicios.

El uso de un plan estratégico de marketing digital en las pymes de la ciudad de Guamúchil ha permitido a las empresas que hacen uso de esta herramienta respecto a las que no, desarrollar factores de competitividad, esta situación se refleja de acuerdo a la percepción de las mismas empresas que se han adaptado a los avances tecnológicos y necesidades comerciales.

La implementación de un plan estratégico de marketing es de suma importancia para el desarrollo comercial, el 90% de las empresas de la ciudad de Guamúchil que lo implementan aseguran que les ha ayudado alcanzar sus objetivos planteados, en la mayoría de estas empresas la intención de usar el marketing digital en redes sociales es el incrementar las ventas, por lo tanto, el 85% busca atraer más clientes en redes sociales, la más usada es Facebook y también es considerada la más importante.

De acuerdo a los resultados de esta investigación, existe una clara omisión por parte de empresas de la ciudad de Guamúchil por implementar un plan de marketing digital en base a redes sociales dejando de lado la posibilidad de poder llegar a mas posibles clientes que ayuden a la empresa a cumplir sus objetivos comerciales, un punto a resaltar es, que aquellas empresas que utilizan las redes sociales para la comercialización solo el 52% hace uso diario de esta, lo que muestra que a pesar de ser una herramienta que en la mayoría de los casos efectúa los objetivos planteados no es prioridad dejando una ventana de oportunidad sin explotar adecuadamente.

Es necesario que las empresas busquen tener una adecuada presencia digital en redes sociales, por esta razón, se sugiere el desarrollo de estrategias diseñadas para fomentar la incursión de las empresas en las redes sociales mediante un plan estratégico de marketing digital diseñado en base a sus objetivos.

Guzmán (2018), considera necesario que los empresarios tengan presente dos tipos de estrategias para implementar el comercio mediante redes sociales, una seria mediante el conocimiento de casos de éxito de pequeños empresarios que estén implementando el comercio mediante las redes sociales como alternativa de comercialización para así generar la confianza en la contratación de personal para el manejo de los canales de venta online y la otra, la realización de talleres o cursos que ayuden adquirir el conocimiento a los empresarios con respecto a las estrategias a implementar tomando en cuenta su importancia a la hora de interactuar en estos medios.

Por otra parte, es importante que las empresas que ya están participando en la comercialización

de sus productos y/o servicios en redes sociales, valoren y rediseñen su estrategia de uso debido que aún existen vacíos en su implementación que no permite desarrollar a esta herramienta su potencial.

Referencias

Alborés P y Alonso R. (2005); Formación en nuevas tecnologías dirigidas a directivos de pymes; Primera Edición; Editorial Ideas Propias Editorial S.L., (9-10).

Arteaga-García M, L & Menéndez-Mera M, H. (2021). Redes sociales: Recurso innovador para emprendedores. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6(12), 566-578. Https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1381

Ávila M, L. (2014). Linkedin para empresas. Claves y estrategias para sacarle el máximo partido de marketing corporativo. Blog hablando en corto. Creative commons 4.0. https://datos.portaldelcomerciante.com/userfiles/30/Biblioteca/b4e4863c2bbfef1283bcLinkedin-para-empresas.pdf

Bosco A. (2003). Sobre los nuevos entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje. QuadernsDigitals no. 35. http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_1/nr_558/a_7900/7900.pdf

Branding M. (2021). Marketing en redes sociales 2021.

Calvo, S., & Reinares, P. (2001). Comunicación en Internet: Estrategias de Marketing y Comunicación interactivas. Barcelona: Pomaire s.a. editorial.

Castañón J. C., Baca J. R., Macías J. C., y Villanueva V. (2021). Redes social Facebook como herramienta de marketing en micro, pequeñas y medianas empresas. Revista Venezolana de Gerencia (RVG), 26(95), 882-897. https://doi. org/10.52080/rvgluz.27.95.27

Guzmán A, P. (2018). El s-commerce: La innovación a través de Medios Sociales. J. Technol. Manag. Innov. 2018. Volume 13, Issue 1. https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v13n1/0718-2724-jotmi-13-01-00056.pdf

Data México (2019). Indicadores Económicos. Gobierno de México. https://datamexico.org/es/profile/geo/salvador-alvarado#Industrias

Hernández, K., Yánez, J., & Carrera, A. (2017). las redes sociales y adolescencia. Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos, 242-247.

Hernández Mendoza S, L, Hernández Mendoza J, L y Olguín Guzmán E. (2018). Comercio Electrónico como herramienta complementaria en las PYMES en México. Revista científica electrónica de educación y comunicación en la sociedad del conocimiento. Vol. 18 (2). 245-273.

Ibarra, G. (1993). Sinaloa: tres siglos de economía. México: Dirección de Investigación y Fomento de la Cultura Regional.

Kinner T & Taylor J. (1995). Investigacion de mercado. Un enfoque aplicado. Tercera Edición. McGraw-Hill.

Kotler P & Armstrong G, M. (2003), Fundamentos de marketing, sexta edición; Pearson Educación, p.5.

Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C. Wolff, S. (2009). A brief history of the internet. ACM SIGCOMM Computer Communication Review, 39(5), 22. doi:10.1145/1629607.1629613

López O, Beltran C, Morales R & Cavero O. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador. CienciAmerica (2018) vol. 7 (2).

López G, M. (2004). La publicidad y el derecho a la información en el comercio electrónico. Editado por Eumed.net.

Lozano-Torres B, V, Toro-Espinoza M, F y Calderon-Orgoti D, J. (2021). El marketing digital: herramienta Y tendencias actuales. Revista Ciencias técnicas y aplicadas. Vol 7 Num. 6, pp.907-921.

McLachlan S. (2022). 23 Estadísticas de YouTube esenciales para este año. Hootsuites. https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-youtube/#Estadisticas_de_YouTube_los_usuarios

Martín S. (2014). Marketingdirecto.com. ¿Cómo elegir el mejor proveedor programático? http://Www.Marketingdirecto.Com./Actualidad/Digital/Como-Elegir-El-Mejor-Proveedor-Programatico/

Mejía J, C. (2022). Usuarios en México de Facebook, Instagram, Tiktok, Linkedin, snapchat y twitter 2022. Juan Carlos Mejía Llano. Consultor speaker de marketing digital y transformación digital. https://www.juancmejia.com/redes-sociales/usuarios-en-mexico-de-facebook-instagram-tiktok-linkedin-snapchat-y-twitter-2022/

Mena M. (2022). La adicción a las redes sociales en el mundo. Statista. https://es.statista.com/grafico/18988/tiempo-medio-diario-de-conexion-a-una-red-social/

Mena M. (2022). ¿Alcanzado Facebook si pico máximo de crecimiento? Statista. https://es.statista.com/grafico/26787/numero-de-usuarios-activos-mensuales-y-diarios-de-facebook-en-todo-el-mundo/#:~:text=En%20el%20segundo%20trimestre%20de%202022%2C%20Facebook%20contaba%20con%202.934,2.936%20millones%20del%20trimestre%20anterior.

Merodio J. (2010). Marketing en redes sociales. Mensaje de empresa para gente selectiva. Creative commons.

MOSCHINI, S. (2012). Claves del marketing digital. Barcelona: La Vanguardia Ediciones, S.L.

Nieves-Casasnovas J, J, & Lozada-Contreras F. (2020). Marketing Communication objetives through digital content marketing on social media. Forum Empresarial, 25 (1), 57-82.

Ramos J. (2018). Marketing con Whatsapp: guía práctica. E-book Distribution: Xin Xii. https://books.google.com.pe/books?id=LTr9CwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Ramos J. (2015). Instagram para empresas. E-book Distribution: Xin Xii. https://books.google.com.mx/books?id=SveBCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

Russell S. J. (2003). Norving, P. Artificial Intelligence. A Modern Approach. UpperSaddleRiver, New Jersey:Prentice Hall.

Sanz M, A. (2007). A, B, C de Internet. Red Iris. https://www.rediris.es/difusion/publicaciones/boletin/28/enfoque1.html

Estrategias y apoyo público; Editorial Netbiblio, S. L.: 55-59.

Sartori G. (1998). Homo videns: La sociedad teledirigida. España, Ed Taurus. https://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Homo-Videns.pdf

Soriano, G. A. (2019). El marketing digital como herramienta de promoción de la empresa DMR power en redes sociales. http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46721/1/El%20marketing%20digital%20como%20herramienta%20de%20promoci%C3%B3n%20de%20la%20empresa%20DMR%20POWER%20en%20redes%20sociales.pdf

Stanton W, Etzel M & Walker B. (2007). Fundamentos de marketing. 14ta. Ed. McGraw Hill. https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/6cfb6cc42873a56c8daa689e59d4df92.pdf

Villalobos S. (2014). Redes sociales para emprendedores Web: ¡Como los grandes líderes de la web en español superaron sus errores de social media para construir super comunidades online! Creative commons. http://Estrategias-Marketing-Online

Zurita-Mezquita E, C, Berttolini-Diaz G, M, & Barroso-Tanoira F, G. (2021). Redes sociales en la micro, pequeña y mediana empresa. Revista Cubana de ciencias Informaticas, 15(4), 141-165.

Aspectos relevantes de control interno que manejan la industria fabril de Cadereyta Jiménez, N.L.
(Relevant aspects of the internal control handled by the manufacturing industry of Cadereyta Jimenez, N.L)

Alfonso Hernández Campos[1] y Janneth Guadalupe Lugo de los Santos[2]

[1] *Universidad Autónoma de Nuevo León - Facultad de contaduría pública y administración (México), alfonso.hernandezcp@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0002-8318-5818*

[2] *Universidad Autónoma de Nuevo León - Facultad de contaduría pública y administración (México), janneth.lugodls@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0002-4152-7736*

Información del artículo revisado por pares
Fecha de recepción: Febrero 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-394

Resumen

En la ciudad de Cadereyta Jiménez, existen empresas dedicadas a la fabricación de escobas, la ciudad es famosa por tales empresas, pero estas empresas manejan sistemas de control interno que algunas aun no lo hacen y por lo tanto es importante conocer dichos procesos para la implementación futura.

El objetivo primordial de esta investigación es que las empresas que no manejan sistemas de control interno puedan aplicarlos, para esto se llevó a cabo una investigación donde lo primero que se hace es investigar acerca del marco teórico aplicable, posteriormente se diseña un instrumento de recolección de datos y por medio de la encuesta que se aplicó a 8 empresas de la localidad se recolectó información, obteniendo después de eso los resultados y conclusiones que se verán más adelante.

Palabras clave: Sistemas de control interno, Coso, Industria fabril, Gestión de la producción.
Códigos JEL: M41, M42, R11, M11

Abstract

In the city of Cadereyta Jiménez, there are companies dedicated to the manufacture of brooms, the city is famous for such companies, but these companies manage internal control systems that some do not yet do and therefore it is important to know these processes for future implementation.

The primary objective of this research is that companies that do not manage internal control systems can apply them, for this a research was carried out where the first thing that is done is to investigate about the applicable theoretical framework, later a data collection instrument is designed and through the survey that was applied to 8 companies in the locality information was collected, obtaining after that the results and conclusions that will be seen later.

Key words: Internal control systems, Coso, Broomsticks, Production management.
JEL Codes: M41, M42, R11, M11

Introducción

El sistema de control interno es una herramienta muy importante que las empresas utilizan, algunas de ellas dedicadas a la industria fabril, específicamente las dedicadas a la fabricación de escobas y trapeadores se encuentran en la ciudad de Cadereyta Jiménez, N.L, sin embargo, algunas empresas no manejan estos sistemas por desconocimiento de los beneficios que este genera.

La presente investigación tiene como objetivo determinar cuáles son los tipos de sistemas de control interno que manejan las empresas escoberas en la ciudad, además de determinar las ventajas y beneficios de cada uno de los sistemas, conocer el impacto en las mismas y así mismo con la investigación realizada llegar a proporcionar una propuesta de implementación en las empresas que actualmente no lo manejan.

Los aspectos relevantes del sistema de control interno que manejan las empresas escoberas en la ciudad los podemos categorizar en concepto, tipos, enfoques, ventajas y modelo COSO. Para tal efecto, primero se presenta la conceptualización de cada uno de los aspectos anteriores.

Marco teórico

Concepto

Si existe una empresa, es necesario tener un control sobre ella, a esto le llamamos control interno. Un sistema de control interno consiste en políticas y procedimientos diseñados para proporcionar una seguridad razonable a la administración de que la compañía va a cumplir con sus objetivos y metas. (Arens y Elder, 2007). De acuerdo con el autor, los sistemas de control interno sirven para controlar la compañía, todas las operaciones y tener una seguridad de que la compañía está haciendo las cosas bien.

Además de esta definición encontramos el concepto de control interno que de acuerdo con las Normas de auditorías españolas (1991), “el control interno comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente y se cumplen según las directrices marcadas por la dirección”. De acuerdo con esta definición podemos observar unos puntos clave importantes del control interno, es un plan que incluye procedimientos que asegura que todo este como se debe de estar.

El control interno se define como un proceso, ejecutado por la junta de directores, la administración principal y otro personal de la entidad, diseñado para proveer seguridad razonable en relación con el logro de los objetivos de la organización (Mantilla, 2018).

Por lo regular para poder llevar a cabo un adecuado control interno, la empresa debe diseñar el

sistema de control interno que implementara con base en tres puntos importantes:

a) Tener la confiabilidad en los informes emitidos que la empresa genera y que son presentados a todos los interesados desde accionista hasta el interesado externo en la empresa como el gobierno. La empresa tiene la responsabilidad legal de que sus informes estén basados en las Normas de Información Financiera y las Normas de Auditoria aplicables a su entidad.
b) Ser eficiente en las operaciones que maneja la entidad, para lograr esto es necesario que la empresa sea optima en el manejo de los recursos de los cuales dispone para la realización de las operaciones financieras y no financieras.
c) Cumplimiento de leyes y reglamentos, el punto más importante para las empresas debe ser siempre este, estar atento a las indicaciones legislativas y no dejar de cumplirlas con obligatoriedad y responsabilidad.

Tipos de sistemas de control interno

Los sistemas de control interno los podemos dividir de acuerdo con el tiempo en: previo, concurrente y correctivo. Veamos a continuación cada uno de ellos de acuerdo con Amador Sotomayor (2002).

Previo: su característica principal es llevarse a cabo antes de la actividad o bien ser preventivo a cualquier situación futura presentada.

Concurrente: este tipo de sistema de control interno se lleva a cabo durante el proceso en forma simultánea para detectar anomalías.

Correctivo: la característica de este tipo de sistema de control interno es que se utiliza una vez que se concluye la actividad y es entonces cuando se inicia el proceso de verificación y corrección.

Conociendo la diferencia de cada uno de los tipos de sistemas de control interno, indiscutiblemente la mejor opción sería el previo, ya que antes de cualquier actividad lo ideal sería aplicar un proceso de control interno y evitar futuras anomalías o fallas, pero en la practica el tipo de control interno que más se maneja es el correctivo, esto es, ya que se detectó que existen fallas se implementa el sistema de control interno para corregir o reparar las fallas detectadas.

Enfoques

Siguiendo con la información de Amador Sotomayor (2002) se cuenta con dos tipos de enfoques de los sistemas de control interno, y este es el enfoque contable y el enfoque administrativo.

El enfoque contable del sistema de control interno es aquel que garantiza que la información contable como registros y operaciones y la presentación de los estados financieros sea confiable y se presente de acuerdo con las Normas de información financiera, para así garantizar la veracidad de la

información presentada antes los interesados.

El enfoque administrativo de acuerdo con Amador Sotomayor (2002), es un control interno que se implementa para garantizar la eficiencia y eficacia en la realización de las operaciones administrativas de la empresa, financieras y no financieras, pero básicamente son las involucradas en los procesos operativos y administrativos de la empresa como son la elaboración de algún producto en las plantas.

Tabla 1. Conceptualización de variables

Variable	Definición	Autores
Control interno	Comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente y se cumplen según las directrices marcadas por la dirección.	Normas Internacionales de Auditoria (1991)
COSO	Es el modelo de control interno más aceptado. Dicho modelo consta de cinco categorías que sirven para proporcionar una seguridad de que todo se está llevando a cabo de acuerdo con lo establecido por la empresa.	Arens y Elder (2007)
Tipos	Preventivo, concurrente y correctivo	Amador Sotomayor (2002)
Enfoques	Contable y administrativo	Amador Sotomayor (2002)

Fuente: Elaboración propia

Ventajas o beneficios

Las ventajas del Control Interno, para Calua Saravia (2019) son las siguientes:

a) La empresa tiene la opción de conocer la situación financiera que realiza la misma y a su vez mostrar la confiabilidad de la información y de las directrices.
b) Mantener la evaluación de los riesgos de la empresa.
c) Estar monitoreando las operaciones ejecutadas en todos los departamentos.
d) Conocer el proceso contable y administrativo para la revelación e interpretación de los informes financieros.
e) Mejorar el contexto de control interno de la empresa. Por lo consiguiente, la ejecución del control interno en una empresa otorga una serie de ventajas que están orientadas en dinamizar las actividades y áreas de responsabilidad para aumentar el desempeño de las operaciones, de esta manera la estructura operacional de la compañía puede mantener un ambiente armónico en la gestión desarrollada para cumplir con las metas de la entidad.

En la medida que las organizaciones van creciendo, la necesidad de que sus operaciones se manejen de manera eficiente y eficazmente crece también, no es lo mismo controlar un reducido volumen de transacciones a un alto contenido de las mismas, y si a eso le adicionas, que pudieran aplicarse no solamente al mercado nacional sino también al internacional la complejidad aumenta por las implicaciones que eso conlleva (Hernández Campos, 2017).

El establecer controles conlleva el entendimiento, de acuerdo a las exigencias del mismo, de las personas que los involucra de tal forma que estén en condiciones de ejecutarlos adecuada y oportunamente. De igual forma, debe de existir un compromiso por parte de quienes lo ejecutan de lo contrario es probable que no se le dé seguimiento (Granda Escobar, 2013).

Modelo COSO

El marco integrado de control interno de COSO, (Arens y Elder, 2007), es el modelo de control interno más aceptado. El modelo cuenta con cinco categorías que sirven para proporcionar una seguridad de que todo se está llevando a cabo de acuerdo con lo establecido por la empresa. Las categorías de este modelo son:

a) Ambiente de control
b) Evaluación de riesgo
c) Actividades de control
d) Información y comunicación
e) Monitoreo

A continuación, veamos cada uno de ellos.

El ambiente de control consiste en acciones, políticas y procedimientos que reflejan las actitudes generales de los altos niveles de la administración, con el objetivo de entender y evaluar el ambiente de control.

La evaluación del riesgo para los dictámenes financieros es la identificación y análisis de los riesgos relevantes de la administración para la preparación de los estados financieros de conformidad con las normas de información financiera y las leyes y reglamentos aplicables.

Las actividades de control son las políticas y procedimientos, además de las que se incluyeron en los otros cuatro componentes, que ayudan a asegurar que se implementen las acciones necesarias para abordar los riesgos que entraña el cumplimiento de los objetivos de la entidad. El desarrollo de actividades de control relacionadas con estos tipos de políticas y procedimientos con frecuencia se incluyen en los siguientes cinco tipos de actividades de control específicas, que se analizan a continuación:

1. Separación adecuada de las responsabilidades.
2. Autorización adecuada de las operaciones y actividades.
3. Documentos y registros adecuados.
4. Control físico sobre activos y registros.
5. Verificaciones independientes referentes al desempeño.

La falta de bases formales para identificar los modelos de control interno es área de oportunidad

en futuras investigaciones, que de tenerla o llevarse a cabo, lograría la popularidad en las industrias fabriles del modelo COSO y en si de modelos de control interno en general, como lo comenta (Barrera y Hinojosa, 2022) es objeto de nuestro análisis, así como fomentar los efectos de su aplicación en las organizaciones y con esto las empresas y a nivel académico podrían tomar de bases científicas para su aplicación.

El objetivo del sistema de información y comunicación de contabilidad de la entidad es iniciar, registrar, procesar e informar de las operaciones de la entidad y mantener la responsabilidad por los activos relacionados.

Las actividades de monitoreo tienen que ver con la evaluación continua o periódica de la calidad del desempeño del control interno por parte de la administración, con el objetivo de determinar lo que se está operando de acuerdo con lo planeado y si no es así, entonces modificar esos controles.

Los sistemas de control interno de acuerdo con las bases del Marco de Control Interno COSO 2013, tienen un rol importante para ordenar esfuerzos y recursos establecidos para cumplir los objetivos de Negocio. Sin embargo, factores externos pudieran ocasionar que el personal violente las Políticas y Procedimientos de las Organizaciones y afectar el cumplimiento de los objetivos de Negocio (Barrera Guerra, 2020).

Un tema importante a considerar es el saber controlar eficientemente el proceso de administración de materiales, la frecuencia de reposición y la determinación de los niveles óptimos de stock de las mercancías, para satisfacer la demanda. Lo anterior, terminará por evitar la tendencia creciente hacia el facilismo de incrementar la cobertura, lo cual, idealmente seria manejar los inventarios justo a tiempo, y así evitar la probabilidad de mantener capital inmovilizado, así como la ocurrencia de vencimientos y deterioros de mercancías (Seijas Rodríguez, 2021).

Otros modelos de control interno

Es importante conocer que a nivel internacional se encuentran otros modelos de control interno, entre ellos destacamos los siguientes:

COCO: Criteria of control committee, the Canadian institute of chartered accountanst. modelo de control interno que actualmente prevalece en Canada.

COBIT: Es un modelo de evaluación de negocios y monitoreo que se enfatiza en la seguridad de las tecnologías de la información creado por Information system and control association, (ISACA, 2019).

CADBURY: Es un modelo creado en 1991 por un comité de profesionistas de Londres, poco tiempo después fue publicado el primer informe sobre aspectos financieros de las empresas, su

nombre es en honor al presidente del comité, Sir Adrian Cadbury. (ICAEW, 2020).

Metodología

El método de análisis es cualitativo de grupo focal, como lo indica (Hernández et al, 2014) “el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”.

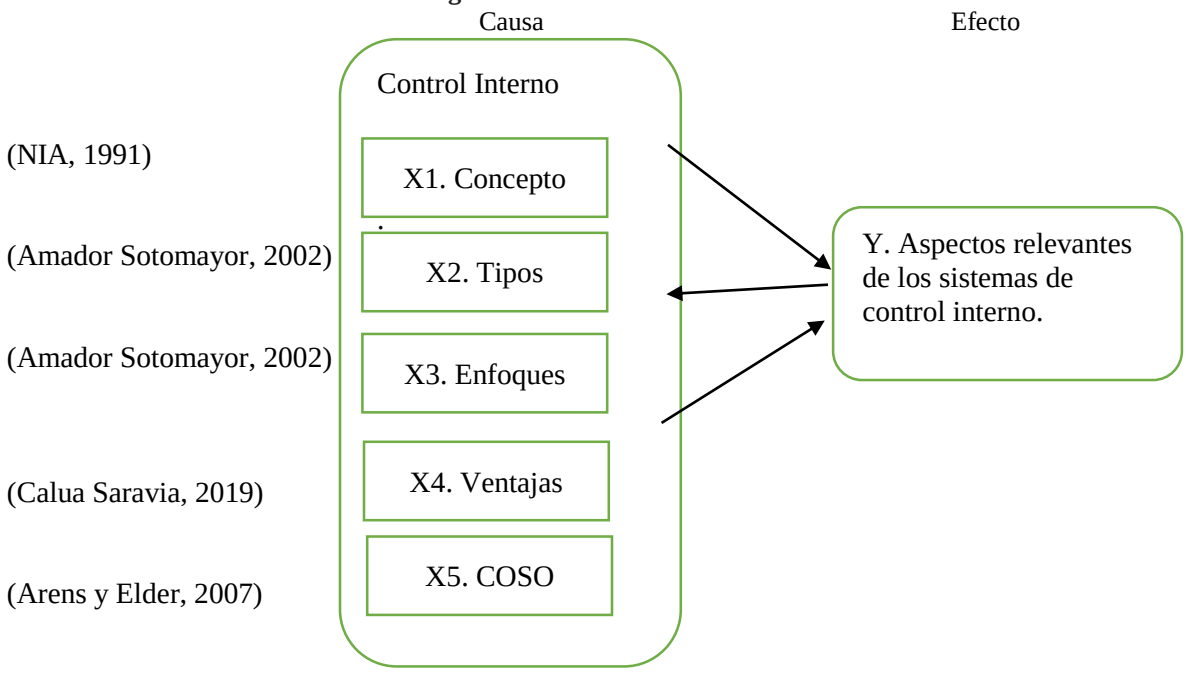
El procedimiento que se llevó a cabo en la presente investigación fue el siguiente:

Se obtuvieron datos de hechos investigados del tema con anterioridad, además de obtener el marco teórico de autores especialistas en la materia.

Se elaboró un instrumento para la recolección de datos, el cual se encuentra dentro de los anexos donde se encuesto a las empresas escoberas de la ciudad, obteniendo así el total de 8 empresas a las cuales se les aplica en su totalidad la encuesta, siendo los encargados de la producción las personas encuestadas.

Posteriormente, con la obtención de resultados de la encuesta, se realizan las gráficas correspondientes y así por último llegar a las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Figura 1. *Relación de variables*



Participantes

La ciudad de Cadereyta Jiménez se caracteriza por ser una de las ciudades dedicadas a la fabricación de escobas, a pesar de tener el eslogan de “la capital escobera de México” esta actividad ha ido disminuyendo y se ha concentrado en pocas fábricas, la mayoría negocios familiares pequeños.

La población total encuestada fue de 8 empresas escoberas, y de las cuales solo 1 maneja los procesos de control interno como tal y otra empresa los maneja sin tener un departamento que los lleve.

En los anexos se ha agregado la lista de las 8 escoberas encuestadas, las cuales fueron contestadas por las personas encargadas del departamento de producción. Las empresas escoberas tienen un rango de 20 a 1500 empleados, siendo la Escobera Reynera la de mayor cantidad de empleados.

A continuación, se presenta la lista de empresas encuestadas dedicadas a la fabricación de escobas en la ciudad de Cadereyta Jiménez, la cual representa el total de la población encuestada para la investigación.

1. Escobera la Reynera
2. Fabrica y comercializadora Cavazos
3. Escobera Legar
4. Escobera Cantú
5. Escobera la Suprema
6. Faster Clean
7. Escobera García
8. Escobera Garza

Técnica e Instrumento

Para esta investigación se diseñó un instrumento de recolección de información consistente en 11 reactivos con una combinación de preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas. La primera parte de la encuesta incluye elementos para conocer acerca de cada escobera encuestada.

En la parte de anexos se agrega el instrumento de recolección diseñado con el título Anexo 1.

Procedimiento

Para llevar a cabo la presente investigación se encuesto a la totalidad de las 8 escoberas de la ciudad, la mayoría fue visita presencial directamente en las oficinas de cada una de ellas y solo tres de ellas fue encuesta a través de llamada telefónica debido a la confianza que se tiene con los encargados de dichas escoberas.

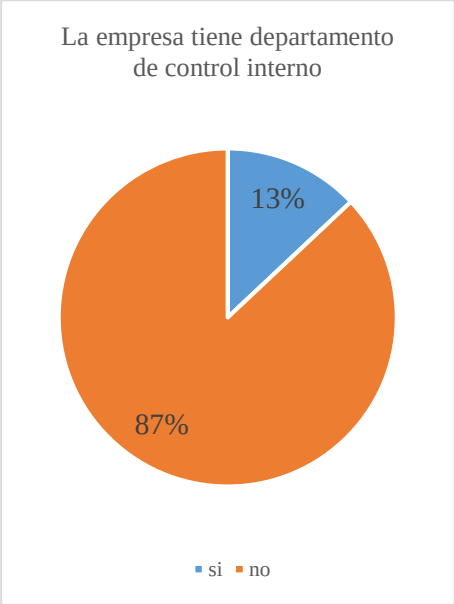
La aplicación de encuestas se llevó a cabo en un lapso de 20 días naturales entre el mes de marzo y abril del 2022 y fueron los encargados del departamento de producción quienes contestaron dicho formulario.

Resultados

Después de aplicar la encuesta al total de la población seleccionada de las escoberas en la ciudad de Cadereyta se procedió a analizar los resultados. A continuación, se muestra cada reactivo.

En la primera pregunta con base en los resultados de la aplicación de la encuesta a las empresas dedicadas a la fabricación de escobas de la ciudad, se puede observar que solo una de ellas lo cual representa el 13% cuentan con dicho departamento, y la cual es la Escobera la Reynera, que además implementa el sistema COSO, otra de ellas, la Escobera Suprema hace el proceso de controles, pero no tiene un departamento de control interno, y el resto de ellas simplemente ignoran dichos procesos de control.

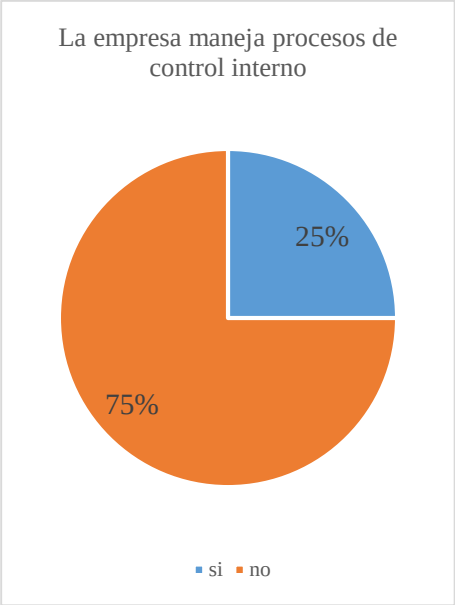
Grafica 1. *Escoberas que cuentan con departamento de control interno*



De igual forma, si no cuenta con departamento de control interno tampoco lo hacen de un departamento de auditoría interna. Solo el 13% de las encuestadas que equivale a una escobera, como se señaló al inicio es la Escobera la Reynera.

Las empresas escoberas de la ciudad, no están muy familiarizadas con el proceso de control interno, la muestra de ello es que solo 2 de ellas manejan procesos, pero una lo hacen sin contar con el departamento indicado, y la otra si maneja el sistema COSO. Esto representa el 25% de la población encuestada.

Grafica 2. *Escoberas que manejan procesos de control interno*



De las empresas encuestadas solo la Escobera Reynera, es la única que tiene un departamento de contraloría que a su vez lleva a los departamentos de control interno y de auditoría interna, esto representa el 13% de la población. La Suprema a pesar de que si maneja procesos de control interno no tiene un departamento oficial, esas funciones las maneja el director junto con el jefe de producción y el gerente de ventas.

Las únicas 2 empresas de las 8 encuestadas que manejan control interno señalan que los procesos los aplican en los departamentos de recursos humanos, nominas, reclutamiento y en el área de producción.

Escobera la Reynera y Escobera Suprema coinciden en que los tipos de enfoques que manejan en los procesos de control interno son del área Administrativa. El resto de las encuestadas desconoce los tipos de enfoques que existen de los sistemas de control interno.

Con base en la información recolectada de las empresas encuestadas se observa que los procesos de control interno llevan varios años manejándolos, pero oficialmente como departamento de control interno tienen alrededor de un año, en el caso de la Reynera y dos años en el caso de Suprema.

Sin duda los beneficios de implementar el proceso de control interno si existen, y las empresas que lo manejan coinciden con eso.

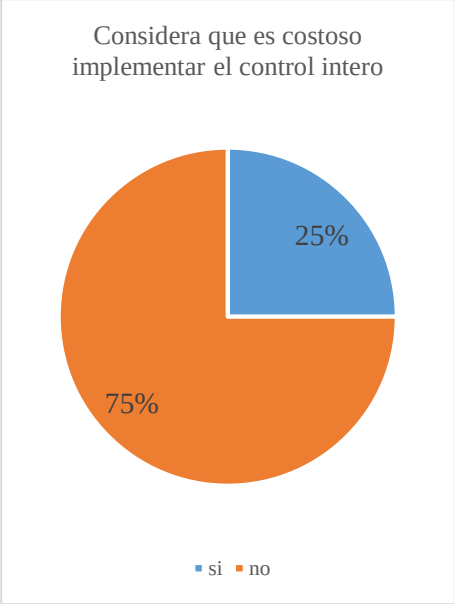
Los beneficios que se logran obtener al implementar procesos de control interno de acuerdo con la Reynera son, más control en los departamentos sobre todo en producción, menos fraudes o actos ilícitos, más orden con los empleados y una situación que se ha generado es que existe un proceso más burocrático, si lo vemos como sentido de algún beneficio. Por su parte la Suprema

comenta que se tienen mejores controles de calidad.

Las empresas que no manejan sistemas de control interno tienen en mente que es un proceso muy costoso y por eso no lo aplican, tal vez también por el desconocimiento de la información y de los beneficios que trae, sin embargo, las dos empresas que si lo manejan contestaron a esta pregunta que es relativamente económico la implementación del sistema de control interno.

Como se puede observar en la gráfica, el 75% de las encuestadas considera que es costoso implementar mecanismos de control interno, y solo el 25% contesto que no es costoso.

Gráfica 3. *Percepción de las escoberas respecto al costo de modelo de control interno*



Conclusiones

Como estuvimos observando a lo largo de esta investigación, existe un desconocimiento total por parte de las empresas escoberas de los procesos de control interno, sin darse cuenta de que los beneficios de utilizar son enormes, obviamente todos relacionados con los procesos administrativos de mejora de todas las áreas, principalmente los departamentos de producción y de ventas.

El objetivo principal de esta investigación es dar a conocer las ideas más básicas de los procesos de control interno a todas aquellas empresas que aún no los manejen, enfocándose en las escoberas de la ciudad de Cadereyta, para que una vez que conozcan las ideas claves se decidan en llevar a cabo la implementación de los procesos.

Otro tema importante es que las escoberas que lo manejan están conscientes de que implementar el proceso de control interno no es costoso, por lo tanto, ese también aplica como un

beneficio que será bueno compartir con aquellas que aún no lo manejan.

Las empresas escoberas en la ciudad no saben acerca de los procesos de control interno, si estuvieran conscientes de estos posiblemente lo empezaran a manejar en sus departamentos. La Reynera y la Suprema decidieron comenzar a implementar procesos de control interno porque detectaron la necesidad de crear políticas para mejorar los procesos de producción y en si los procesos administrativos de la empresa.

Algunas escoberas han estado trabajando en mantener el negocio a flote, debido a que el mercado de escobas ya no es muy rentable. los mismos encuestados comentan que la competencia es un factor y aparte, la introducción al mercado de productos de plástico les ha quitado mercado.

Discusión

El control interno es sin duda un mecanismo que ayuda a las empresas al mejoramiento de sus sistemas, aumentando la calidad de los procesos y sobre todo disminuyendo los costos de estos.

Una recomendación que se puede hacer a las empresas de la industria fabril de la ciudad de Cadereyta Jiménez, N.L. es el diseño de mecanismos de control interno que pudiera aplicarse en sus procesos, por ejemplo:

1. Llevar a cabo la medición de la eficiencia de los obreros mediante la elaboración de unidades.
2. Aplicar un mecanismo de control interno para medir las mermas
3. Contar con un mecanismo de control para detectar productos dañados
4. Llevar el control de los gastos indirectos involucrados en la elaboración del producto mediante revisión de la energía consumida y algunos otros recursos usados para la misma.

En la parte de anexos, con título Anexo 2, se muestra una recomendación de cuestionario aplicado al control interno en las empresas que aún no implementan modelos de control interno.

Referencias

Amador Sotomayor, A. (2002). *Control interno y auditoria*. UANL primera edición.

Arens, A., & Elder, R. (2007). *Auditoria, un enfoque integral*. Pearson Prentice Hall. Décimo primera edición.

Barrera, J. L. (2020). Control Interno, su vínculo con la Eficiencia Operativa y la Rentabilidad. *Vinculatégica EFAN*, *6*(1), 734-741.

Barrera, J. L., & Hinojosa, A. (2022). Utilización de encuesta de escala Likert para precisar el grado de aplicación del modelo de control interno COSO 2013. *Vinculatégica EFAN*, *7*(1), 593–603.

Calua Saravia, J. A., & Marrufo Bustamante, A. N. (2019). V*entajas de la Implementación del Control Interno en la Gestión de Inventarios*. Tesis de licenciatura. Universidad privada Antonio Guillermo Urrelo.

Commitee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. (2013). Internal Control-

Integrated Framework (American Institute of Certified Public Accountants (ed.); Issue May, 2013).
Granda Escobar, R., (2013). *Manual de control interno sectores público-privado y solidario*. Bogotá: Grupo Editorial Nueva Legislación.
Hernández, A. (2017). El control interno contable y fiscal como medida para contribuir a la maximización de los resultados financieros de los negocios. *Innovaciones De Negocios*, *13*(25), 25-3.
Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México, Mc Graw Hill, sexta edición.
Information system and control association ISACA. (2019). En https://www.isaca.org/resources/cobit/
Institute of chartered accountants in England and Wales ICAEW. (2020) En https://www.icaew.com/technical/corporate-governance/codes-and-reports/uk-corporate-governance
Mantilla B., S. (2018). Auditoría del Control Interno. Editorial ECOE. Bogotá, Colombia. En: https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2018/04/Auditori%CC%81a-del-Control Interno-4ed.pdf
Normas Internacionales de Auditoria, (1991).
Normas Técnicas de Auditoria Española
Seijas, B. (2021). Gestión de Inventarios eficiente por la aplicación de Control Interno. *Vinculatégica EFAN*, *7*(1), 660–669.

Anexos

Anexo 1

Instrumento de recopilación de datos usado durante la investigación
Nombre de la empresa_____ número de trabajadores _____
Giro _____ Nombre de quien contesta encuesta_____

1. ¿La empresa tiene un departamento de auditoría interna? SI____ NO ___
2. ¿La empresa tiene un departamento de control interno? SI ___ NO ____
3. Si la empresa no tiene un departamento de control interno, ¿Manejan procesos o sistemas de control interno? SI ___ NO ___
4. ¿Qué departamento maneja los procesos o sistemas de control interno?
5. ¿Por qué decidieron implementar los procesos o sistemas de control interno?
6. ¿Qué tipo de procesos o sistemas de control interno implementan en la empresa?
7. ¿Qué enfoque de proceso de sistema de control interno aplica en la empresa? Administrativo____ Contable_____
8. ¿Desde qué fecha comenzaron con la implementación de los procesos o sistemas de control interno?
9. ¿La empresa ha tenido beneficios o cambios positivos después de implementar los procesos o sistemas de control interno? SI ___ NO ___
10. ¿Puede mencionar algunos de esos beneficios?
11. Desde el punto de vista personal, ¿Considera que es costoso implementar un proceso o sistema de control interno? SI ___ NO___ NOSE___

Anexo 2

Recomendación de cuestionario de control interno que la industria fabril podría implementar en la ciudad.

Pregunta	Si	No	No aplica
1. ¿Cuenta con un sistema de control de materias primas?			
2. ¿Cuenta con un sistema de control de producción en proceso?			
3. ¿Cuenta con un sistema de control de productos terminados listos para la venta?			
4. ¿Cuenta con un sistema de detección de mermas?			
5. ¿Cuenta con un sistema de procesamiento de mermas?			
6. ¿Se lleva a cabo un sistema de control de asistencia de los empleados involucrados en la producción?			
7. ¿Tiene un sistema de pago a destajo a los empleados involucrados en la producción?			
8. ¿Cuenta con un sistema de prorrateo de los gastos indirectos de fabricación?			
9. ¿Tiene claramente identificado cuales son los gastos involucrados directamente en la producción?			
10. ¿Realiza campañas de involucramiento de los empleados en la reducción de costos como parte de la responsabilidad y la sustentabilidad?			

Intención emprendedora en las estudiantes de licenciatura de la universidad autónoma de Coahuila (Entrepreneural intention in undergraduate students of the autonomous university of Coahuila)

Laura Leticia Gaona Tamez[1], Rosa Hilda Hernández Sandoval[2] y Gabriel Aguilera Mancilla[3]

[1] *Universidad Autónoma de Coahuila - Facultad de Contaduría y Administración (México),* *lauragaonatamez@uadec.edu.mx* , *https://orcid.org/0000-0002-8411-830X*

[2] *Universidad Autónoma de Coahuila - Facultad de Contaduría y Administración (México),* *rosahernandezsandov@uadec.edu.mx*, *https://orcid.org/0000-0002-6646-8947*

[3] *Universidad Autónoma de Coahuila - Facultad de Contaduría y Administración (México)* *g.aguilera.mancilla@uaadec.edu.mx*, *https://orcid.org/0000-0002-0128-9155*

Información revisada por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-398

Resumen

La literatura menciona que las razones principales por las que los jóvenes en México emprenden un negocio son: necesidad, vocación, apoyo gubernamental, información obtenida instituciones educativas y eventos de emprendedurismo. Por lo que el objetivo de esta investigación es conocer la intención emprendedora de las estudiantes de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila. La metodología que se utilizó fue de tipo cuantitativo y de corte transversal a través de la aplicación de encuestas a una muestra de las estudiantes carreras antes señaladas de los primeros y últimos semestres. Los resultados para evaluar las variables de la intención emprendedora muestran lo siguiente: creación de empresa propia en un 75.93%, ahorro para emprender con un 76.54 %, tiempo para emprender el 77.16%, apoyos de financiamiento para emprender el 77.78%, oportunidad de negocio el 77.78% y desarrollo de actitudes de emprendimiento un 78.40 %. Una propuesta es que las Instituciones de Educación Superior, rediseñen sus programas educativos tendientes a desarrollar un perfil con intención emprendedora en las estudiantes.

Palabras clave: Intención emprendedora, mujeres emprendedoras, estudiantes universitarias.
Códigos JEL: I20, L26, M13

Abstract

The literature mentions that the main reasons why young people in Mexico start a business are: need, vocation, government support, information obtained from educational institutions and entrepreneurship events. So, the objective of this research is to know the entrepreneurial intention of the students of the degree in Business Administration and International Business of the Faculty of Accounting and Administration of the Autonomous University of Coahuila. The methodology used was quantitative and cross-sectional through the application of surveys to a sample of students previously mentioned careers of the first and last semesters. The results to evaluate the variables of entrepreneurial intention show the following: creation of own company in 75.93%, saving to undertake with 76.54%, time to undertake 77.16%, financing supports to undertake 77.78%, business opportunity 77.78% and development of entrepreneurial attitudes 78.40%. One proposal is that Higher Education Institutions redesign their educational programs aimed at developing a profile with entrepreneurial intention in students.

Key words: Entrepreneurial intention, women entrepreneurs, university students.
JEL Codes: I20, L26, M13

Introducción

En México uno de los principales retos al que se enfrentan la mayoría de los jóvenes recién egresados de las universidades es al desempleo y la falta de oportunidades, por lo que hoy en día esta situación representa un reto para las Instituciones de Educación Superior, lo que implica rediseñar sus programas educativos en los que se les brinde a los estudiantes habilidades, actitudes y conocimientos para desarrollar las capacidades emprendedoras para ser competente en este mundo globalizado y contribuir de esta forma con la creación de microempresas por estudiantes universitarios, generando la cultura del autoempleo y crecimiento económico para su entorno.

En tal sentido, hay que promover que los estudiantes universitarios adquieran habilidades y conocimientos elementales para una adecuada toma de decisiones e implementar acciones profesionales con responsabilidad, compromiso y enfoque social. Lo que representa analizar la percepción de los alumnos en cada asignatura en adquirir los conocimientos y habilidades en emprendimiento. Con la finalidad de convertir un proyecto en una empresa tangible lo que representa transformar los procesos e intenciones emprendedoras de los estudiantes (Sánchez-Cañizares S.M. & Rodríguez-Gutiérrez, 2015).

Como resultado de su trabajo de investigación (Almanza, 2017) señalan que "En México las instituciones universitarias tienen un gran reto en el aspecto de emprendedurismo, ya que son quienes preparan a un sinnúmero de estudiantes, en los que debe sembrar la inquietud de crear empresas que sean rentables y con responsabilidad social". De tal forma que la educación, experiencia y destrezas motiven al emprendedor a mostrar conductas de emprendimiento. Por esta razón se concibe el emprendimiento como un proceso dinámico (Baron, 2008). Por tanto, los emprendedores son esenciales en la creación de una empresa ya que son ellos los que se aventuran a descubrir, evaluar y explorar nuevas oportunidades de negocio (Morales, 2010)

Debido a la difícil situación económica que se presenta hoy en día la mejor manera de salir de la crisis es la iniciativa empresarial. Por lo que resulta necesario crear nuevos caminos dentro del mercado laboral, tomando la iniciativa de innovar creativamente ideas que hagan posibles puestos de trabajo, ya que es una necesidad inaplazable. Por lo que es ineludible conocer las variables que explican la intensión emprendedora de las estudiantes universitarias, con el objetivo de identificar aquellas que mayor influencia ejercen para desarrollarlas como emprendedoras.

Por lo antes expuesto, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo conocer la Intención emprendedora de las estudiantes de la licenciatura en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Marco Teórico

En la presente investigación se consultaron conceptos tales como: emprendimiento, emprendedor, la enseñanza de emprendimiento en la universidad, intención emprendedora y cultura emprendedora de diversos autores lo cual proporcionará una visión más amplia del tema.

Emprendimiento

El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2003.), conceptualiza el emprendimiento como una habilidad en la creación y desarrollo de una actividad económica que conjunte habilidades gerenciales, riesgo, creatividad e innovación, en una organización. El emprendimiento está relacionado con el enriquecimiento, las compañías, el cambio, el empleo, el valor y el crecimiento, pero probablemente, lo que más lo representa o se asocia con este concepto es la innovación (Toca, 2010).

Algunos autores mencionan una visión más integral referente al concepto del emprendimiento, Pereira (2007) propone emplear el estudio del proceso emprendedor desde una nueva perspectiva que se centre en las relaciones y desarrollo personal. Este pensamiento propone que el espíritu emprendedor no se conciba únicamente desde las características del individuo emprendedor, ni de su capacidad de innovación o de la oportunidad. El espíritu emprendedor se concibe en la intersección los tres elementos mencionados anteriormente como se representa en la figura 1.

Figura 1. *Entorno de oportunidad de emprendimiento*

Fuente: (Pereira, 2007)

En la figura se muestra que el espíritu emprendedor se presenta donde se intersecan los tres elementos que son el concepto de oportunidad, las características del individuo y la capacidad de innovar.

Emprendedor

El emprendedor es el que se arriesga en la creación de una empresa, realiza y organiza sus tareas, busca financiamiento para obtener recursos y toma los riesgos generados, así como también las ganancias obtenidas (López y Montilla, 2012). De acuerdo con la enciclopedia económica la definición técnica de emprendedor es: "Es un individuo que es capaz de identificar o descubrir una oportunidad de negocios, por lo que planea y prepara los recursos necesarios para iniciar un negocio**"** (Sánchez Cañizares S.M., 2015)**.**

La palabra emprendedor es francófona, derivada de entrepreneur, cuya significación es precursor y hoy en día se utiliza, primordialmente, para designar a aquella persona que da origen a una empresa, proyecto o idea, con un talante innovador, flexible, dinámico, de asunción de riesgos y abocado al progreso a fin de convertir su visión en realidad (Alvites - Huamaní, 2020) (Gutiérrez-Mora, 2021).

El emprendedor se diferencia por ser un magnifico administrador de los recursos y por tener la habilidad de lograr su propósito. La acción de emprender es buscar constantemente lo novedoso y alejarse de lo rutinario, hacer las cosas diferentes para mejorar su entorno y agregar valor a todas las actividades que se realizan. (Castro-Sánchez, 2022)

Intención emprendedora

Los conocimientos y las habilidades de las estudiantes universitarias contribuyen con su intención emprendedora, considerando aspectos como la actitud ante el emprendimiento, el control de la conducta, el factor social, las ventajas y los obstáculos para emprender. Analizar la intención emprendedora permitirá evaluar si los programas educativos son relevantes, así como el apoyo en la definición de políticas públicas encaminadas a ser una universidad emprendedora. En esta variable se valoraron aspectos tales como: el inicio de un negocio propio, reunir los recursos necesarios para emprender, lapso de tiempo para realizar un emprendimiento, apoyo financiero, oportunidad de negocio y generar una actitud emprendedora. (Gutiérrez, 2021)

Los atributos o características de los individuos con intención de emprender, se destacan dos tipos, el primero: el emprendimiento motivado por la necesidad, el cual se genera por la falta de recursos económicos al no tener empleo o estar inconforme con su actual empleo o por problemas familiares, la segunda característica es el emprendimiento de oportunidad que nace por la identificación de una necesidad que no está satisfecha en el mercado y la factibilidad de satisfacerlas. (Mendieta-Andrade, 2023)

La enseñanza en emprendimiento en la universidad

La formación emprendedora entre los jóvenes universitarios debe convertirse en un aspecto fundamental de su programa de estudios. La universidad juega un papel fundamental en esta tarea para enfrentar los grandes cambios económicos, políticos y sociales actuales, ya que en este mundo cada vez más globalizado se genera un menor número de fuentes de empleo en donde los jóvenes universitarios puedan obtener experiencia laboral para estar en condiciones de reunir los requerimientos mínimos indispensables para ocupar un puesto, por esto se ven en la necesidad de emprender a través de la creación de micros, pequeñas y medianas empresas (Hémbuz, 2020).

La capacidad de innovación y creación ha sido particularmente explorada por las nuevas generaciones, motivo suficiente para que, desde las universidades, se potencialice el desarrollo de competencias de emprendimiento, lo que generará que las actuales generaciones de profesionistas posean la preparación y la capacidad de hacer frente a estas situaciones y proporcionar diversas soluciones a las problemáticas existentes (Casimiro, 2019). Estas nuevas competencias y habilidades de emprendimiento tendrían un efecto positivo en diversos ámbitos del estudiante y aportaran también, nuevas habilidades y talentos en su desarrollo personal y profesional, alentándolos a descubrir, crear y explotar oportunidades y preparándolos mejor para enfrentar ambientes complicados y desconocidos (Bretones, 2018)

En la actualidad se tiene mucho interés entre las universidades por formar profesionistas con un perfil emprendedor para atender lo concerniente a la creación y desarrollo de nuevas empresas, esto será una alternativa para solucionar el desempleo ya que se estarían autoempleado y a su vez generando fuentes de empleo. Por lo tanto, al fomentar la cultura emprendedora cobrará importancia en la política empresarial de todas las organizaciones relacionadas con el progreso social y económico de los países.

Cultura emprendedora

Las universidades deben desempeñar un papel de vital importancia para la formulación de programas de estudio y estrategias que permitan a los estudiantes adquirir nuevas habilidades en el emprendimiento. Al respecto, afirman Casimiro (2019) que, para poder conseguir esta meta, se debe instruir a los alumnos desde y para una cultura emprendedora con una perspectiva empresarial, desarrollando lo científico y lo educativo, a partir de programas académicos planteados en la Universidad, para que los alumnos desarrollen una actitud emprendedora que les permita innovar y mejorar la sociedad de la que son parte.

La cultura emprendedora, según el Foro Económico Mundial (WEF) revela para el 2020 el Top 10 de las competencias y habilidades de emprendimiento que serán necesarias para enfrentar la

situación actual son: solución a problemas complicados, razonamiento crítico, ser creativo, administración y coordinación del capital humano, inteligencia emocional, toma de decisiones, orientación de servicio, negociación, así como la flexibilidad cognitiva (Weicht, 2018)

Mujeres universitarias emprendedoras

La cantidad de mujeres emprendedoras se a incrementado y se descubrió que el elemento predominante en las mujeres emprendedoras es el nivel de estudios universitarios. (Özsungur, 2019). En los últimos tiempos las emprendedoras han demostrado que el éxito está amparado con los apoyos que les otorgan instituciones financieras, de gobierno y de enseñanza (Elizundia Cisneros, 2015). Ciertas compañías han descubierto los beneficios del emprendimiento realizado por las mujeres motivo por el que han creado programas de fomento y desarrollo educativo para la mujer (Elizundia Cisneros, 2015), otras empresas están buscando acrecentar estratégicamente la participación del género femenino por el impacto que han generado en el ámbito laboral (Helfat, 2006).

Existen estudios que señalan una relación negativa, menciona que mujeres con menor grado de educación tienen mayor tendencia a iniciar un negocio, mientras que en otros existe una relación positiva ya que indica que es más factible que mujeres con educación tiendan a ser emprendedoras. (Serio, 2021). Estudios de las mujeres emprendedoras en México observan que las características propias que las distinguen son: edad adulta, casadas, grado de estudios elevado, esta última característica concuerda con lo presentado por Arellano (2018), que señala que entre mayor grado de estudios, se acrecienta de manera importante la posibilidad de emprender. (Paredes, 2019)

Método

Para alcanzar el objetivo planteado de esta investigación se usó el método cuantitativo de corte transversal. Este enfoque recopila datos con base en la comprobación numérica y estudios estadísticos con la intención de determinar las pautas en el comportamiento en el fenómeno objeto del presente estudio. En relación con Hernández- Sampieri, R., Fernández- Collado, C., y Baptista- Lucio, P., (2010) se utilizó el método estadístico-analógico para enunciar cuantitativamente las relaciones que presentan las variables que integran el objeto de estudio y conseguir conclusiones partiendo de los resultados evolución obtenidos.

Esta investigación servirá para conocer la intención de emprender de las estudiantes de los primeros y últimos de semestres de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Participantes

La presente investigación es del tipo cuantitativa y de corte transversal, la población objeto del estudio está representada por las alumnas que estudian las Licenciatura en Administración de Empresas y la Licenciatura en Negocios Internacionales en la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad de Autónoma de Coahuila, para calcular la muestra se empleo la formula general para muestras finitas, el total del universo de este estudio corresponde a alumnas inscritas en las carreras en el semestre 2021-1, en Administración de empresas 191 con una muestra de 76 de los cuales 45 corresponden a primero y segundo, 31 al octavo y noveno semestre, en Negocios Internacionales 223 con una muestra de 85 de los cuales 46 corresponden a primero y segundo y 39 a octavo y noveno semestre. Como se presenta en la tabla 1 del tamaño de muestra.

Tabla 1. *Tamaño de Muestra.*

Descripción	Población	Muestra
Total de alumnas inscritas en la Licenciatura de Administración de Empresas (LAE)	191	76
Total de alumnas cursando 1º y 2º semestre LAE	45	36
Total de alumnas cursando 8º y 9º semestre LAE	31	25
Total de alumnas inscritas en la Licenciatura de Negocios Internacionales (LNI)	223	85
Total de alumnas cursando 1º y 2º semestre LNI	46	36
Total de alumnas cursando 8º y 9º semestre LNI	39	30

En la tabla se presenta la población del total y la muestra de las alumnas inscritas en las licenciaturas de Administración de Empresas y de Negocios Internacionales, así como la las que cursan el primer y segundo semestre y el 8º y 9º semestres de cada licenciatura.

Técnica e Instrumento

De acuerdo al objetivo de investigación que es conocer la Intención emprendedora de las estudiantes de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila Para la evaluación de la Intención Emprendedora se emplearon las variables que se mencionan a continuación: creación de empresa propia, ahorro para emprender, tiempo para emprender, apoyos de financiamiento para emprender, oportunidad de negocio y desarrollo de actitudes de emprendimiento.

Para conocer la intención de emprender de las estudiantes de licenciatura se efectuó una investigación de campo en la que se empleó un cuestionario como lo muestra el extracto del cuestionario en la figura 2. En el instrumento se utilizó una escala de Likert (1997) con 7 opciones de respuesta con como se muestra a continuación: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3.

Parcialmente en desacuerdo, 4. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5. Parcialmente de acuerdo, 6. De acuerdo, 7. Totalmente de acuerdo.

Figura 2. *Extracto del cuestionario.*

Perfil actitud para emprender							
Siempre pienso en mi superación y progreso	1	2	3	4	5	6	7
Cuento con las habilidades creativas para encontrar soluciones a los problemas de una manera innovadora	1	2	3	4	5	6	7
Me caracterizo por mi iniciativa y anticipación a las tareas por venir	1	2	3	4	5	6	7
Cuento con las destrezas necesarias para administrar eficientemente una organización	1	2	3	4	5	6	7
Soy práctico al proporcionar soluciones a diversas problemáticas que se me presentan	1	2	3	4	5	6	7
Cuento con la capacidad de tomar decisiones en diversas situaciones profesionales considerando sus factores inmersos	1	2	3	4	5	6	7

Fuente: (Real Perez y Espinoza Valencia, 2021)

En la figura se muestra una sección o extracto del cuestionario que se aplicó a la muestra de las alumnas de las licenciaturas en Administración de Empresas y Negocios Internacionales.

Procedimiento

La información se obtuvo utilizando un instrumento nombrado "El perfil emprendedor de las estudiantes universitarias en México", el cual fue aplicado de manera electrónica a través de un software llamado Google Forms®, obteniendo un total de 127 respuestas, de las cuales 66 pertenecieron a las alumnas de Licenciatura en Negocios Internacionales y 61 correspondieron a las alumnas de Licenciatura en Administración de Empresas, logrando una muestra representativa.

Resultados

Los resultados demuestran que, en las estudiantes en la Facultad de Contaduría y Administración de Monclova, existe un área de oportunidad que permita desarrollar la actitud en la creación de empresas propias, ya que fue la variable con menor percepción en la encuesta con un 75.93%, y la más percibida fue Desarrollo de actitudes de emprendimiento con 78.40%.

A continuación, en la Tabla 2, se exponen los porcentajes de cada una de las variables de la Intención Emprendedora.

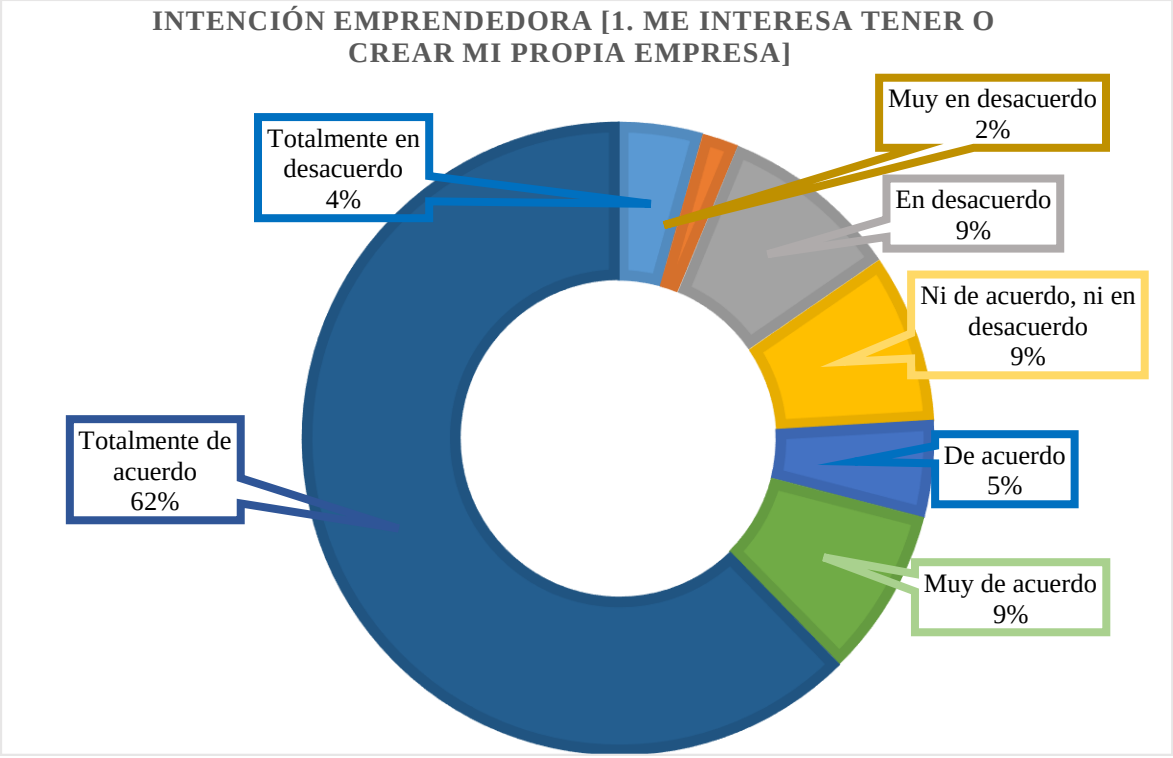
Tabla 2. *Porcentajes de Intención Emprendedora*

Ítem	Variable	Porcentaje de las Estudiantes
1	Creación de empresa propia	75.93
2	Ahorro para emprender	76.54
3	Tiempo para emprender	77.16
4	Apoyos de financiamiento para emprender	77.78
5	Oportunidad de negocio	77.78
6	Desarrollo de actitudes de emprendimiento	78.40

En la tabla se presenta los porcentajes percibidos por las alumnas en cada una de las variables de la intención emprendedora, donde se observa que la intención más aceptada es el desarrollo de la actitud emprendedora y el menos aceptado fue la creación de empresa propia.

La variable con menor porcentaje de aceptación fue la de me interesa crear mi propia empresa, como se muestra en la figura 3 de la intención menos aceptada por las estudiantes de licenciatura.

Figura 3. *Intención menos aceptada*

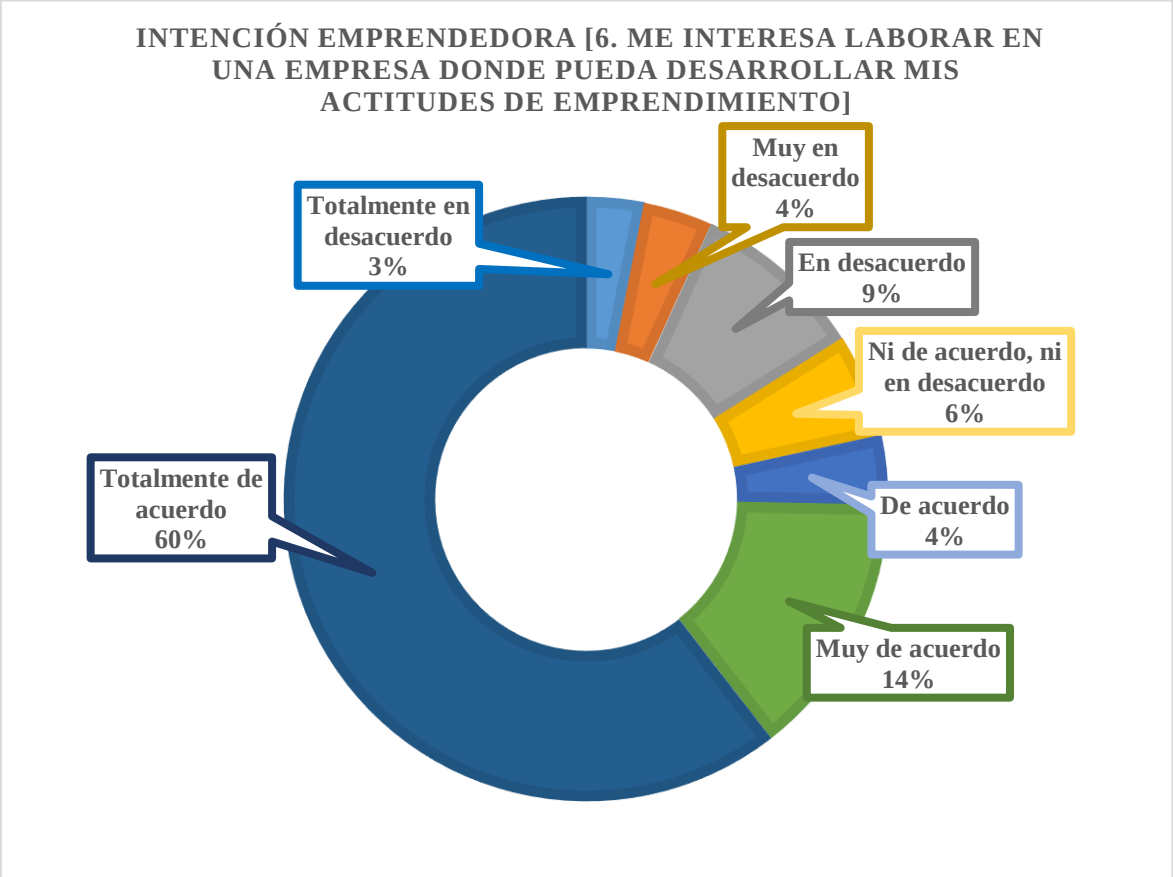


Porcentajes de alumnos percibido de la variable 1 Me interesa tener o crear mi propia empresa, con base a los resultados de las encuestas 2022.

La percepción de las estudiantes sobre la creación de su propia empresa no constituye una prioridad, considerando que no han visualizado la posición que les otorga obtener competencias para dirigir, generar empleos y trabajar de manera independiente, por lo que aquí se presenta un área de oportunidad en la enseñanza universitaria de generar un perfil emprendedor en las mujeres estudiantes para que se fomente en ellas la intención de crear su propia empresa. Para la profesionista el crear una empresa representa un incremento en satisfacción personal y laboral que contribuya a lograr una mejor calidad de vida y esto apoya al desarrollo económico del país y por ende generan fuentes de empleos formales.

La intención más aceptada de las variables de intención emprendedora de las estudiantes encuestadas se presenta en la figura 4.

Figura 4. *Intención más aceptada*



Porcentajes de alumnos percibido de la variable 6 Estoy dispuesto a desarrollar mis actitudes de emprendimiento, con base a los resultados de las encuestas 2022.

El estudio de una carrera universitaria constituye un proceso de formación y de maduración de las estudiantes, en este proceso las actividades contenidas dentro de los programas de la materia de emprendedor van encaminadas a generar la intención de crear su propia empresa, el objetivo es sembrar la inquietud en las estudiantes de iniciar su empresa y a la vez generen fuentes de empleo. Sin embargo, la percepción de las estudiantes sobre este ítem muestra que les interesa más laborar en una empresa donde pueda desarrollar sus actitudes de emprendimiento adquiridas.

Discusión de resultados

Tomando en consideración el resultado generado en la presente investigación se deben adoptar las medidas necesarias que ayuden a formar un perfil con intención emprendedora en las alumnas de la

licenciatura en Administración de Empresas y Negocios Internacionales de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte de la Universidad Autónoma de Coahuila. Una propuesta es que las Instituciones de Educación Superior, rediseñen sus programas educativos para brindar a las estudiantes los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desarrollar un perfil con intención emprendedora, ya que como muestran los resultados la variable con menor aceptación fue la de crear su propia empresa, es decir no tienen interés en tener su negocio, sino todo lo contrario pues la variable con la mayor aceptación es que les interesa laborar en una empresa donde puedan desarrollar sus actitudes de emprendimiento, por lo que resulta necesario fomentar el espíritu emprendedor a través de las siguientes acciones en los programas de educativos:

a) Fomentar su espíritu emprendedor**.** Despertar en las estudiantes el pensamiento crítico y la capacidad de reconocer las oportunidades para emprender.
b) Desarrollar la creatividad**.** Utilizar métodos de enseñanza para promover la creatividad a través de fomentar en las estudiantes su ingenio, creatividad e innovación.
c) Instituir espacios de emprendimiento**.** Las universidades proporcionen espacios físicos para que la elaboración de los proyectos a través de incubadoras de negocios.
d) Programas de asesoramiento**.** Los docentes son muy importantes en este proceso, ya que son quienes asesoran a las estudiantes en la realización de sus planes de negocio para sacar el máximo provecho al emprendimiento.
e) Eventos de emprendimiento. La institución realice eventos para que las estudiantes presenten sus proyectos de emprendimiento ante la comunidad o posibles inversionistas.

Existen investigaciones que sugieren involucrar actividades académicas que fortalezcan el potencial detectado y se conviertan en punto de apoyo para apalancar emprendimientos como es el caso de López y Montilla (2012) que refuerzan estos resultados discutidos.

Conclusión

Esta investigación se limitó a las mujeres estudiantes de la Universidad Autónoma de Coahuila de la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Norte que cursan el primero y segundo semestre, así como los últimos dos semestres de las carreras de Licenciado en Administración de Empresas y Licenciado en Negocios Internacionales. Para lo que se midieron las variables señaladas anteriormente para conocer la intención emprendedora de las alumnas universitarias, se encontró que existe un área de oportunidad que permita desarrollar la actitud en la creación de empresas propias, ya que fue la variable menos aceptada en la encuesta con un 75.93%. Con estos resultados se observa que existe debilidad en la creación de su propia empresa prefieren esperar una oportunidad de trabajo

para desarrollar sus actitudes de emprendimiento. Por los resultados obtenidos se puede concluir que las alumnas de la facultad no tienen intención emprendedora, lo que contrapone con los resultados obtenidos en la revisión de la literatura donde los diversos autores señalan en sus estudios que entre mayor nivel de educación se tiene mayor intención de emprender.

La propuesta para solucionar esta situación que se está presentando en las estudiantes es que se rediseñen sus programas educativos para que promueva la innovación y el emprendimiento en sus estudiantes, de manera que sean capaces de desarrollar negocios creativos y afrontar los nuevos retos.

Referencias

Almanza, R. C. (2017). Retos del emprendedor en México. *Vol. 17*. (Núm 1.), Pág. 55-64. https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/710/667

Alvites - Huamaní, C. G. (2020). Factores personales y psicológicos que influyen en la Intención Emprendedora en estudiantes de la Universidad de Panamá. *Lex, XVIII*((25)), 411-436.

Arellano, B. C. (2018). *Facultad de Ciencias Empresariales. Administración y Emprendimiento*.

Baron, A. &. (2008). Entrepreneurship, a process perspective. 479.

Bretones, F. &. (2018). Actitudes hacia el emprendimient: el caso de estudiantes universitarios Chilenos y Españoles. *Revista de Economia Publica, Social y Cooperativa* , 11-30.

Casimiro, H. C. (2019). Competencias de emprendimiento empresarial en estudiantes universitarios. Vol. 11 Núm. 5.

Castro-Sánchez, M. &.-B. (2022). Emprendimiento y cambios actuales. *VinculaTégica Efan*, 59-68.

Elizundia Cisneros, M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de genero. *Contaduría y administración*, 468-485.

Elizundia Cisneros, M. E. (2015). Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de genero. *Contaduria y Administración*, 468-485.

EUROPEAS, C. D. (2003.). *Libro Verde, el EspírituEmpresarial en Europa.* Bruselas, Bélgica.

Gutiérrez, a. a. (2021). Marco teórico. En I. e. Real Pérez, *Análisis de la actitud emprendedora en México como aportación social:principales hallazgos en estudiantes universitarios de administración y contaduría.*

Gutiérrez-Mora, X. A.-M.-L.-B. (2021). El perfil psicológico del emprendedor y su proyección ante tiempos de crisis. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria), 6*(1), 76-90. https://doi.org/https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.429

Helfat, e. (2006). The pipeline to the top: Women and men in the top executive ranks of US corporations. *Academy of Management Perspectives*, 42-64.

Hémbuz, G. S. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: Una aproximación teórica. *Boletín Redipe*, 166-180.

Hernández, R. F. (2010). *Metodología de la investigación* (4ta edición ed.). McGraw-Hill México.

Likert, R. (1997). *The human organization: Its Management and value.* . New York: McGraw Hill. .

López, W. &. (2012). Potencialidad emprendedora de los estudiantes de Administración del NURR–ULA. *Visión Gerencia*, 79-102.

López, W., & Montilla, M. (2012). Potencialidad emprendedora de los estudiantes de Administración del NURR–ULA. *Visión Gerencial*(núm. 1), 79-102.

Mendieta-Andrade, P. E. (2023). Aspectos destacados del emprendimiento en los jóvenes estudiantes universitarios desde la revisión teórica. *Vinculategica Efan*, 117-131.

Morales, G. S. (2010). El emprendedor académico: su perfil y motivaciones para convertirse en empresario. *Tec Empresarial., Vol. 4* (Num.2), 9-20.

Özsungur, F. (2019). A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province. *Women's Studies International Forum*, 114-126.

Özsungur, F. (2019). Una investigación sobre la motivación emprendedora de las mujeres: Muestra de la provincia de Adana. *Foro internacional de estudios de la mujer*, 114-126.

Paredes, e. a. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 158-167.

Pereira, F. (2007). "La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista" . *uadernos de Administración*, 11-37.

Real Perez, I., & Espinoza Valencia, F. e. (2021). *Análisis de la actitud emprendedora en México como aportación social: principales hallazgos en estudiantesuniversitarios de Administración y Contaduría.* Puebla: Editorial Incunabula.

Sánchez Cañizares S.M., R.-G. P. (2015). Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI), Vol. 4*, Pág. 41-50.

Sánchez-Cañizares S.M. & Rodríguez-Gutiérrez, P. (2015). Fomento del emprendimiento universitario mediante la innovación docente en la asignatura Creación de Empresas. *International Journal of Educational Research and Innovation (IJERI), Vol. 4*, Pág. 41-50.

Serio, M. (2021). MUJERES EMPRENDEDORAS EN AMÉRICA LATINA: EL NIVEL EDUCATIVO Y LA PROBABILIDAD DE EMPRENDER. *Ecos de Economía*, 1-27.

Toca, T. C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento:explorando nuevos ambitos y posibilidades. (E. (SCIELO, Ed.) *Estudios Gerenciales*.

Weicht, R. (2018). *Education systems can stifle creative thought. Here´s how to do things differently.* Ginebra, Suiza: World Economic Forum.

Inclusión educativa universitaria: Caso estudiantes con trastorno espectro autista (TEA)
(University educational inclusion: Case of students with autism spectrum disorder (ASD))

Norma Martínez Alvarez[1]; Leticia Martínez López[2]

[1] *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración (México)*
norma.martinezal@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0002-1081-1523
[2] *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración (México)*
leticia.martinezlp@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0002-6474-0986

Información revisada por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-400

Resumen

El objetivo del estudio fue conocer las percepciones sobre inclusión educativa en estudiantes con trastorno del espectro autista (TEA) en el ingreso y permanencia a una institución pública de educación superior en el período agosto - diciembre 2022. Se realizó una investigación cuantitativa, descriptiva, transversal con un diseño no experimental, muestreo no probabilístico por conveniencia. Se integró el objeto de estudio con 11 estudiantes, que reunieron los criterios de selección. El instrumento utilizado fue el cuestionario, elaborado ad hoc para el estudio, cuenta con 26 ítems y tres dimensiones: institución, ingreso y permanencia en la universidad. Los resultados indican que los estudiantes (TEA) tienen una percepción favorable respecto a la inclusión educativa de la institución y en la dimensión ingreso cuenta con procesos y procedimientos incluyentes pero sus políticas inclusivas tienen poca visibilidad. En la dimensión permanencia la principal dificultad fue la comprensión comunicativa con los docentes que afecta los resultados académicos. Es relevante destacar la capacidad de resiliencia de los estudiantes para incorporarse y en su permanencia en el ámbito de educación superior. Se concluye que se requiere mayor difusión de las políticas para fortalecer la extensión de la cultura y las prácticas inclusivas en toda la comunidad universitaria.

Palabras clave: **"***Inclusión educativa", "Resiliencia" y "Trastorno espectro autista" (TEA).*
Códigos JEL: I21, I23, I24

Resumen

The objective of the study was to know the perceptions of educational inclusion in students with autism spectrum disorder (ASD) upon admission and permanence in a public higher education institution in the period August - December 2022. A quantitative, descriptive, cross-sectional investigation was carried out. with a non-experimental design, non-probability sampling for convenience. The object of study was integrated with 11 students, who met the selection criteria. The instrument used was the questionnaire, elaborated ad hoc for the study, it has 26 items and three dimensions: institution, admission and permanence in the university. The results indicate that students (TEA) have a favorable perception regarding the educational inclusion of the institution and in the income dimension it has inclusive processes and procedures but its inclusive policies have little visibility. In the permanence dimension, the main difficulty was communicative understanding with teachers that affects academic results. It is relevant to highlight the resilience of students to join and in their permanence in the field of higher education. It is concluded that greater dissemination of policies is required to strengthen the spread of culture and inclusive practices throughout the university community.

Keywords: "*Educational inclusion", "Resilience" and "Autism spectrum disorder" (ASD).*
JEL Codes I21, I23, I24

Introducción

La inclusión educativa de acuerdo a es un reto vigente en las universidades pues busca garantizar el acceso y permanencia de todas las personas en el sistema educativo, con especial énfasis en las poblaciones marginadas, en un entorno de respeto y atención a las diferencias, de tal forma que garantice el derecho a la educación de los grupos en situación de vulnerabilidad generando condiciones de equidad y justicia social.

Diversos estudios concuerdan en que la educación inclusiva es una necesidad en progreso, porque la diversidad es un hecho en aumento en todas las aulas desde los niveles escolares básicos hasta la universidad y supone un desafío y a la vez una oportunidad de aprender y mejorar para toda la comunidad académica. (Cruz, 2016; Delgado-Sanoja y Blanco-Gómez, 2016; Medina, 2018).

La inclusión educativa tiene su origen en iniciativas de organismos de nivel mundial como la UNESCO, ONU, OCDE y OMS, quienes han propuesto el reto en el ámbito educativo de garantizar una educación de calidad para todos y responder a las necesidades de los estudiantes de inclusión educativa. Entre la diversidad se encuentran los jóvenes con Trastorno de Espectro Autista (TEA) con una cuota de ingreso creciente en las instituciones de educación superior. (UNESCO, 2005).

La Organización de la Naciones Unidas (ONU, 1948) en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, hace referencia al derecho a la educación que tienen todas las personas, que en los niveles básicos será gratuita y obligatoria, en el nivel técnico tendrá carácter generalizado y en el nivel superior se ofrecerá igual para todos a consideración de los méritos. Se busca el pleno desarrollo del ser humano y fortalecer sus derechos como individuos, así como su libertad.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico en la Conferencia Internacional de Educación establece que para lograr la conformación de una sociedad incluyente debe enfocarse hacia dos dimensiones: la igualdad de oportunidades; y la inclusión. De esta manera, se construirá una educación que brinde las mismas oportunidades a todos y no relegue a nadie.

Según, la inclusión significa abrir un espacio en las instituciones educativas donde todas y todos tengan cabida, construyendo una colectividad abierta a la diversidad de personas que la integran. Teniendo como eje principal el aspecto social y la convivencia estudiantil, normando la vida de la comunidad académica estableciendo procedimientos remediales cuando las normas se transgredan.

Para lograr una inclusión educativa en las instituciones de educación superior según Herdoiz, (2015) se deben superar los retos: Accesibilidad para facilitar la integración práctica de las personas con discapacidad a la vida universitaria; Adaptaciones formativas, brindar una oferta académica con metodologías de aprendizaje apropiadas; Generación de una cultura inclusiva, creación de instancias

para ofrecer apoyo y vigilancia contra toda forma de discriminación y respeto a las personas vulnerables.

El Trastorno del espectro autista se remonta a los años cuarenta con Leo Kanner y Hans Asperger cada uno realizaba estudios sobre el tema, ambos llevaron a cabo investigaciones, trabajaron con niños con desarrollo neurológico atípico, ya se hablaba del término psicopatía autística, coincidieron en que presentaban características patológicas como: alta capacidad cognitiva, dificultad para la socialización, el lenguaje y conductas rutinaria. (Sánchez, et. al., 2022).

Lorna Wing le da continuidad al tema autismo incluye otro término "espectro" ya que existía variedad y niveles de gravedad en el trastorno de autismo infantil precoz y ella lo nombra síndrome de asperger en honor a Hans Asperger, para los años ochenta el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSM III) de la Asociación Psiquiátrica Americana (APA) lo considera dentro de los trastornos del desarrollo generalizado y es nombrado como actualmente se le conoce trastorno del espectro autista (Martín,2019)

La Organización Mundial de la Salud (OMS) estableció el manual de Clasificación Internacional de Enfermedades (CIE 1990 - 2018), que en su última edición realiza cambios en la terminología, coincidiendo con el DSM V al pasar del trastorno generalizado del desarrollo al trastorno del espectro autista considerándolo como una condición de vida, la cual se encuentra con dos dimensiones: Dificultades de interacción y comunicación social; e intereses restringidos y conductas repetitivas (Grosso, 2021).

La condición TEA según Segers, Bravo y Villafuerte (2018) enfrenta desafíos que lo obliga a demostrar su capacidad de resiliencia, al afrontar las adversidades de ser parte de los grupos vulnerables y las que se le presentan al incorporarse y mantenerse en el ámbito de la educación superior, con su dificultad de interacción social y de comunicación, requiere apoyo por parte de la comunidad educativa.

Por los desafíos expuestos de inclusión educativa en la universidad, el objetivo del presente estudio es conocer la percepción sobre la inclusión educativa en los estudiantes con trastorno del espectro autista (TEA), en el ingreso y la permanencia en una institución de educación superior en el período agosto – diciembre 2022.

Marco teórico

Perspectiva global de la inclusión educativa

En la Conferencia Internacional de Educación (2008) la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) estableció que para lograr la conformación de una sociedad

incluyente debe enfocarse hacia dos aspectos: el primero es sobre la igualdad de oportunidades, en donde el género, las condiciones socioeconómicas y el origen étnico no deben implicar obstáculos para desarrollar el potencial educativo, y el segundo es la inclusión, en la que todos los individuos aprendan a leer, escribir y contar. De esta manera, se construirá una educación que brinde las mismas oportunidades a todos y no relegue a nadie.

La Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2005), celebró la Conferencia Mundial de Educación para Todos, donde los dirigentes de diversos países del mundo enfrentaron el desafío de solucionar el problema de la exclusión.

Una de las encomiendas expuestas fue la generalización del acceso a la educación básica mediante medidas metodológicas para minorizar las segregaciones y las discriminaciones en el aprendizaje de los colectivos en situación de vulnerabilidad. Se recomendó prestar especial atención a las necesidades básicas de aprendizaje de las personas con discapacidad y garantizar la igualdad en el acceso a la educación.

La ONU (2006) en la Convención sobre los Derechos para las personas con discapacidad y protocolo facultativo tuvo como propósito… “promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales por todas las personas con discapacidad, y promover el respeto de su dignidad inherente. Se consideró a las personas con discapacidad que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones”. (p. 96).

Según Guamán, et. al., (2020) los efectos de la discriminación en el entorno académico no solo perjudican el proceso de enseñanza aprendizaje sino también … “el aspecto psicológico en los rasgos relacionados con la autoestima, la motivación, el carácter y el temperamento, que identifican a cada persona. Por tanto, se ven deprimidas las posibilidades y potencialidades del estudiante discriminado, sus relaciones interpersonales, familiares y humanas en general, sus hábitos alimentarios, alteraciones del sueño y comportamientos, lo que conduce inevitablemente al fracaso escolar”. (p. 32).

Inclusión en las Instituciones de Educación Superior (IES)

Los jóvenes universitarios tienen conciencia de las diferencias que existen entre cada estudiante y que, si se considera a la institución como un escenario de socialización, se debe promover la cultura inclusiva basada en el respeto, la aceptación a la diversidad, eliminación de la discriminación y apoyo a la igualdad de oportunidades y derechos educativos de los grupos vulnerables.

En México, la Secretaría de la Educación Pública (SEP, 2017), manifestó su postura referente a la educción inclusiva donde estableció que… “el sistema escolar debe adaptarse a las necesidades

de todos los alumnos y simultáneamente reconocer sus distintas capacidades, ritmos y estilos de aprendizaje, sin distinción de ningún tipo, contribuyendo por esa vía a enfrentar los procesos de exclusión social que afectan a los grupos y personas en situación de desventaja social". (p. 24)

La Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión publicó la Ley General de Educación Superior en el Diario Oficial de la Federación. Entre los objetivos de la Ley se encuentran: "Establecer las bases para dar cumplimiento a la obligación del Estado de garantizar el ejercicio del derecho a la educación superior; y contribuir al desarrollo social, cultural, científico, tecnológico, humanístico, productivo y económico del país, a través de la formación de personas con capacidad creativa, innovadora y emprendedora con un alto compromiso social que pongan al servicio de la Nación y de la sociedad sus conocimientos". (p.7)

La Ley General de Educación Superior pretende: El desarrollo integral de la persona, formando profesionistas visionarios en las áreas científicas, tecnológicas y humanas que se comprometan con el desarrollo de México y la sociedad, promover el aprendizaje continuo a lo largo de la vida, potenciar las habilidades del manejo de la TIC, facilitar la incorporación al mundo laboral y productivo, mantener y difundir los valores culturales.

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2012) en el documento Inclusión con Responsabilidad Social presenta como propuesta: "Impulsar y dar soporte a un nuevo modelo de desarrollo económico incluyente, en el cual el conocimiento sea la base de una economía productiva, dinámica y competitiva del mejoramiento sostenido del bienestar de todos los mexicanos". (p.97)

Características del Trastorno Espectro Autista

La Organización Mundial de la Salud (OMS,2022) indica que… "los trastornos del espectro autista (TEA) son un grupo de afecciones caracterizadas por algún grado de alteración del comportamiento social, la comunicación, el lenguaje, y por un repertorio de intereses, actividades restringidas, estereotipadas y repetitivas". (p. 92).

Para Kanner y Asperger los pacientes TEA mostraban las características de deficiencia social y de comunicación, así como actividades obsesivas, afición a la rutina y miedo al cambio; los estudiantes TEA también pueden tener diferentes problemas relacionados con los déficits nucleares en la función ejecutiva, coherencia central débil, comunicación verbal y no verbal, Intereses restringidos y tics o movimientos estereotipados. Ver tabla 1

Tabla 1. *Manifestaciones del autismo*.

Manifestaciones	Características
Deterioro en las interacciones sociales	Los pacientes pueden mostrar o no afecto al interactuar socialmente. Los pacientes pediátricos de edad más grande a menudo no apuntan cosas, en su lugar utilizan el contacto visual. Presentan falta de interés social, con ausencia de amigos acorde a su edad o preferir jugar solos.
Deterioro en la comunicación	En la primera infancia, algunos niños no balbucean y no pueden compensar este déficit de lenguaje con expresiones faciales o gestos. Ecolalia inmediata o retardada. Preocupación por partes específicas de los juguetes. El comportamiento es restringido, repetitivo con intereses estereotipados (No cambian de juguetes u objetos).
Deterioro en patrones de comportamiento e intereses restringidos y repetitivos	Pueden demostrar comportamientos atípicos e impulsivos como gestos inusuales con los objetos y conductas autolesivas. Repiten la misma pregunta varias veces, con independencia de la respuesta o participan en juegos repetitivos. Presentan preocupación por su entorno familiar, escolar o rutinas.

Fuente: Tomada de Velázquez, L., Moo, C., Meléndez, E., Magriñá, J., & Méndez, N. (2017)

El término "trastorno" hace alusión a las dificultades que algunas personas presentan, desde el área crónica hasta los aspectos atípicos del funcionamiento intelectual, conductual y la evolución de su proceso bio-psico-social. Los TEA, según el DSM-V, forman parte del Trastorno del Desarrollo Generalizado (TDG). Presentan trastornos complejos del desarrollo cerebral que afectan o dificultan su área cognitiva, emocional y conductual (Grosso, 2021).

Palma et. al., (2016) plantea que los estudiantes TEA que viven situaciones estresantes o discriminativas desarrollan la resiliencia que es la capacidad de sobreponerse a las adversidades. Es relevante destacar su capacidad de resiliencia tanto para incorporarse como para su permanencia en el ámbito de educación superior. Realizar investigación en resiliencia es útil debido a que permite: Conocer los recursos psicológicos que poseen los estudiantes (TEA) para salir adelante en el contexto universitario; y promover la prevención de riesgos. Pues no basta con estudiar la adversidad si no hay prevención.

Método

La investigación constituye un estudio cuantitativo, descriptivo y transversal, ya que se efectúo en un tiempo determinado periodo Agosto – Diciembre de 2022, en una solo medición. El diseño fue no experimental pues solo se basó en la observación de los hechos sin manipular variables. (Hernández-Sampieri, et. al., 2014).

Participantes

El criterio de participación estuvo integrado por las características siguientes: ser estudiante

universitario con Trastorno del Espectro Autista (TEA) en distintos semestres de su trayectoria académica en las carreras de Licenciado en Administración (L.A.), Contador Público (C.P.), Licenciado en Tecnologías de la Información (L.T.I) y Licenciado en Negocios Internacionales (L.N.I.). durante el periodo Agosto – Diciembre de 2022 en una Institución Pública de Educación Superior.

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia para quienes aceptaron participar de forma voluntaria. Se integró el grupo objeto de estudio con 11 estudiantes, de sexo masculino que reunieron los criterios de selección. Ver Tabla 2.

Tabla 2. *Características de los participantes.*

Código	Carrera	Semestre
ETEA 01	Licenciado en Administración	Décimo
ETEA 02	Licenciado en Negocios Internacionales	Tercero
ETEA 03	Licenciado en Tecnologías de la Información	Noveno
ETEA 04	Licenciado en Tecnologías de la Información	Tercero
ETEA 05	Licenciado en Administración	Primero
ETEA 06	Licenciado en Tecnologías de la Información	Noveno
ETEA 07	Licenciado en Negocios Internacionales	Quinto
ETEA 08	Contador Público	Séptimo
ETEA 09	Licenciado en Negocios Internacionales	Sexto
ETEA 10	Licenciado en Administración	Quinto
ETEA 11	Licenciado en Tecnologías de la Información	Segundo

Se compartieron consideraciones éticas de acuerdo a Liampottong (2010) para protección de los participantes en procesos de investigación, informando los fines del estudio y se garantizó el anonimato, la confidencialidad y el uso responsable de la información. Se obtuvo el consentimiento firmado de los participantes.

Técnica e Instrumento

La técnica que se empleó en este estudio fue la encuesta y como instrumento el cuestionario definido por (Hernández-Sampieri, et. al., 2014). como un tipo de encuesta que se realiza de forma escrita, conteniendo reactivos a los indicadores de una o más variables a medir y sus alternativas de respuesta. El cuestionario fue diseñado ad hoc para este estudio, contiene 26 ítems de respuesta binaria y múltiple en base a las dimensiones e indicadores de medición de la variable en estudio. (Hernández-Sampieri, et. al., 2014). Ver tabla 3.

Tabla 3. *Percepción de Inclusión Educativa en la Universidad*

Dimensión	Indicadores	Ítems
Datos demográficos	Carrera, Semestre, Sexo, Edad, Promedio.	1, 2, 3, 4, 5
Institución	Institución	6, 26
	Maestros	23, 25
	Compañeros	10, 24
Ingreso	Proceso de Admisión	9
	Equidad Procedimental	7
	Políticas Inclusivas.	8
Permanencia	Interacción Social	11, 12, 13,22
	Comunicación	14, 15, 16. 17
	Apoyo al Desarrollo	18, 19, 20, 21

Los ítems del instrumento se sustentaron en las teorías referidas en este estudio y fueron sometidos a la revisión de tres expertos del área, quienes revisaron la redacción y la pertinencia de cada uno con respecto al objetivo y dimensiones, resolviendo que el instrumento mide la variable y los indicadores establecidos. (Hernández-Sampieri, et. al., 2014).

También se realizó una prueba piloto para comprobar la confiabilidad del instrumento y se aplicó el método Coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach que dio como resultado un coeficiente de confiabilidad de 0.840 que demuestra una alta confiabilidad del cuestionario de acuerdo a (Hernández-Sampieri, et. al., 2014).

Procedimiento

El acopio de la información se realizó en línea a través del formulario Google Form, con la participación voluntaria de los estudiantes que cumplieron con los criterios de selección y de forma anónima. El tiempo de respuesta osciló entre 10 y 12 minutos.

Posteriormente se emplearon procedimientos estadísticos para el ordenamiento, clasificación, presentación y estudio de datos, construyendo tablas que permitieron visualizar los resultados a través de Excel 2016.

Resultados

El análisis cuantitativo consistió en hacer las mediciones de acuerdo a las dimensiones e indicadores del cuestionario aplicado, en busca de la percepción de Inclusión Educativa en estudiantes universitarios con trastorno del espectro autista en una institución pública de educación superior. A continuación, se presentan los datos demográficos de los participantes. Ver Tabla 4.

Tabla 4. *Datos demográficos de los estudiantes universitarios (TEA) participantes*

Carrera	Semestre	Frecuencia	%
L. A.	1, 5, 10	3	27
C. P.	7	1	10
L.T.I.	2,3,9,9	4	36
L.N.I.	3,5,6	3	27
Total		11	100

De acuerdo a los descriptivos se puede observar que la carrera que tiene mayor frecuencia de estudiantes TEA es la de L.T.I., con un 36%, seguida por la carrera de L.A. y L.N.I. con un 27% en ambos casos y finalmente la carrera de C.P. con un 10%.

A continuación, los descriptivos de la variable Inclusión educativa a través de la percepción de estudiantes con TEA. Ver Tabla 5.

Tabla 5. *Percepción de inclusión educativa*

Indicador	N	%	Media	DT
INSTITUCIÓN	22	90	0.91	0.2942
MAESTROS	22	73	0.73	O.4558

En la tabla 5 se puede observar que el 90% de los estudiantes TEA consideran que la Institución cuenta con Inclusión Educativa, en la desviación estándar (DT) la dispersión de la respuesta se ubicó en 0.2942, esto significa una aceptable uniformidad, confirmando así la credibilidad de la frecuencia. La percepción de los maestros es que son incluyentes en un 73%, con una desviación típica de 0.4558 y los compañeros se perciben como incluyentes en un 45% lo cual muestra una desviación estándar de 0.5096.

Tabla 6. *Percepción del ingreso e incorporación a la universidad*

Indicador	N	%	Media	DT
PROCESO DE ADMISIÓN	11	90	0.91	0.3015
EQUIDAD PROCEDIMENTAL	11	90	0.91	O.3015
POLÍTICAS INCLUSIVAS	11	36	0.36	0.5045

En la tabla 6 se puede observar que la Percepción de inclusión en el ingreso e incorporación a la universidad es muy favorable presentando tanto el proceso de admisión como la equidad procedimental una percepción del 90% con una desviación típica de 0.3015 y las políticas inclusivas sólo tienen visibilidad para el 30% con una desviación estándar del 0.5045.

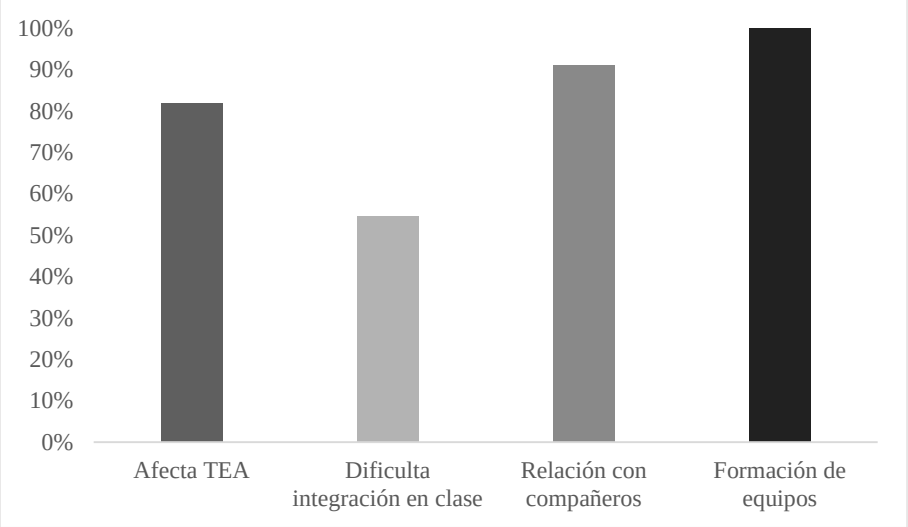
Tabla 7. *Percepción de la permanencia en la universidad*

Indicador	N	%	Media	Ds
INTERACCIÓN SOCIAL	44	84	0.84	0.3700
COMUNICACIÓN	44	52	0.52	O.5053
APOYO AL DESARROLLO	44	68	0.68	0.4712

En la tabla 7 la percepción de la interacción social es de un 84% con una desviación típica del 0.3700, que indica que la dispersión de las respuestas se ubica en una aceptable uniformidad de los resultados, confirmando así la credibilidad de la frecuencia. En seguida el apoyo al desarrollo con un 68% y desviación estándar de 0.4712, siendo la comunicación el indicador más débil con un 52% y desviación de 0.5053.

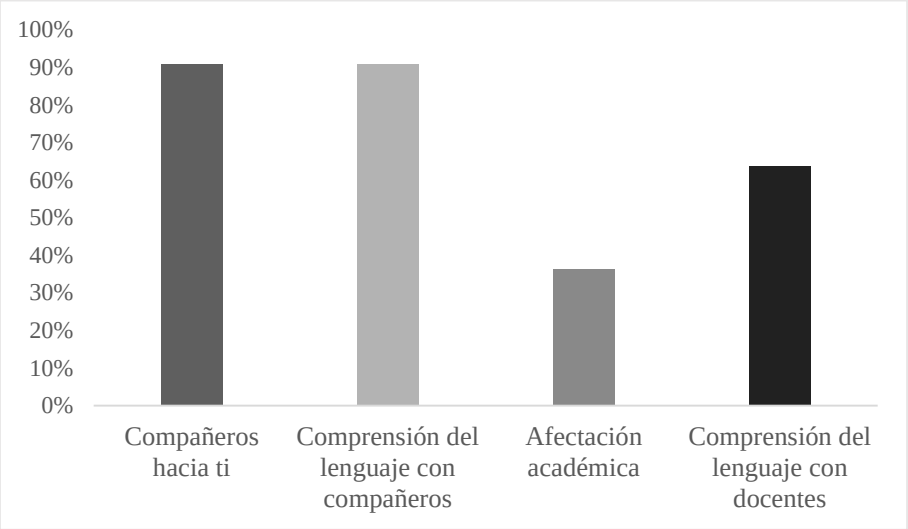
Siendo la dimensión permanencia en la universidad, el mayor reto para los estudiantes TEA, de acuerdo a Pérez-Castro (2019) a continuación presentamos las tendencias de los parámetros de cada indicador de esta dimensión. Ver Gráfica 1.

Gráfica 1. *Tendencia de parámetros del indicador interacción social*



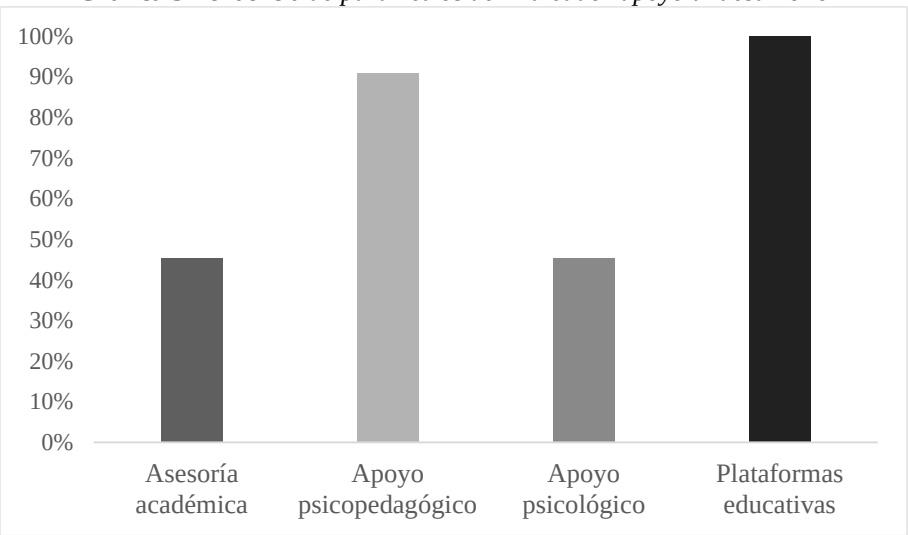
La gráfica 1 muestra de acuerdo a la percepción de los participantes la tendencia en los parámetros del indicador Interacción social como sigue: Formación de Equipos 100%, la relación con los compañeros es buena según el 91%, pero su condición TEA afecta las relaciones 82% y se les dificulta la integración en el salón de clase en un 55%.

Gráfica 2. *Tendencia de parámetros del indicador comunicación*



La gráfica 2 muestra de acuerdo a la percepción de los participantes la tendencia en los parámetros del indicador Comunicación como sigue: La comunicación de los compañeros hacia el estudiante TEA y la comprensión de su lenguaje es alta en un 91%, la comprensión por los docentes un 64% y un 36% percibe que los problemas de comunicación tienen una afectación académica.

Gráfica 3 Tendencia *de parámetros del indicador apoyo al desarrollo*



La gráfica 3 muestra de acuerdo a la percepción de los participantes la tendencia en los parámetros Apoyo al Desarrollo del estudiante como sigue: Plataformas educativas 100%, Apoyo psicopedagógico 91%, Apoyo psicológico 45% y Apoyo académico 45%.

Discusión

El objetivo, conocer la percepción de inclusión educativa de los estudiantes (TEA) en el ingreso y permanencia en una institución pública de educación superior, los resultados indican que la Institución muestra inclusión educativa, contando con procesos inclusivos de ingreso y equidad en sus procedimientos, pero poca visibilidad de sus políticas inclusivas. En la permanencia la dificultad fue la comprensión comunicativa con los docentes que afecta los resultados académicos. Se concluye que se requiere mayor difusión de las políticas para fortalecer la extensión de la cultura y las prácticas inclusivas en toda la comunidad universitaria.

Los resultados coinciden con el estudio realizado por Bravo y Santos (2019) en la percepción favorable de los estudiantes universitarios de inclusión educativa en su institución y la percepción de la necesidad de consolidar una cultura, políticas y prácticas inclusivas que favorezcan la construcción de una universidad inclusiva para una sociedad incluyente.

Desde su origen a finales del siglo XX, la inclusión educativa ha ido sufriendo reformas de diferentes leyes y normativas con el objetivo de diseñar y elaborar planteamientos que la favorezcan; sin embargo, la inclusión educativa aún espera lograr un impacto pasando de la teoría a la práctica educativa real en las aulas. (Sánchez, et.al., 2022).

El compromiso de las instituciones de educación superior es brindar un proceso de enseñanza – aprendizaje de calidad el cual enmarque una educación inclusiva cumpliendo con lo establecido en las normas y acuerdos internacionales (OCDE, ONU, UNESCO), las nacionales (SEP, ANUIES) quienes establecen educación de calidad para todos (Martínez y Martínez, 2022)

Coincidimos con Echeita y Ainscow, (2011) y Blanco, (2008), en que la inclusión educativa no es una tarea fácil, al contrario, es un proceso que se tiene que ir construyendo entre los diferentes actores de la institución y otros actores externos como autoridades y organizaciones locales, nacionales e internacionales que trabajen a favor de la inclusión de estudiantes de grupos vulnerables.

Plancarte (2017) indica que… “la inclusión educativa actualmente tiene un enfoque más amplio al tomar en cuenta el acceso equitativo de todas las personas a una educación de calidad sin que exista para ellas ningún tipo de discriminación”. (p. 64). La inclusión responde a la diversidad de características de los estudiantes universitarios. (Bravo y Santos, 2019).

De acuerdo con Pérez (2019) Ingresar a la universidad … “es un proceso complejo para la mayoría de los alumnos. Los estudiantes (TEA) suelen tener mayores dificultades, dado que requieren un mayor esfuerzo para cumplir con las exigencias académicas y al mismo tiempo contrarrestar el impacto de las barreras a lo largo de su permanencia universitaria”. (p. 86).

Palma et al., (2016) plantea que los estudiantes vulnerables que viven situaciones estresantes o

discriminativas desarrollan la resiliencia que es la capacidad de sobreponerse a las adversidades. Realizar investigación en resiliencia en este tema es útil debido a que permite: Conocer los recursos psicológicos que poseen los estudiantes (TEA) para salir adelante en el contexto universitario; y promover la prevención de riesgos. Pues no basta con estudiar la adversidad si no se contempla la prevención.

"Construir instituciones incluyentes no es un proceso sencillo, ni lineal se requiere planificar los apoyos, valorar sus impactos a través del acopio de evidencias y de desarrollar una cultura que considere la diversidad de los estudiantes de manera positiva". (Ainscow, 2012, p. 86).

Compartimos la conceptualización de Reyes y Colquepisco (2020), de que… "la inclusión educativa da a conocer una filosofía de vida sobre el derecho que tienen todas las personas a una educación con calidad y de oportunidades". (p. 45).

La inclusión educativa tiene que ver con los derechos de las personas, por lo tanto, es una responsabilidad de las instituciones de educación superior poner este tema en la discusión prioritaria de las agendas de las autoridades universitarias. (Castro, 2023), para buscar soluciones y realizar esfuerzos que permitan el desarrollo de una cultura incluyente.

Las limitaciones de este estudio consistieron en que se aplicó la investigación en una sola sede y la muestra analizada fue muy reducida, por lo cual debería ser ampliada y combinada con la aplicación de otras estrategias metodológicas y estudios longitudinales que puedan establecer relaciones entre la variable inclusión educativa y los diferentes actores de la comunidad universitaria. Consideramos lo anterior como perspectiva de investigaciones futuras que permitan enriquecer la literatura de este tema de estudio.

Referencias

Ainscow, M. (2012) Haciendo que la escuela sea más inclusiva: lecciones a partir del análisis de la investigación internacional. Revista de Educación Inclusiva. 5(1) 39-49.

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2012). Inclusión con responsabilidad social. Una nueva generación de políticas de educación superior. México. Disponible en: http://crcs.anuies.mx/wp-content/uploads/2012/09/Inclusion-con-responsabilidad-social-ANUIES.pdf

Blanco, R. (2008) Haciendo efectivo el derecho a una educación de calidad sin exclusiones. Revista Colombiana de Educación (54), 14-35.

Bravo Mancero, P., & Santos Jiménez, O. (2019). Percepciones respecto a la atención a la diversidad o inclusión educativa en estudiantes universitarios. *Sophia, colección de Filosofía de la Educación*, (26), 327-352.

Bravo, P., Santos, O. (2019) Percepciones respecto a la atención a la diversidad o inclusión educativa en estudiantes universitarios. Sophia, num. 26. Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador. ISSN:1390-8626. Pp 327-352.

Castro Monge, E. (2023) Factores a considerar para una educación a distancia inclusiva. ACADEMO, vol. 10, núm 1. Universidad Americana Paraguay. ISSN:2414-8938.

Cruz, R. (2016). Discapacidad y Educación Superior: ¿Una cuestión de derechos o buenas voluntades? Revista de Investigación Educativa. (23), 1-23.

Delgado-Sanoja, H. y Blanco-Gómez, G. (2016). Inclusión en la educación universitaria. Las palabras y experiencias detrás del proceso. Revista Electrónica Educare. 20(2) 1-18.

Echeita, G. y Ainscow, M. (2011) La educación inclusiva como derecho: marco de referencia y pautas de acción para el desarrollo de una revolución pendiente. Tejuelo (12), 26-46.

Grosso, M. L. (2021). El autismo en los manuales diagnósticos internacionales: cambios y consecuencias en las últimas ediciones. Revista Española de Discapacidad, 9(1), pp. 273-283

Guamán Gómez, V. J., Serrano Polo, O. R., & Sánchez Barreto, X. R. (2020). La discriminación en los salones de clase. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas, 3(1), 191-195

Herdoíz Magdalena (2015) Construyendo Igualdad en la Educación Superior. Fundamentación y lineamientos para transversalizar los ejes de igualdad y ambiente 1ª ed. – Quito: Senescyt/Unesco.

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., Baptista, P., (2014) Metodología de la Investigación. McGrow Hill Education.

Liamputtong, P. (2010) Performing qualitative cross-cultural research. Cambridge, RU: Cambridge University Press.

Marches, A., Blanco, R., Hernández, L. (2014) Avances y desafíos de la educación inclusiva en Iberamerica. Organización de Estados Iberamericanos.

Martín, Manuel (2019) Autismo diario. Del origen del autismo: Una aproximación histórica

Martínez, N. y Martínez, L. (2022) Diversidad y educación inclusiva en la universidad labor del docente. Revista Vincula Tégica EFAN, Vol. 8 Num. 5. UANL., FACPYA. ISSN: 2448-5101.

Medina, R. (2018) Inclusión y convivencia para prevenir el racismo, la xenofobia y otras formas de intolerancia: uno de los retos principales de nuestro sistema educativo. Ciencia, Técnica y Mainstraming Social. (2), 53-65.

OMS (2022) Autismo. Centro de prensa. Notas descriptivas Organización Mundial de la Salud.https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders

ONU (1948) Declaración Universal de los Derechos Humano. Artículo 26

ONU (13 de diciembre de 2006). Convención sobre los Derechos para las personas con discapacidad y protocolo facultativo.

Palma, O., Soto, X., Barria, C., Lucero, X., Mella, D., Santana, Y., Seguel, E. (2016) Estudio Cualitativo del Proceso de Adaptación e Inclusión de un grupo de estudiantes de educación superior con discapacidad de la universidad de Maagallanes. MAGALLANIA, vol. 44, núm. 2 Universidad de Magallanes. Punta Arenas Chile. ISSN: 0718-0209.

Pérez- Castro, J. (2019) La Inclusión de los estudiantes con discapacidad en dos universidades públicas mexicanas. Innovación Educativa, vol. 19, núm. 79. Instituto Politécnico Nacional, Coordinación Editorial. ISSN: 1665-2673. Pp 145-170.

Plancarte, P.A., (2017) Inclusión educativa y cultura inclusiva. Revista de Educación Inclusiva, vol. 10, núm. 2. ISSN: 1989-4643

Reyes, J. y Colquepisco, N.(2020) La educación superior inclusiva: retos y posibilidades en la Universidad Pública de Lima Sur. International Journal of Latest Research in Engineering and Technology, 6.

Sáchez, S., Perabá, C., Peinado, R. (2022) Inclusión educativa y social de la Internet de las cosas en la neurodiversidad. Texto Livre. Vol. 15, e40507. Universidad Federal de Minas Gerais- UFMG. ISSN:1983-3652.

Secretaría de Educación Pública (2017). Modelo Educativo. Equidad e Inclusión. Primera edición 2017. Recuperado de: http://www.sems.gob.mx/work/models/sems/Resource/12302/1/images/equidad-e-inclusion.pdf.

Segers D., Bravo S., & Villafuerte J. (2018). La resiliencia y estilos de afrontamiento de jóvenes estudiantes con discapacidad. Profesorado, Revista De Currículum Y Formación Del Profesorado, 22(4), 463-487.

UNESCO (2005). Guidelines for inclusion. Ensuring access to education for all. [Orientaciones para la inclusión. Asegurar el acceso a la educación para todos]. Paris, UNESCO

Velázquez, L., Moo, C., Meléndez, E., Magriñá, J., & Méndez, N. (Octubre de 2017). Revisión del trastorno del espectro autista: actualización del diagnóstico y tratamiento. Revista Mexicana de Neurociencia, 18(5), 31-45.

Revolución del Sistema Financiero Mundial, regulación de Criptomonedas y su impacto en el desarrollo sostenible (Revolution of the World Financial System, Regulation of cryptocurrencies and its impact on sustainable development)

Reyna Araceli Tirado Gálvez[1]

[1] *Universidad Autonóma de Sinaloa, Facultad de Contaduría y Administración, (México),*
reyna.aracely.tirado@gmail.com,https://orcid.org/0000-0002-6416-857

Información revisada por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-401

Resumen

El Sistema Financiero Mundial presenta problemas monetarios y financieros por la crisis del covid-19, la Guerra en Rusia y otros factores que han impactado en los modelos tradicionales de la economía, la rápida evolución generada por la globalización y desarrollo tecnológico, un ejemplo son las criptomonedas para realizar operaciones en blockchain; esto ha generado una modernización de los servicios financieros tradicionales, se desconoce su impacto, las criptomonedas han presentado desde su aparición problemas de volatilidad, dependen de la oferta y la demanda, no tienen seguridad jurídica, ninguna institución financiera las respalda. El objetivo de esta investigación es visibilizar la problemática que genera la falta de regulación de las criptomonedas. Se utilizaron los métodos histórico y documental para analizar la evolución de las criptomonedas, leyes como: Fintech, Código Fiscal de la Federación, ISR y bases de datos. Urgente se generen marcos regulatorios sobre criptoactivos de forma coordinada, de la mano de los Organismos internacionales. En México se aprobó la Ley Fintech, a la fecha no han sido modificadas otras leyes. Tener marcos regulatorios semejantes de criptomonedas ayuda a controlar, medir y generar mayores ingresos, si no se regulan puede generar mayor evasión incluyendo el desarrollo y aumento de actividades ilícitas.

Palabras clave: sistema financiero mundial, criptomonedas, monedas virtuales, ciberseguridad, desarrollo sostenible.
Códigos JEL: F6, F65, G, G2, G28

Abstract

The World Financial System presents monetary and financial problems due to the covid-19 crisis, the War in Russia and other factors that have impacted the traditional models of the economy, the rapid evolution generated by globalization and technological development, an example are the cryptocurrencies to carry out operations on the blockchain; This has generated a modernization of traditional financial services, its impact is unknown, crytocurrencies have presented volatility problems since their apperance, they depend on supply and demand, they have no legal security, and no financial institution supports them. The objective of this research is to make visible the problems generated by the lack of regulation of crytocurrencies. Historical and documentary methods were used to analize the evolution of crytocurrencies, laws such as: Fintech, Federal tax Code, ISR and databases. It is urgent that regulatory frameworks on crypto assets be generated in a coordinated manner, hand in hand with the international organizations. In Mexico, The Fintech Law was approved, to date no other laws have been modified. Having similar regulatory, frameworks for crytocurrencies helps to control, measure and generate greater income, if they are not regulated it can generate greater evasión, including the development and increase of illegal activities.

Key words: global financial system, cryptocurrencies, virtual currencies, cybersecurity, sustainable development
JEL Codes: F6, F65, G, G2, G28

Introducción

La globalización económica, el aceleramiento del intercambio de bienes y servicios y el constante crecimiento que ha tenido la tecnología dentro de los mercados financieros, especialmente dentro del comercio electrónico, ha generado muchos cambios, uno de ellos, es la utilización de monedas virtuales como medio de pago para obtener bienes o servicios.

Las criptomonedas son monedas virtuales que se utilizan sin que exista algún intermediario como las instituciones financieras, sin respaldo, sin documentación, por ello, es conveniente, iniciar la presente investigación con la criptografía, ciencia sobre la cual se basa el funcionamiento de estas monedas y su operatividad.

Aún no se sabe el impacto que pudieran tener las criptomonedas a nivel mundial, solo algunos países se han pronunciado al respecto incluyéndolas como una forma de pago en algunas tiendas de servicios, sin embargo, aún no existe una regulación jurídica que permita ir midiendo sus riesgos y si representan un peligro hoy o más adelante.

Se dice que la economía mundial está encontrando un refugio dentro de las criptomonedas, aunque no se pueda medir si realmente existe una ganancia o una perdida, la constante transformación de las criptomonedas hacen que se necesite la actualización constante de las leyes y los reglamentos. (Ordoñez y otros, 2020)

La primera criptomoneda surge en el año 2009 por el seudónimo de Satoshi Nakamoto se desconoce si fue la creación de una sola persona o fueron un conjunto de personas, y es conocida como bitcoin. Algunos otros ejemplos están las *ether*, *solarcoin, dogecoin, ripple*, *namecoin y litecoin*. (Revista Economia, 2021)

Dentro de los riegos más latentes y presentes en el tema de las criptomonedas son aquellos que están presentes para hacer negocios, el tema cambiario, la parte financiera, la forma en que operan y dentro de los más sensibles está la parte de la ciberseguridad. (Pérez, 2020)

En el futuro, puede darse un reemplazo del dinero físico para considerarlo como una forma obsoleta de generar transacciones de bienes y servicios por la utilización de monedas digitales en la mayoría de los países y donde cada banco central regule a las criptomonedas. En México, específicamente el Banco de México como autoridad aún no reconoce a las criptomonedas como una moneda de cambio oficial. (Martorell, 2019)

En México, es en el año 2017 cuando nace la Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera, conocida como Ley Fintech, la cual hace definición de activos virtuales, pero no de criptomonedas en específico, sin embargo, se puede considerar el inicio de la regulación de lo digital como medio de cambio.

Otro aspecto interesante, es que a pesar de que existe la Ley Fintech, aún no hay por parte de las autoridades tributarias algún tipo de iniciativa que contemple la parte impositiva de estas operaciones, han quedado solo en propuestas. (Lopez, 2018).

El Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, manifiesta que la regulación jurídica es importante y necesaria para que se reconozca la existencia de las criptomonedas, a su vez, que se puedan reglamentar los servicios que están autorizados para realizarse en medios electrónicos en cuanto a su operación y funcionamiento, con ello prevenir futuras prácticas irregulares, no como un paralizador de estas actividades pero si para velar por el beneficio de un mejor desarrollo de sistemas financieros aunado a las actividades económicas. (CEFP, 2018)

México no tiene un régimen fiscal en este caso, ya sea en lo particular o de forma especial, y esto da lugar a confusiones en cuanto al funcionamiento y operación de las criptomonedas, es decir, algún criterio legal sobre el cual basarse en base a su naturaleza se desconoce por el momento.

En el caso de México, se han instalado cajeros automáticos para bitcoins en varias ciudades del país, sigue siendo mucha la incertidumbre ante el riesgo de su volatilidad y al no tener un respaldo por parte de alguna Institución financiera que de protección a quienes la manejan, sin embargo, al ser de fácil acceso para cualquier persona, se hace un atractivo sobre todo para la juventud.

El objetivo de este trabajo, es visibilizar que la falta de regulación de las criptomonedas, está generando grandes vacíos no solo a nivel mundial, sino también en México, hay que sumarle la transformación del Sistema Financiero Mundial, a lo largo de los próximos años, su evolución y crecimiento pueden dejar de lado a las instituciones financieras y por ende rebasar el Estado de Derecho y a los Estados.

La importancia de la regulación de las criptomonedas, es que puedan prevenir actividades ilícitas, ahora bien, si los Estados permiten su uso, el supuesto de que es difícil pensar que las criptomonedas fueron pensadas para realizar actividades lícitas, son prácticas, sin intermediarios, sin un historial crediticio, por ello también se habla de adoptar una regulación paulatina y termine en la unificación y complementación de diferentes normas y leyes. (Ruani, 2020)

De lo anterior, se desprende que su regulación no solamente es de conveniencia, sino de forma urgente y extremadamente necesaria para todos los países y en este caso México. Temas como la ciberseguridad, la protección de datos personales y eliminar el anonimato, hacen que sean una prioridad en cuanto a su regulación.

Avanzar en el tema de la regulación de las criptomonedas en México, es considerado un acto de justicia para el Estado de Derecho, es el estado mexicano recuperando su soberanía, en un terreno difícil y muy complicado, ya que es el espacio virtual donde temas como la jurisdicción y la territorialidad son desconocidos, sin embargo, se trata de regularizar las operaciones y transacciones

de empresas del ciberespacio y también de sus consumidores. (Figueroa, 2018)

La falta de regulación jurídica genera grandes vacíos, los cuales pueden ser aprovechados por infinidad de actores en el ciberespacio, es un hecho innegable cada día su avance y desarrollo. La economía virtual requiere fortalecer sus vínculos, a través de marcos jurídicos que incentiven la participación de empresas digitales, con entornos virtuales seguros, protección de datos personales, donde las personas que participan conozcan y hagan valer sus derechos y sus responsabilidades.

Marco Teórico

Al hablar de la Revolución del Sistema Financiero Mundial, es importante que se inicie partiendo de lo que en múltiples ocasiones se ha expresado a nivel mundial, dada la naturaleza de las criptomonedas, ya que, no cuentan con el respaldo de ninguna institución Financiera que pueda dar soporte y credibilidad a que sus operaciones no podrán ser utilizadas como una vía para fraudes en la sociedad.

El Sistema Financiero Mundial, presenta hoy en día grandes retos que deben ser una base para todos los países que de la mano con los Organismos Internacionales participan. El escenario que se vive entre una época, en donde los países intentan salvar su economía despúes de 3 años de pandemia covid-19, un futuro post covid-19, que ha acrecentado la crisis económica y la inflación que se vive alrededor del mundo, son tareas impostergables.

El Sistema Financiero Mundial ha venido evolucionando y un aspecto fundamental de su transformación son las criptomonedas utilizadas en entornos virtuales que desafían jurisdicciones, leyes y estados, al no limitar a quienes participan, ser incluyentes y de fácil acceso, pero los estados son los que se están viendo afectados con la evasión de impuestos de estas operaciones que no tienen una clara regulación jurídica.

Es importante, revisar la definición de criptomonedas: “cualquier tipo de unidad digital, creada u obtenida mediante el cálculo matemático, cuyo sistema está basado en internet y que se utiliza como un medio de cambio o una forma de valor digitalmente almacenado”. (Arreola, 2017). Otro de los conceptos para criptomonedas: “son archivos, bits, con datos, ejemplo pdf o mp3 que buscan cumplir todas las funciones que se le asignan al dinero tradicional, pero usando internet como medio de transmisión. (Barroilhet Diez, 2019).

Es de relevancia, hacer énfasis en que las monedas digitales, no son lo mismo que las monedas virtuales, tienen características similares, el profesor del Departamento de Economía Aplicada y Estadística de la Universidad Española a Distancia Alberto Muñoz Cabanes, comenta que: “las monedas digitales tienen el respaldo de bancos centrales, como el posible *euro digital* y el *yuan digital*, a diferencia de criptomonedas, bitcoin que promete menor volatilidad y mayor seguridad”.

(BBVA, 2021)

Las monedas digitales tienen un respaldo por parte de bancos centrales de sus países de origen y en el tema de criptomonedas no tienen una regulación ni generan un respaldo para las personas que participan en las mismas. En cuanto al derecho, que es el encargado de regular las conductas que vayan surgiendo como se había mencionado anteriormente, señala que algunas de las características de este tipo de transferencias *peer to peer*, es la seguridad, inmutabilidad, descentralización y deslocalización. (Nascimento y otros, 2019)

En el caso de México, la Ley Fintech, en su artículo 1 establece el objeto el cual es: "regular los servicios financieros que prestan las instituciones de tecnología financiera, así como su organización, operación y funcionamiento y los servicios financieros sujetos a alguna normatividad especial que sean ofrecidos o realizados por medios innovadores".

También en esta misma ley en el artículo 2, establece los principios bajo los cuales se basa, la inclusión e innovación financiera, promoción de la competencia, la protección al consumidor, preservar la estabilidad financiera, prevenir operaciones ilícitas y la neutralidad tecnológica. La autoridad encargada de supervisar y dar cumplimiento a la ley es la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y al Banco de México.

El Capítulo III es titulado "De las operaciones con activos virtuales", y en él se establecen del artículo 30 al 34 los principales lineamientos. En este apartado se destaca la definición que se la da a un "activo virtual", que es "la representación de valor registrada electrónicamente y utilizada entre el público como medio de pago para todo tipo de actos jurídicos y cuya transferencia únicamente puede llevarse a cabo a través de medios electrónicos". No entra la moneda de curso legal en cuanto a territorio nacional o divisas. Solo el Banco de México puede determinar quiénes son activos virtuales.

En México, existe un organismo llamado CONDUSEF, que significa Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los usuarios de servicios financieros, el cual protege y defiende a las usuarias y usuarios en cuanto a sus derechos ante instituciones financieras. Pues bien, la Conducef ha expresado que las criptomonedas, como moneda virtual no está regulada por autoridades financieras (CONDUSEF, 2014).

Lo anteriormente expuesto, lo hace vulnerable para que quienes participan utilizando este tipo de monedas virtuales, pueden verse afectadas o afectados por algún tipo de fraude, ya que no tienen una regulación efectiva que pueda brindar la confianza, certidumbre y legalidad cuando se utilice en cualquier parte, ya sea en la red o en donde acepten las criptomonedas, con el grave riesgo de perder su dinero.

Los grandes derechos del mundo global-digital, se orientan hacia el consumo, se transgrede la protección de datos personales y la dignidad de la persona pasa a otros planos de importancia, por

ello, afecta los derechos y transforma la naturaleza de los derechos. El problema con lo digital, es que toda la información, se vuelven datos, una economía de datos, donde pertenece al ámbito privado, todo tiene el mismo valor, y como consecuencia, el estado de derecho va perdiendo democracia y por ende el estado constitucional no existe en el mundo digital por el momento.

Es decir, el proceso de la comunicación está controlado por las aplicaciones, son quienes realmente controlan la economía de datos, a diferencia del mundo físico, donde si una persona comparte información falsa y tiene sus sanciones, en el mundo digital, los algoritmos le posibilitan mayor consumo.

Por consiguiente, para considerar las variables en cuanto a la Revolución del Sistema Financiero Mundial, es importante destacar el uso de tecnología blockchain, conocida también como cadena de bloques, es descentralizada y permite transacciones directas sin intermediarios, entre otras cosas es utilizada en el tema de las criptomonedas.

Las criptomonedas, como bitcoin y Ethereum, son algunos de los ejemplos que han surgido como una opción que contra restra de alguna forma el dinero tradicional y están revolucionando el Sistema Financiero Mundial, hay rapidez en transacciones, transparencia y pueden ser almacenados con seguridad.

El tema Fintech, si bien las empresas con tecnología Fintech, son actores dentro del Sistema Financiero Internacional y están siendo parte clave de la revolución financiera, ya que son innovadores, se trata de la realización de pagos móviles y asesoramiento financiero automatizado.

Existe también la desintermediación financiera, lo cual significa que se han ido eliminando lo que antes figuraba como intermediarios tradicionales, como ejemplo son los bancos y las compañías de seguro, las personas realizan transacciones financieras directamente y bien por último la variable e inclusión financiera, que le da acceso a servicios financieros a poblaciones que antes no tenían por los muchos requisitos que eran requeridos, además del uso de teléfonos inteligentes para realizar transacción en cuestión de segundos.

En cuanto a las variables que intervienen en las criptomonedas en México se encuentra el tema de la legislación y su regulación, como las leyes que regulen las criptomonedas, en el caso de México son conocidas como activos virtuales, que si bien, no se define con claridad en cuanto al uso, emisión, intercambio, quien cuida y custodia las criptomonedas y sus formas de operar.

El tema de la protección del consumidor, si existen las regulaciones que buscan proteger a las y los consumidores en cuanto a temas como lo son el fraude, la pérdida de su dinero invertido y la transparencia en las transacciones. Otra variable importante, es la prevención de actividades ilícitas como el lavado de dinero, el uso de las criptomonedas para financiar el terrorismo, de ahí la relevancia de que exista regulación para identificar clientes y evaluar los reportes de aquellas transacciones que

se consideren sospechosas.

El tema de la supervisión y las licencias deben estar incluidas en la regulación, donde el marco jurídico vigente establezca quienes son los organismos reguladores si existen o se van a crear, quien dará las licencias a las empresas que operen, o si es suficiente con lo que establece la Ley Fintech.

Finalmente, la innovación forma una parte medular en la regulación como un fenómeno que debe fomentarse, la claridad en la normatividad jurídica y que también se propicie mejorar la inversión en nuevas tecnologías. Hay que recordar que es un fenómeno cambiante y que con el paso del tiempo estas variables pueden ser modificadas.

Método

En el presente trabajo de investigación, se utilizará el método histórico y documental para analizar los antecedentes y la evolución que ha tenido la regulación de las criptomonedas en la línea el tiempo, además de revisar la parte jurídica, los diferentes ordenamientos legales de México, en relación con el tratamiento que se le ha venido dando a las criptomonedas, específicamente leyes que tengan algún tipo de relación con la regulación de las criptomonedas en México, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley Fintech, Código Fiscal de la Federación y la Ley del ISR. Se utilizó el método documental también en el análisis de las bases de datos para extraer información internacional de Organismos Internacionales y países en cuanto al funcionamiento de marcos legales que están siendo implementados o serán implementados en los próximos años.

Participantes

Tirado Gálvez Reyna Araceli.

Resultados

En muchas de las ocasiones los constantes movimientos que se dan en las economías a nivel mundial de los estados o países, son el resultado de problemas monetarios y financieros que se pasan de países con los cuales hay relaciones de forma económica, se puede decir que, son ocasionados por desajustes en el ambito de la economía internacional. (Maldonado, 2003).

La Organización Mundial del Comercio (OMC) desde el año 1997, menciona que los sectores financieros son uno de los más grandes y que continua en crecimiento constante tanto en economías desarrolladas como en desarrollo. (Kono y otros, 1997). En el estudio, también hacía hincapié como el crecimiento es mayor cuando se está en etapas de modernización en cuanto a los servicios financieros y que uno de los aspectos importantes era el rápido cambio tecnológico.

Urgencia de aplicar marcos regulatorios sobre los criptoactivos semejantes, de otra forma, la

diferencia es una problemática dada la rápida evolución de las criptomonedas, se batalla para adquirir aptitudes y talento; a su vez también expresaron la preocupación sobre la vigilancia de los mercados de criptos por la falta de uniformidad y el no poder controlar a quienes participan. (Narain & Moretti, 2022).

El problema de que los países cuenten con diferentes leyes en materia fiscal y como los tratados a nivel internacional son una oportunidad para cerrar el desvío de capitales de los países. (Tirado Gálvez, Los Esquemas Reportables y el Tratamiento Fiscal en México, 2022). La importancia de fortalecer los vínculos en relaciones radica en el aprovechamiento que genera todos los recursos que intervienen en este proceso, ya sean humanos, administrativos o profesionales, es prioritario valorar el papel de los vínculos entre los Estados, en este futuro post covid-19, deja una gran tarea por delante.

La innovación, sobre todo en la pandemia que fue todo un reto para las empresas alrededor del mundo, en cuanto al desarrollo y la aplicación de las nuevas tecnologías. (Torres y otros, 2021). El derecho durante muchos años ha dictado las normas jurídicas encargadas de regular las diferentes conductas de las personas en las diferentes actividades, entornos en las que se desenvuelven, sin embargo, el fenómeno del internet, las nuevas plataformas tecnológicas han ido creciendo en los últimos años, lo cual, hace suponer que han dejado atrás al derecho.

A través del uso del internet, desde cualquier computadora, celular, iPad, tablet o algún dispositivo tecnológico se puede tener la oportunidad de tener acceso al mundo tecnológico, donde se han desarrollado varios problemas, por mencionar algunos el tema fiscal, donde existen debates constantes al pagar impuestos, en el caso de México, con ambigüedades en leyes, por el tema de establecimiento permanente.

Lo anterior, pone de manifiesto, el grave problema al que, el derecho ha tenido que enfrentarse en las últimas décadas, a ello, hay que agregar el grave problema de los datos personales, ya que, varias plataformas electrónicas no ofrecen seguridad, ni certidumbre al hacer uso de ellas. El mundo se enfrenta cada vez más, a un nuevo entorno digital, y en este apartado, es importante que las autoridades puedan garantizar a los individuos la protección de sus datos personales.

La economía digital está aumentando cada día más y con ello, los retos que se están presentando para el derecho derivado de las nuevas tecnologías de información (Bernal, 2003). La parte negativa, es la intervención de terceras personas en el uso de datos personales de quienes participan en estas operaciones que se realizan en la *web.*

Algunas tendencias importantes, en el problema de regulación que existe sobre la tecnología utilizada, el tema de conceptos de actividades que intervengan de alguna forma en criptomonedas, muy de la mano con lo jurídico y el mercado de valores. (Auer y Claessens, 2018). El impacto de regulación y evitar fugas mediante la coordinación internacional en materia de regulación jurídica y

su implementación en estrategias que fortalezcan al interior y al exterior sus países de forma eficaz y eficiente para mejorar los sistemas económicos y que no haya graves consecuencias por pérdida de capitales.

La falta de regulación pone en peligro a las personas que participan en este tipo de operaciones, quienes están interesadas en obtener ganancias a través de inversiones, por ello uno de los grandes retos es el proteger mediante normas y leyes a quienes participan en estas operaciones.

Otro factor importante, es el cambio climático trae de la mano riesgos para el sector financiero y económico, y que a veces pueden parecer lejanos, pero son reales y requieren acción hoy. Señalando que 190 países firmaron el acuerdo de Paris en el 2015 para bajar el aumento de la temperatura global. Las medidas que implementa cada país internamente siempre deben de ir de la mano con la cooperación internacional y que después de la pandemia del covid-19 debe fomentar resiliencia, incluso el llamado a invertir en el cambio climático como una forma de beneficio para los países. (FMI, Fondo Monetario Internacional, 2022).

Es insostenible no hacer nada, porque los criptoactivos seguirán evolucionando aún con la recesión mundial que se vive. Hace hincapié en 9 aspectos que pueden ayudar a dar una respuesta política integral y coordinada. (FMI, International Monetary Fund, 2023). Los 9 elementos de acción para esta política integral tienen que ver con: salvaguardar soberanía y la estabilidad monetaria a través de fortalecer la política monetaria mientras no señalen a la criptomoneda como moneda oficial o de curso legal. Que se mantenga el flujo de capital efectivo como medida de manejo, otro de los elementos es analizar y divulgar cuales son los riesgos fiscales de las criptomonedas, que se trabaje en el tratamiento fiscal inequívoco.

A estos elementos, hay que sumar el establecimiento de la seguridad jurídica de las criptomonedas, que se aborden sus riesgos legales, establecer y hacer cumplir que requisitos de conducta se deben llevar para actores de criptomonedas, incluso la supervisión también forma parte en este apartado. Otro elemento importante es monitorear de forma conjunta entre las agencias nacionales y las autoridades; además es importante medir el impacto de las criptomonedas dentro de la estabilidad del Sistema Monetario Internacional. Finalmente, el llamado a fortalecer la cooperación global en cuanto a mejorar el desarrollo de infraestructuras digitales que tengan como consecuencia soluciones para pagos de forma diferente en pagos y financiación entre fronteras.

Existen unas criptomonedas verdes que tienen como objetivo no contaminar, ya que en un estimado de cuanto nivel de contaminación generan las criptomonedas, sobre todo en las acciones de mineria de bitcoin en el mundo, es cerca de 95 teravatios- hora, con lo que se traduce que el consumo eléctrico total de China es superado por el consumo en República Checa, esto está en reducir la contaminación que se produce minando bitcoins (FUNCAS, 2021). Por ello, se señala que una

respuesta son las criptomonedas verdes que solo necesitan un consumo mínimo de energía. Un ejempo de esta criptomoneda verde es Cardano, ya que funciona de forma más sostenible.

En el año 2021, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, elaboró un esstudio titulado " Taxing Virtual Currencies: An Overview of Tax Treatments and Emerging Tax Policy Issues", es considerado el primer análisis en cuanto a los diferentes enfoques y las principales brechas en materia de impuestos, el cual considera un aproximado de 50 países, como ejemplo de lo que los impuestos pudieran generar en cuanto al tratamiento de las criptomonedas. (Ortiz, 2022).

El documento elaborado por la OCDE muestra como alrededor del mundo las criptomonedas son consideradas de forma diferente, unas como moneda de curso legal, otras como instrumento financiero, activos intangibles, un método de pago. Se dice también que aún falta mucho por lograr una regulación a nivel global. Necesario un análisis con cuidado de las vulnerabilidades financieras en cuanto al Sistema financiero y revisar exhaustivamente las reformas para que el sistema financiero sea lo más resistente posible. Donde los organismos internacionales tienen un papel fundamental en el sistema financiero global (Quarles, 2019)

Se presentan dos escenarios posibles, uno de ellos en cuanto a que el sistema internacional logra que la situacion legal de los bancos centrales frenen a las criptomonedas en el control técnico, o el segundo esenario, hay un crecimiento de actores del movimiento cyberpunk, donde se institucionaliza en cuanto al manejo de recursos en una plataforma global con operaciones nocivas para las divisas globales en cuanto al retorno y la inversión. (Salas, 2022)

Se pudiera presentar un escenario donde finalmente las criptomonedas logren estabilizarse con la utilización de operadores privados pero que esten bien controlados, como es el caso de países como Chile y Malasia, en donde sus bancos centrales tienen plataformas donde se observa conductas de la parte privada que vende mediante criptomonedas.

Tabla 1. *Propuestas de Regulación a nivel internacional*

País	Fecha	Autoridad	Principales acciones
Europa	Septiembre 2020	Comisión Europea Propuesta de Reglamento en Mercado de Criptoactivos (Propuesta MICA)	Crear seguridad jurídica, fomentar la innovación y proteger consumidor e inversor.
Estonia		Enmiendas a su Ley de Prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo y un Reglamento sobre activos criptográficos.	Acotar descentralización, evitar blanqueos capitales, fraudes, materias de responsabilidad.
España	Mayo 2018	Comisión Nacional del Mercado de Valores.	Regulación de tecnológicas financieras, inclusión empresas dedicadas a actividades asociadas a las criptomonedas y ofertas iniciales de moneda, fondos de inversión con criptomonedas.
	Abril 2021	Ley 10/2010 de Prevención de blanqueo de capitales y de la financiación de terrorismo	Identifica operadores que intervienen en proceso intercambio de moneda curso legal por criptomonedas.

Fuente: Elaboración propia con información de Instituto de Estudios Financieros (De Fuenmayor, 2022)

No existe algún ordenamiento internacional de forma unificada en cuanto al tema de regulación de criptomonedas, cabe señalar que varios organismos internacionales están proponiendo una regulación por los grandes desafíos y riesgos que se están generando. Si bien esta el GAFI, que es conocido como Grupo de Acción Financiera, organismo intergubernamental que maneja estándares internacionales para contrarrestar el lavado de dinero y acabar con el terrorismo.

En el 2019 el GAFI emitió una serie de recomendaciones sobre activos virtuales, refiriéndose a los proveedores de servicios, en cuanto a intercambios en billeteras digitales para que no sean utilizados en actividades ilícitas. (Grupo de Acción Financiera, 2023)

La Unión Europea, en la quinta Directiva contra el lavado de dinero ha establecido requisitos para quienes provean servicios de criptomoendas, trabaja un reglamento sobre regulación de criptoativos. El caso de Estados Unidos varias agencias trabajan en el tema de regulaciones de criptomonedas. El Departamento del tesoro sigue de cerca este fenómeno e impone requisitos sobre el lavado de dinero. Se trabaja sobre el proyecto de ley "Infraestructura financiera digital".

Es interesante señalar que cada jurisdicción varia de un país a otro país, y el entorno cambiante bajo el cual se desenvuelve, la meta o la finalidad es la misma evitar el uso de criptomonedas como medio para realizar actividades ilícitas, como el lavado de dinero y el terrorismo.

Discusión

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, precisamente en el artículo 28, párrafo 7, establece que el Banco Central será quien procure la estabilidad financiera de la moneda nacional, tanto para acuñar la moneda o emitir billetes. En el caso de las facultades el Honorable Congreso, contenidas en artículo 73, su fracción XVIII, señala lo siguiente: "Para establecer casas de moneda, fijar las condiciones que ésta deba tener, dictar reglas para determinar el valor relativo de la moneda extranjera y adoptar un sistema general de pesas y medidas".

Es el Congreso una autoridad facultada conforme a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, una autoridad para determinar valor de moneda extranjera, por lo tanto, en un estado constitucional es fundamental regular y legislar los nuevos comportamientos, conductas que van apareciendo, en este caso, de las monedas virtuales, tema de esta investigación.

En el artículo 117 Constitucional, se establecen las prohibiciones de los Estados o Entidades Federativas, es la fracción III, que dice: "Acuñar moneda, emitir papel moneda, estampillas ni papel sellado", por tanto, si ningún Estado, puede emitir monedas bajo cualquier circunstancia, con mayor razón ninguna persona puede hacerlo, sustentada en esta prohibición constitucional.

Ahora bien, se expide la Ley Fintech, Ley para regular las instituciones de tecnología financiera en el año 2018, no obstante, no existen modificaciones en el Código Fiscal de la Federación, Ley del

Impuesto sobre la Renta, ni la Ley del Valor Agregado.

La ley Fintech, se refiere a la Ley para regular las instituciones de tecnología financiera, es para las instituciones de tecnología financiera, contiene disposiciones para su regulación, derechos y obligaciones para su funcionamiento con un total de 145 artículos, dentro de esta ley, se establecen las autoridades encargadas de dar seguimiento como son la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y al Banco de México.

Aunado a lo anterior, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 31 fracción IV, establece que es obligación de los mexicanos contribuir a los gastos públicos, así de la Federación, como del Distrito Federal o del Estado y Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes.

Este artículo, le da sustento al fundamento constitucional de que todas las personas tenemos la obligación de pagar impuestos, con el objetivo de que el estado obtenga ingresos que generen recursos los cuales sean destinados al pago y atención de servicios públicos. Sin embargo, cuando se habla del tema de pagos virtuales a través de monedas digitales, no existe hasta el momento ningún artículo que mencione de manera explícita lo que se está permitido o prohibido en este rubro, lo cual, deja un gran vacío constitucional para enfrentar este reto.

En el año 2019 el Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera aprueba para emitir las Normas de Información Financiera NIF C-22 Criptomonedas, y entró en vigor el 1 de enero del año 2021, algunos de los puntos a destacar en cuanto a regulaciones, cuando se quiere que alguna entidad reconozca el uso de criptomoneda en su situación financiera, se señalan ciertas características que debe cumplir como: ser un recurso económico, que pueda generar beneficios futuros en lo económico, que la entidad la controle y que tenga como consecuencia ser derivada de eventos que han sucedido en el pasado. (Rodríguez, 2020).

La Norma de información financiera conocida como C-22 Criptomonedas, es para tener normas que permitan valuar, presentar y revelar como se encuentran los estados financieros en cuanto a una entidad en criptomonedas, los gastos que se generen por la minería de criptomonedas y las criptomonedas que no sean de su propiedad pero que las tengo en custodia. Esta norma también debe establecer el valor de las criptomonedas en cuanto a los instrumentos financieros por cobrar o por pagar. (IMCP, 2021)

Por otro lado, es de destacar que aquellas personas que generen ganancia por realizar operaciones ya sean de compra o venta de criptomonedas tienen la obligación de regirse por el artículo 14 del Código fiscal de la federación en su fracción primera, que habla sobre la enajenación de bienes, el cual establece lo siguiente; “Se entiende por enajenación de bienes, toda transmisión de propiedad, aun en la que el enajenante se reservé el dominio del bien enajenado”.

De lo anterior se deduce que la figura de criptomonedas se ajusta a la figura de enajenación de bienes, y se debe dar seguimiento a su vez a la Ley del Impuesto Sobre la Renta que en el artículo 126 establece que sucede en caso de que contribuyentes generen ingresos, es decir, obtengan ingresos derivado de la enajenación de bienes inmuebles y el ejercicio de los pagos provisionales en cada operación en particular.

Conclusiones

Seguimiento puntual a la regulación, evolución y crecimiento que han tenido en los últimos años, cada día que pasa, es prioritario para los países, que requieren de mayores ingresos para atender las necesidades de sus ciudadanas y ciudadanos. Es necesario legislar en materia de criptomonedas, el uso de monedas virtuales y sus operaciones, al dejar de lado su legislación, se sigue permitiendo su uso y se pone en estado de vulnerabilidad a millones de usuarias y usuarios, que ven en el uso, compra y venta de bitcoins una oportunidad para generar mayores ingresos.

Si las criptomonedas logran estabilizar la parte de volatilidad, su grave problema para determinar el tipo de cambio en monetario, pudiera ser más utilizada, con mayor seguridad y certidumbre, incluso se pudiera pensar que llegó para quedarse.

Urge fortalecer mecanismos a nivel internacional mediante la firma de tratados internacionales que fortalezcan la prevención de evasión y elusión fiscal que se unifiquen formas de reglamentarlas. Una normativa internacional que sume a todos los países dentro del entorno global. Los países siempre se adaptarán al mercado que más se les adecue conforme a las responsabilidades tributarias que les permitan evadir o eludir el pago de impuestos. (Tirado Gálvez, Paraísos Fiscales, su impacto en la evasión y elusión fiscal del ISR,, 2015).

En evasión de impuestos al interior de los países, contemplar la dificultad al no contar con elementos legales, físicos, territoriales que permitan identificar lo que está pasando, en dónde, cómo, cuándo, incluso se realicen a partir de su uso blanqueo de capitales se les imponga sanciones, tema de jurisdicciones y a quién se le paga impuesto.

El Fondo Monetario Internacional, señala la urgencia de coordinar respuestas conjuntas en cuanto al marco regulatorio, porque si se deja avanzar este fenómeno, no será posible tener marcos regulatorios parecidos, sino todo lo contrario.

La protección de las bases de datos de usuarias y usuarios, que en este caso utilizan un número o clave; sin embargo, al conocerse esa persona detrás del número se conocerá la persona que está detrás, sin contar con algún respaldo o protección por parte del Estado ni de instituciones.

En México existe la Ley Fintech sin embargo no es suficiente, hasta el momento no existe alguna modificación en la normatividad fiscal como el Código Fiscal de la Federación, Ley del

Impuesto sobre la Renta, la ley del IVA entre otros.

En cuanto al impacto para la sociedad, las empresas, los gobiernos analizados en esta investigación está la parte de prevenir el financiamiento del terrorismo que desencadene delitos, el anonimato de las operaciones que pueden caer en lo ilícito y dañar a las personas que participan, empresas y sus gobiernos, la defraudación fiscal para los gobiernos que tanto necesitan generar mayores ingresos para mejorar los servicios que prestan.

Una de las líneas a considerar en futuras investigaciones es el impacto de las criptomonedas verdes, protección de datos personales, además la ciberseguridad, si en seguridad física gobiernos, empresas y sociedad invierten grandes cantidades, en cuanto a ciberseguridad, generan confianza, certidumbre en el marco de la legalidad es uno de los aspectos más importantes alrededor del mundo virtual de las criptomonedas.

Referencias

Arreola, J. (19 de Junio de 2017). *Criptomonedas: ¿Qué son y por qué importan?* Forbes: https://www.forbes.com.mx/criptomonedas-que-son-y-por-que-importan

Auer, R., y Claessens, S. (septiembre de 2018). *BIS*. Regulación de las criptomonedas: evaluación de reacciones de mercado: ttps://www.bis.org/publ/qtrpdf/r_qt1809f_es.pd

Barroilhet Diez, A. (junio de 2019). Criptomonedas, economía y derecho. *Revista chilena de derecho y tecnología*, *8*(1), 29-67. https://doi.org/10.5354/0719-2584.2019.51584

BBVA. (4 de Enero de 2021). *BBVA*. ¿Qué diferencia hay entre una moneda digital y una criptomoneda?: https://www.bbva.com/es/que-diferencias-hay-entre-una-moneda-digital-y-una-criptomoneda/

Bernal, P. L. (Junio de 2003). *Revista Scielo*. Nuevas tecnologías de la información: problemas éticos fundamentales: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1024-94352003000300006&script=sci_arttext&tlng=p

CEFP. (Junio de 2018). *Centro de Estudio de las Finanzas Públicas*. Criptomonedas: Panorama Financiero y Fiscal: https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/revista/2018/rfpcefp2401018.pdf

CONDUSEF. (7 de abril de 2014). *Alerta Condusef sobre uso de bitcoin como medio de pago*. CONDUSEF: https://www.condusef.gob.mx/?p=contenido&idc=833&idcat=1

De Fuenmayor, C. (14 de febrero de 2022). *Instituto de Esstudios Financieros*. Criptoactivos: un nuevo activo de inversión: https://www.iefweb.org/es/publicacion-odf/criptoactivos-un-nuevo-activo-de-inversion/

Figueroa, D. L. (Abril de 2018). *Revista Alegatos*. La regulación jurídica de la tecnología financiera en México: http://alegatos.azc.uam.mx/index.php/ra/article/view/638

FMI. (octubre de 2022). *Fondo Monetario Internacional*. Informe del Monitor Fiscal, Ayudar a la gente a recuperarse: https://www.imf.org/es/Publications/FM/Issues/2022/10/09/fiscal-monitor-october-22

FMI. (23 de Febrero de 2023). *International Monetary Fund*. Elements of Effective Policies for Crypto Assets: https://www.imf.org/en/Publications/Policy-Papers/Issues/2023/02/23/Elements-of-Effective-Policies-for-Crypto-Assets-530092?cid=pubsrotator-com-PPEA2023004

FUNCAS. (2 de septiembrer de 2021). *Notas Observatorio de la Digitalización Financiera*. Criptomonedas y sostenibioidad ambiental: el intento de hacer criptomonedas verdes: https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/09/NL_ODF_62_2021.pdf

Grupo de Acción Financiera. (2023). https://www.fatf-gafi.org/

IMCP. (14 de Febrero de 2021). *Normas de Información Financiera NIF 2021*. NIF C-22 Critpomonedas: https://vlex.com.mx/vid/nif-c-22-criptomonedas-857891433

Kono, M., Low, P., Luanga, M., Mattoo, A., Oshikawa, M., y Schuknecht, L. (22 de septiembre de 1997). *World Trade Organization*. Opening Markets in Financial Services and the Role of the GATS: https://www.wto.org/english/news_e/pres97_e/finance.pdf

Lopez, E. M. (Noviembre de 2018). *Colegio de Contadores Públicos*. Tratamiento Fiscal de los bitcoins: file:///Users/aracelitirado/Downloads/TRATAMIENTO%20FISCAL%20DEL%20BITCOIN.pdf

Maldonado, R. (Diciembre de 2003). *Repositorio CEPAL, Naciones Unidas*. La cooperación financiera en América Latina y el Caribe: las instituciones financieras subregionales en el fomento de las inversiones y del comercio exterior: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4377/1/S2003724_es.pdf

Martorell, N. (marzo de 2019). *EPIKEIA, Revista del Departamento de Ciencias Sociales y Humanidades*. Bitcoin: Hacia una nueva economía ¿Como las criptomonedas han creado un nuevo regímen jurídico?: https://vlex.com.mx/vid/bitcoin-hacia-nueva-economia-801669393

Narain, A., y Moretti, M. (Septiembre de 2022). *Fondo Monetario Internacional*. La regulación de los criptoactivos: https://www.imf.org/es/Publications/fandd/issues/2022/09/Regulating-crypto-Narain-Moretti

Nascimento, S., Pólvora, A., Anderberg, A., Andonova, E., Bellia, M., Calés, M., . . . Spirito, L. (2019). Blockchain Now and Tomorrow: Assessing Multidimensional Impacts of Distributed Ledger Technologies. *Publications Office of the European Union*, 17-20.

Ordoñez, S. S., Hernandez, B. G., y Sanchez, R. S. (Diciembre de 2020). *Revista Vinculatégica*. Ley Fintech y la regulación para Criptomoneda Bitcoin: http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_2/55_Ordo%C3%B1ez_Hernandez_Sanchez.pdf

Ortiz, M. O. (Junio de 2022). *Revista Fisco Actualidades*. Aspectos fiscales de la enajenación de las criptomonedas para las personas morales: https://imcp.org.mx/wp-content/uploads/2022/06/Fiscoactualidades_junio_nu%CC%81m_106.pdf

Pérez, M. C. (Noviembre de 2020). *Consultorio Fiscal, UNAM*. Registro contable de efectos fiscales, Tratamiento contable de las criptomonedas: https://www.contadoresmexico.org.mx/Biblioteca/DescargarArchivo?d=d3l1f37lelomGwd3-9vHrQ%3D%3D&p=DbfInS_96uc_YvVIKaY-Gg%3D%3D&i=lFoexHJ6bZbK52xUzBrmcA%3D%3D

Quarles, R. K. (28 de Marzo de 2019). *Joint Conference of the European Central Bank and the journal of money, credit and Banking*. The financial Stability Board in 2019: https://www.fsb.org/wp-content/uploads/S280319.pdf

Revista Economia. (12 de septiembre de 2021). ¿Como nacen las criptomonedas?: https://economia3.com/como-nacen-las-criptomonedas/

Rodríguez, Q. O. (4 de Agosto de 2020). *ContadorMX*. NIF C-22 (Criptomonedas), manejo financiero de monedas virtuales: https://contadormx.com/2020/08/04/nif-c-22-criptomonedas-manejo-financiero-de-monedas-virtuales/

Ruani, H. M. (Abril de 2020). *Revista Mexicana de Ciencias Penales, Ciberdelitos*. Los Estados, las criptomonedas y la ciberseguridad: file:///Users/aracelitirado/Downloads/102-Texto%20del%20art%C3%ADculo-376-1-10-20200625.pdf

Salas, O. L. (junio de 2022). *Revista Relaciones Internacionales*. Criptomonedas y su efeccto en la estabilidad del Sistema financiero internacional: apuntes para centroámerica: file:///Users/aracelitirado/Downloads/Dialnet-CriptomonedasYSuEfectoEnLaEstabilidadDelSistemaFin-8886562.pdf

Tirado Gálvez, R. A. (2015). *Paraísos Fiscales, su impacto en la evasión y elusión fiscal del ISR,*.

Culiacán, Sinaloa, México: Once Ríos S.A. de C.V.

Tirado Gálvez, R. A. (Mayo de 2022). Los Esquemas Reportables y el Tratamiento Fiscal en México. *Revista Vinculategica, 8*(3). https://doi.org/ttps://doi.org/10.29105/vtga8.3-209

Torres, G. A., Carrera, S. M., y Partida, P. A. (Diciembre de 2021). *Revista Vinculategica*. Universidad Autonoma de Nuevo León: https://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/view/87/87

Influencia de los Factores Geopolíticos en las Disrupciones a la Cadena de Suministro.
(Influence of Geopolitical Factors on Supply Chain Disruptions)

Angélica Hernández Leal[1]; Silvia Padilla Loredo[2] y María Luisa Quintero Soto[3]

[1] *Universidad autónoma del Estado de México (México),*
ahernandezle@uaemex.mx, https://orcid.org/0000-0003-4478-5391
[2] *Universidad autónoma del Estado de México (México),*
spadillal@uaemex.mx, https://orcid.org/0000-0003-2279-137
[3] *Universidad autónoma del Estado de México (México),*
mlquinteros@uaemex.mx, https://orcid.org/0000-0002-4198-550X

Información del artículo revisada por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-404

Resumen

La economía mundial todavía no se ha recuperado completamente de las consecuencias pandémicas. El factor geopolítico es uno de los elementos más importantes para entender los esfuerzos por reactivar la dinámica comercial internacional, cuya interacción entre diversos Estados ha generado una gran cantidad de problemáticas tanto bélicas como territoriales, sanciones comerciales, posturas antagónicas pero principalmente demostraciones de poder que han afectado la cadena de suministros y en cascada el flujo de todo tipo de mercancías- materia prima, bienes intermedios y productos terminados- en todo el mundo. Entre las problemáticas que impacta la geopolítica, la que refiere a la deficiencia en las cadenas de suministros, ha sido posible observar, escasez, inflación, desempleo, paros técnicos o cierre de empresas; entre otros; reflejado principalmente en mayor pobreza e inequidad en la repartición de ingresos. El objetivo del presente documento es reflexionar la forma en que los factores geopolíticos han afectado a la cadena de suministros, mediante una investigación descriptiva de corte transversal con enfoque cualitativo, que analiza los hechos actuales cuyo resultado fue vislumbrar condiciones mundiales en general y nacionales en particular que pueden complicar aún más las condiciones globales a corto y mediano plazo.

Palabras clave: Cadena de suministro, política, conflictos, comercio, economía.
Códigos JEL: F13

Abstract

The world economy has not yet fully recovered from the pandemic consequences. The geopolitical factor is one of the most important elements to understand the efforts to reactivate international trade dynamics, whose interaction between various States has generated a large number of problems, both warlike and territorial, trade sanctions, antagonistic positions but mainly demonstrations of power that have affected the supply chain and cascaded the flow of all types of merchandise - raw materials, intermediate goods and finished products - throughout the world. Among the problems that geopolitics impact, the one that refers to the deficiency in the supply chains, it has been possible to observe shortages, inflation, unemployment, technical strikes or closure of companies; etc.; mainly reflected in greater poverty and inequity in the distribution of income. The aim of this document is to study the way in which geopolitical factors have affected the supply chain, through a descriptive cross-sectional investigation with a qualitative approach, which analyzes current events, the result of which was to glimpse global conditions in general and national conditions. that may further complicate global conditions in the short and medium term.

Keywords: Supply chain, politics, conflicts, trade, economy.
JEL Codes: F13

Introducción

Las cadenas de suministro son parte importante de la economía del siglo XXI, gracias a ellas se logra la comercialización internacional o regional. El orbe que en décadas pasadas se encontraba altamente interconectado en varios sentidos – mercantil, cultural, tecnológico, entre otros- ha tenido que reinventarse, reestructurarse, y reagruparse por los diversos factores que han iniciado con la presente década y marcan la tendencia de las futuras operaciones mundiales y regionales.

La recesión económica que surgió en el 2008 en Estados Unidos hizo que el PIB mundial pasara a ser de 1.68 %, el valor más bajo que se había visto en esos tiempos; como consecuencia de esta crisis se pensaba que los mercados descentralizados facilitarían la restauración económica necesaria, ya sea a través del prorrateo de los riesgos financieros o certificando una multiplicidad de suministros disyuntivos.

A partir del 2010 hasta finales del 2019 se observó un incremento importante en el comercio internacional debido a numerosos factores como la baja en las barreras aduanales y la normalización de los productos que son demandados para la comercialización de bienes y mercancías. En la parte logística hubo una mejora en la calidad y la prestación de servicios de transporte de carga, sin embargo, el acelerado desarrollo en las telecomunicaciones permitió que las transacciones de compra y venta fueran más eficaces debido a las herramientas tecnológicas que hoy en día permitan muchas funciones tanto para el consumidor final como el vendedor (Lara, et al, 2022) Por otro lado, la perturbación comercial efecto de las dificultades en las cadenas de suministro ha ahondado los conflictos de la globalización económica. -fronteras cerradas por la pandemia (Locke, et. al 2022); barcos detenidos por el accidente en el Canal de Suez, guerra comercial entre Estados Unidos y China, el cese de suministros en Europa del este por la invasión rusa a ucrania entre otros- en donde la geopolítica ha sido el factor detonante de estas complicaciones en abastecimientos que han afectado a los consumidores y trabajadores de todo el mundo; precisamente en esta interacción se centra este documento cuyo objetivo es ofrecer reflexiones acerca de la forma en que inciden estos dos preceptos en la realidad actual, la geopolítica y su influencia en la cadena de suministros, considerando principalmente la guerra comercial entre China y Estados Unidos, que se ha agudizado en la presente década y el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania agravado a partir del último lustro, así como algunos contratiempos derivados de la pandemia mundial Covid 19.

Este documento se organiza citando en primer lugar las propuestas teóricas que permiten concretar las unidades de análisis, así como algunas teorías que crean sinergia en su sustentación; a continuación, se describe el procedimiento metodológico que encuadró la elaboración el presente trabajo. Los resultados encontrados mediante la revisión documental se presentan en el apartado

cuatro, para dar paso a la discusión que confronta la propuesta de algunos autores tomados del estado del arte y la comparación con los objetivos y supuesto de investigación.

La estructura del texto se da de la siguiente manera: se inicia con el marco teórico, donde se hará un recorrido por el estado del arte para analizar la información que se tiene actualmente sobre el tema, además que parte de lo general, es decir, la propuesta del comercio exterior para llegar a la cadena de suministros, su teoría y elementos, analizando el sustento de la teoría de suministros, siendo este las teorías de costos de transacción y de la geopolítica, dentro de la que se establece la forma como dependen ciertos criterios. Posteriormente tenemos el punto dedicado al método, donde se explica la forma en que se llegaron a los resultados plasmados en el apartado con el mismo nombre, donde se habla sobre el collar de perlas chino y el collar de contención, y en adición algunos sucesos derivados de la actual situación entre Rusia y Ucrania, para llegar a la conclusión y los resultados.

Marco teórico.

El marco teórico que aborda las variables de análisis: geopolítica y cadena de suministros; inicia con una síntesis del estado del arte sobre ambos conceptos y su posible vinculación.

Estado del Arte.

Ruggie et al (2005), analiza la contribución de Has quien llamó fuertemente la necesidad de analizar la geopolítica como la relación poder- economía entre los Estados y cómo estos factores se ponderan por encima del bienestar humano; es decir las políticas económicas nacionales y regionales por encima de la calidad de vida de los habitantes.

25 años después del auge de la globalización, Bravo (2014) propone un análisis más preciso de la geopolítica cómo objeto del conocimiento epistemológico en analogía con la economía mundial y las relaciones de poder en el sistema internacional desde un enfoque cíclico e interdisciplinario que permita la reflexión sobre los vínculos e influencia mutua entre, geografía, Estado, economía, sociedad (entre otros).

Algunos de estos mismos factores multidimensionales que generan tensiones geopolíticas, son abordadas por quienes Santillán (2012) mencionan como primer factor la guerra comercial entre los principales actores internacionales (China y Estados Unidos) que vicia el entorno global al confundir al resto de las naciones sobre la forma de relacionarse con estas potencias y qué postura fijar en los aspectos clave como los ambientales, energéticos y de política internacional. Esta pugna también se ve impactada por la Unión Europea y su decisión de establecer gravámenes fiscales a las plataformas digitales, además de que la UE, se niega a depender tanto de China en productos tales como suministros médicos; en adición se han dado fuertes críticas a esta última nación por sus prácticas

desleales de subsidios a la mercancía de exportación (Uc, 2008).

Las interrupciones en este rubro han causado muchos problemas de comercialización y por ende económicos, debido a falta de materias primas y bienes intermedios que resultan en procesos de producción paralizados, etc. Lo anterior agudizado por el cambio climático, la economía y la geopolítica.

Entre los principales factores se encuentran la guerra comercial entre Estados Unidos y China seguido de la pandemia por la COVID-19 (Casillas y Ortíz, 2020) y finalmente la invasión de Rusia a Ucrania. Desde el punto de vista China quiere seguirse ampliando en poder, mientras Estados Unidos sigue siendo su mayor amenaza.

Sin embargo, el presidente estadounidense Joe Biden ha puesto en marcha una nueva alianza en la región del Indo-Pacifico donde forma parte Estados Unidos, India, Japón y Australia, todos ellos unidos porque ven a China como una amenaza potencial.

En cuanto a China se ha mostrado agresiva con Japón e India, Hong Kong y Taiwán, este último está siendo apoyado por Estados Unidos en un caso remoto de tener que defender militarmente a Taiwán (González, 2020)

Rowsell (2022) explica que, debido a la guerra de Rusia contra Ucrania, las cadenas de suministro globales se derrumbaron por el acceso a los productos básicos.

Antes de que Rusia invadiera Ucrania se acusó a este último de agravar la crisis energética de Europa, pero con las interrupciones del COVID-19 esta crisis se agravó, tanto que las decisiones energéticas y los suministros de alimentos elevaron de precios.

Sin embargo, no todo es guerra y pandemia, dado que las tendencias e ideologías políticas también afectaron a las cadenas de suministro; como el cambio de presidente de Estados Unidos y el fallo de Reino Unido por salirse de la Unión Europea (UE). La política económica de Trump permitió que las empresas estadounidenses priorizaran en fabricación nacional y las cadenas de suministro al reducir las inversiones en otros países y las importaciones.

GTA. (2023) señala que las crisis que los países enfrentan actualmente no serían motivo de retroceso en la globalización, sino que existiría una mayor regionalización donde existen mejores áreas de aprovechamiento como turismo, biodiversidad y energía.

Desde una perspectiva económica existen núcleos regionales en donde se centra el valor agregado de las exportaciones, este núcleo compuesto por países como México, Chile, Colombia, Perú, Brasil y Argentina, donde sus principales transacciones comerciales se dirigen a Asia, el Pacífico, Estados Unidos y Europa; no obstante las cadenas de valor donde participan estos países tienen sus diferencias por ejemplo las exportaciones de México se van a Asia en donde se mandan productos primarios, mientras que en México lo que más se exporta son manufacturas.

La teoría del comercio internacional

Analizando el marco teórico con un enfoque deductivo, es decir de lo general a lo particular, se menciona el comercio internacional como una conjunto de elemento que lo llevan a su buen fin, donde incluye, la calidad de los productos ofrecidos a partir de las diferentes cadenas de suministro, los acuerdos y voluntades de los países involucrados, ya sea como países de origen, de tránsito y anfitriones a que todo se realice de la mejor manera para que los intercambios comerciales sean logrados en tiempo y forma; no obstante en este estudio, se analizarán específicamente las dos variables mencionadas en apartados anteriores, la independientes que son los factores geopolíticos y la dependiente que son la cadena de suministros en su elemento logístico (Sánchez, et. Al, 2021)

La Cadena de Suministro: Teoría de la Cadena de suministros

Con la finalidad de entender la importancia de este constructo iniciaremos con la definición; la Cadena de Suministro (CS) es un entramado de elementos que incluyen organizaciones, empresas, personas, acciones, información y recursos implicados en la fabricación, administración y repartición de bienes y servicios. Incluye todas las actividades de los procesos logísticos para hacer llegar los productos y servicios del productor al cliente, incluso el abastecimiento de materias primas, productos terminados y todo lo relativo a la necesidad humana. Cómo unidad fundamental para la satisfacción de las necesidades sociales la cadena de suministro debe fluir ininterrumpidamente. La teoría económica, (Maturano, 2020) refiere la CS (integración empresarial vertical) como una forma de hacer eficientes los procesos y mejorar los costes, por la especialización de sus elementos básicos, listados a continuación:

Proveedores de materias primas; Fabricantes que transforman la materia prima en productos intermedios o terminados; Cadenas logísticas que mueven los bienes del productor inicial a algún otro en el caso de bienes intermedios y/o al productor final en el caso de productos terminados; Canales de comercialización, de cualquier tamaño (mayoristas/minoristas); y el cliente o consumidor final; en este caso en particular hablando de la influencia de la variable independiente y cómo afecta estos elementos, se debe recalcar que el impacto es cíclico, si las cadenas logísticas fallan en la entrega de materias primas, el resto del proceso cae en cascada y si además los pocos productos terminados también tienen problemas de movilidad se da una escasez generalizada, es decir los factores geopolíticos impactan toda la cadena de suministros internacional

No obstante, cómo lo hemos podido constatar durante los últimos tres años, no todo es beneficio, a continuación, se mencionan algunas ventajas y desventajas de la cadena de suministros.

Ventajas con base a su eficiencia: Cuando se administra de forma correcta optimiza el flujo de materia, energía, información etc.; Responde de una mejor forma a las necesidades de clientes,

consumidores y usuarios; La especialización y la economía de escala que se deriva de la CS genera reducción de costes cuando es administrada con eficiencia; Al mejorar los rubros anteriores genera para toda la cadena en cascada mayor competitividad y permanencia en el mercado.

La teoría de la cadena de suministro nace en los sesenta como consecuencia de aglomeración de actividades existentes en una empresa, dichas actividades incluían la gestión de inventarios, almacenamiento, despacho de carga y servicio al cliente, (Álvarez 2017).

Desventajas: Resulta de gran complejidad su correcta administración y el retraso de alguna de las entregas o actividades deriva en un problema que permea a varias de las empresas involucradas; Existe mucha dependencia tanto entre los miembros de la cadena como en factores ajenos principalmente macroeconómico -variaciones en la demanda y en la economía, desastres naturales y principalmente geopolítica-; En ocasiones el ser elemento de una cadena, puede ser onerosa por la necesidad de inversión en tecnología, infraestructura y recursos humanos calificados.

Como colofón a este apartado podemos ver que la CS tiene su origen en la materia prima y concluye una vez que el producto ha sido desechado o reciclado, siendo su punto crucial el adquirir el producto/servicio adecuado, en el lugar más conveniente, en el momento en que es requerido, al costo total correcto. Este constructo se sustenta en al menos dos propuestas principales:

Sustento en la Teoría de los recursos y las capacidades:

Esta propuesta busca aclarar la competitividad de las empresas a partir de la especialización en la producción de bienes y servicios; Hace ya cuatro décadas que el enfoque de competitividad ha sido explicado por los recursos con los que cuenta la empresa más que en la posición de sus productos (Porter, 1985) Es decir que la competitividad más que referirse a un mero aspecto comercial, nace con los sistemas de producción. Otra interrogante que dio pie a esta teoría fue el contestar porqué las empresas se diversificaban (Aldana y Bernal, 2018)dónde el resultado fue el presentar a la empresa como un cúmulo organizado de recursos, diferente al enfoque productivo de la teoría presentada por Porter; los recursos con los que cuenta una unidad de negocios le permiten predecir su crecimiento y futuras lindes de expansión (De León et al., 2018) .

Sustento en la teoría de los grupos de interés:

El fundamento de los grupos de interés en la formación de la CS se encuentra en que las empresas se integran a partir de un compromiso común de la satisfacción de un segmento de mercado; esta satisfacción traerá por ende derrama económica en inversionistas, empleados, clientes – ya sea bienes intermedios o terminados-, es decir abarcará a las partes interesadas en el progreso de la empresa a 360 grados.

Las partes interesadas son atesoradas porque ayudan a una empresa a alcanzar sus objetivos

(Solís, 2017) no obstante, cualquier falla en los ingresos en los negocios pondrá en peligro la relación con los grupos de interés. La integración y permanencia de una organización a una cadena de suministro para la producción-comercialización, disminuye notablemente el riesgo (Halldorsson y Haily, 2015)

Busse et al. (2017) reitera este punto afirmando que las Cadenas productivas y CS se convierten en constelaciones ampliamente competitivas por su naturaleza cooperativa y que a menudo se involucran en actividades más allá de las que pactadas originalmente para garantizar que esta sea sostenible y a largo plazo.

Este ángulo se basa totalmente en la creencia de que los grupos son, por naturaleza, sistemas cooperativos, y que dentro de sus contratos explícitos o tácitos se entiendo el papel que juega cada uno de ellos y que mientras esté en su poder lo desempeñarán exitosamente.

Sustento en la Teoría de los Costos de Transacción (TCT)

La teoría de los costos de transacción en una de las propuestas ampliamente usadas como bagaje de la cadena de suministros por su especialización en lograr que lo invertido la producción y transacción principalmente aquellas que traspasan las fronteras se reduzcan para incrementar las utilidades obtenidas.

Por supuesto también se consideran los costes de la organización logística, gestión y seguimiento entre mercados. (Halldorsson y Haily, 2015)

En este sentido, la eficiencia se posiciona como la principal variable para calcular el desempeño, concebida como un ejercicio de economizar costos y se imputa a formas organizadas Este tipo de transacciones, donde se intercambia una promesa de desempeño futuro (Halldorsson & Haily, 2015) y se establece un contrato, son el objeto central de estudio de la TCT. Si los costos de transacción se vuelven eficientes y confiables dentro de la CS, se puede aplicar la máxima de que "la confianza en la cooperación es un bien que lejos de gastarse, se incrementa con el tiempo"

Teoría de la Geopolítica

La segunda teoría es de la geopolítica, dentro la cual conoceremos porque de ella dependen ciertos criterios que afectan a la cadena de suministro y al comercio exterior.

Aunque la geopolítica como objeto de estudio ha encontrado sus nuevas tendencias a partir de la globalización, siempre se ha centrado en medio de las relaciones internacionales que precisamente por su ubicación ya sea dentro del globo o bien en naciones y gobiernos cercanos en la cúspide de la competitividad, contribuyen a marcar la estructura del poder (Dallanegra, 2010).

El término "Geopolítica, fue mencionado por primera vez por el jurista sueco Rudolf Kjpellen quien la definió como: "*la teoría del Estado como organismo geográfico o fenómeno en el espacio",*

con esto es fácil inferir que se refería a un aspecto político con una influencia geográfica, (Ramirez y Sarmiento, 2023)

En la precisión del concepto, la palabra Geopolítica se integra de “geografía” que se refiere a la ubicación dentro del globo terráqueo de “algo” y “política” que se refiere al gobierno y la organización de las sociedades humanas dentro de un territorio.

Bajo esta óptica se entiende a la geopolítica como el impacto a nivel geográfico (todo el orbe) de las decisiones de gobierno que se tomen en un territorio dado.

Desde la óptica alemana, se justificaba el expansionismo ya que existía una cercanía al narcisismo, esta teoría cuenta con factores a favor y en contra. Reinhart Koselleck famoso historiador alemán del siglo XX explica que la derrota militar derivada por la segunda guerra mundial estuvo mal empleada en los análisis geopolíticos y es por ello por lo que este punto es considerado como un factor en contra (Rosales, 2022)

Durante el período del sistema multipolar de 1815 a 1914 se buscaba tener el control de la materia prima para la Revolución Industrial, así como una fuerza laboral esclavizada, pero sobre todo barata, además de controlar los mares para subyugar las rutas mercantiles y los mercados. Sin embargo, dichos sucesos llevaron a sugerir una organización política para poder tener un territorio delimitado, una población constante y un gobierno con ello nace el término Estado-Nación, el cual sirvió como actor principal en esta disciplina. (Bravo, 2014)

Dentro de la geopolítica existen varios tipos como:

Geopolítica práctica la cual está liderada por el estado, instituciones políticas y burocracia internacional; Geopolítica formal está integrada por una comunidad estratégica dentro de un estado; Geopolítica popular fundada por personajes de la comunidad popular transnacional a base de revistas, periódicos, novelas, producciones, etc.; y Geopolítica critica formada por la cultura resistente, la cual está en contra de los discursos elaborados por el gobierno y no tienen influencia en las decisiones políticas.

La geopolítica está identificada por las cosas eternas y por las tendencias transformadoras, así como por la geografía y sus delimitaciones estructurales que moldean a las personas y naciones. Su función central es ser parte de la condición humana, es decir, ser moderador entre el lugar y la nación, así como saber sus limitaciones y cuáles son los actores principales.

Principios de la Geopolítica.

Dentro de las varias escuelas que a lo largo de los siglos han estudiado la geopolítica, se ha dado un consenso de los principios de operación geográfica, aunque varios de ellos han sido “prestados” por otras ciencias, las propuestas concretas son las siguientes. (Solís, 2017)

Principio de causalidad: se afirma que los hechos geopolíticos obedecen a factores derivados del mundo real, humano, ecológico biótico o una combinación de ambos; las reacciones que abarcan a más de un territorio deben ser analizadas por conexión o por vinculación; en el primer caso este enlace puede ser histórico, es decir consecuencia de algo ocurrido tiempo atrás- el caso de las Islas Malvinas-. Sobre la vinculación se dice que será siempre lineal y tendrá consecuencias a corto plazo, ejemplo: sequias prolongadas, problemas políticos, falta de trabajo que causa inminentemente migración.

1. Principio de observación. - cómo proceso básico de investigación, a través de este principio conocemos el qué, cuándo y cómo se darán los eventos políticos que pueden impactar las regiones, esta premisa bien ejecutada nos permitirá conocer el inicio, desarrollo y hasta producir los posibles desenlaces para prevenir daños fortuitos; este ejercicio se da a partir del análisis de los medios informativos, notas periodísticas y publicaciones digitales entre otros.
2. Principio de localización. - La interrogante que se contesta por este principio es ¿Dónde? Considerando que el emplazamiento geopolítico no suele ser específico por los diferentes aliados, colonias y territorios afectados por un Estado; por ellos un evento geopolítico puede alcanzar los lugares más opuestos del planeta, tal como la OTAN, que es una asociación unida en la defensa del petróleo que abarca varios continentes.
3. Principio de la unidad: partiendo del hecho que las situaciones geopolíticas desatan un efecto dominó, este principio contesta las preguntas ¿con qué? Y ¿con quién?, teniendo como principal y potente ejemplo las dos guerras mundiales del siglo XX.
4. Principio de superposición y asimetría. Este principio sostiene que los eventos geopolíticos no suceden como acciones aisladas, sino por causas interrelacionadas o superpuestas; como ejemplo se puede mencionar la disminución gradual del uso de hidrocarburos por una energía más sustentable; la asimetría señala que los eventos geopolíticos no se dan con la misma intensidad y frecuencia o dimensión, por lo que es posible su estudio independiente.
5. Principio de comparación: también llamada analogía y dimensionamiento, fue el principal aporte de Carl Ritter mencionado por Kunhardt (2022) quien propone que es fundamental la comparación de hechos similares-tiempo y espacio- tanto en sus orígenes como en sus consecuencias para llegar a conclusiones adecuadas, que eviten repetir el ciclo de fallas a partir de la comprensión de los hechos, capitalizar las experiencias y convertirlas en conocimiento.
6. Principio del cambio: todos los sucesos geopolíticos sufren mutación y no suelen darse nuevamente con las mismas peculiaridades y dimensión por lo que es necesario estudiarlos

como hechos transformables; un ejemplo claro de esto son las varias veces que Alemania ha tratado de dirigir los destinos europeos en diferentes intensidades.

7. Principio de síntesis. Sostiene que independientemente de las pugnas o movimientos políticos que se den a nivel geográfico, finalmente se ordenará de acuerdo con una estructura integrada y con diversidad espacial, hallarla y delimitarla, será tarea de la geopolítica.

Estos principios sumados a la metodología de estudio de la geopolítica – motivo de un nuevo trabajo- dan origen a las escuelas geopolíticas, que proponen diferentes formas de comprensión de estos fenómenos a partir de enfoques estratégicos de los diferentes Estados ponderados en las que se pueden percibir sus posturas concretas y aspiraciones de poder; en este documento se presentan las principales.

Escuela alemana: utiliza la geografía como elemento del poder bajo las aspiraciones de dominio del *führer*, distinguiendo tres elementos principales; las propiedades físicas del área, el pueblo con todas sus variables y las situaciones morfo-políticas de la capital, regiones, zonas, colonias, entre otras; Escuela Inglesa: Basada en el vasallaje mundial partiendo del dominio de mar y tierra; Escuela norteamericana: con la guerra fría se ha tratado de descalificar la geopolítica alemana y a conservar la fuerza de la geografía política a través de métodos didácticos y analíticos; Escuela Francesa: fundamentada en la capacidad de los humanos para impactar en las fronteras políticas, geografía y medio ambiente.

En síntesis, este apartado señala la geopolítica como el análisis del Estado en su rol de fenómeno político ubicado en un espacio terrestre que tiene impacto en una o varias regiones, continentes o a nivel global; a partir de este supuesto se estudiará los acontecimientos actuales.

México en la Geopolítica.

Leal et. Al (2023) enfatizan la compleja transformación post pandémica que sufre la economía mundial por diversas situaciones -consunción neoliberalista-, lento crecimiento de la manufactura, avances tecnológicos dispares por regiones entre otros. Los múltiples escenarios geopolíticos podrían ser aprovechados por México en un acercamiento a la inversión de China, lo que sería una muy buena oportunidad en caso de una recesión norteamericana; no obstante la asociación de nuestro país con Estados Unidos encuadran la supuesta falta de interés del gigante asiático para invertir en suelo mexicano, dejándonos en una situación de extrema vulnerabilidad en caso de una recesión al no tener mecanismos internos neutralizantes dado que a pesar de los diferentes rubros de inversión del Estado mexicano, no solo no se ha desarrollado la infraestructura productiva necesaria para competir en igualdad de circunstancias, sino que se han deteriorado las existentes, como ejemplo tenemos las

difíciles negociaciones que se dieron con la marca Tesla para su instalación en Monterrey por la carencia de agua y las prolongadas sequías, así como la falta de inversión externa por la complicación del suministro de energía eléctrica.

Cabe mencionar que existen factores que alteran la geopolítica y entre los principales son las tensiones externas donde interviene la política, la economía y la demografía, sin embargo, el balance es cambiante ante cualquier circunstancia y las respuestas son inevitables ante tales cambios.

Teoría de la Dotación de Factores de Producción

La última teoría es la de dotación de factores la que facilita la comprensión porque a pesar de que las condiciones geopolíticas llegan afectar a la cadena de suministro hay otros países que dejaron de ser dependientes y ellos mismos pueden proveer productos a otros países, según la fortaleza en los factores productivos marcados por este supuesto.

El modelo fue desarrollado por Eli Heckscher y Bertil Ohlin en 1977, manifiesta que la ventaja comparativa se establece por la interacción entre los recursos de un país como la profusión, los componentes de producción y la tecnología.

La teoría explica que, el comercio internacional se lleva a cabo de la siguiente manera: nuestro país y el extranjero comercian entre sí, pero sucede algo más que un sencillo intercambio de bienes, se puede decir que los países involucrados intercambian también factores de producción.

El modelo se basa en tres supuestos:

Ambos países generan estos bienes: la uniformidad en el precio de los componentes es posible sólo sí estas naciones son análogos en cuanto a factores; Los países cuentan con una base tecnológica similar: esta aserción no es válida dado que ninguna nación se encuentra en completa igualdad de circunstancias macroeconómicas en relación con la otra, principalmente si se habla de investigación y desarrollo que se deriva en avances tecnológicos; El comercio nivela el precio de los bienes en ambos países: en realidad esto no sucede si se consideran las barreras comerciales como aranceles, cuotas, subsidios, etc.; es por ello por lo que no necesariamente los países deben producir el mismo bien, si no que deben poseer los mismos factores para que este modelo se lleve a cabo.

Método

Planteamiento Del Problema

Cómo ya se planteó en apartados previos las diferentes decisiones geopolíticas han afectado fuertemente distintas cadenas de suministros, como ejemplo de ellos se encuentra la interrupción de la fabricación automotriz acaecida, el año pasado, la inflación mexicana causada por la escasez de productos chinos y otros más que se analizarán en el siguiente apartado; todo ello proveniente de los

distintos niveles de problemas geopolíticos – que en este estudio es la variable independiente- y la forma como estos conflictos de trascendencia mundial han afectado y en muchos casos ha causado disrupción a la cadena de suministros que sería la variable dependiente; la selección de estos elementos se basa en el estudio de la realidad logística internacional que provoca falta de productividad y por ende desabasto en muchos países alrededor del mundo (Giese et al., 2022)

Es importante aclarar que la pandemia solo fue el inicio, la sucesión de eventos ha sido grande, desde el accidente en el Canal de Suez, inmovilizando al 10 % del tráfico de mercancías del mundo (González, 2020), la crisis de contenedores - tanto en mar como en tierra- la guerra comercial entre China y Estados Unidos que contempla una muy buena cantidad de aliados y la invasión rusa a Ucrania, han traído fuertes complicaciones a la logística marina, considerando que el 80 % de los productos consumidos por habitantes alrededor del orbe son transportados por esta vía; además de los problemas bélicos mencionados que afectan también las vías aéreas.

Diseño De Investigación

El enfoque de la óptica descriptiva permite la narración del fenómeno en observación sin intervención alguna; los resultados se plasman a partir de un análisis documental de los sucesos actuales en un corte transversal con una perspectiva cualitativa, de la historia viva -ocurriendo en el presente-.

El proceso de investigación fue: en un primer momento el análisis de los estudios de frontera de donde surge el estado del arte; la definición de las unidades de análisis a partir del marco teórico, y la recopilación de datos para el estudio presentado en resultados mediante la descomposición y observación de los eventos actuales que involucran la geopolítica y las afectaciones a la cadena de suministros, con el objeto de validar o desechar el siguiente supuesto de investigación

Hipótesis.

El supuesto que da origen a esta investigación es: las condiciones geopolíticas son determinantes en el buen funcionamiento de la cadena de suministros a nivel mundial.

Pregunta de investigación

¿Hasta dónde afectan los factores geopolíticos la logística y en consecuencia el desabasto en la cadena de suministros?

Descripción Del Método.

El método de investigación empleado es deductivo-analítico, donde a través de ciertos autores y teorías se pretende explicar cómo es que las decisiones tomadas por Estados Unidos, Rusia, China y sus aliados han afectado las cadenas de suministro con un análisis documental de los

acontecimientos ocurridos en los últimos años.

Resultados.

Después del examen de diversos acontecimientos acaecidos en la presente década -Pandemia por Covid 19, Aja Díaz, A. et al 2021; guerra comercial entre Estados Unidos y China, Binoy, B. 2022; Conflictos entre Rusia y Estados Unidos, y distintas alianzas de cada lado) y que han abonado a la escasez, inflación, desempleo y sobredemanda, se encontró lo siguiente:

Tres años después del inicio de la Pandemia Covid 19, el universo comercial marcado por la globalización no se ha podido recuperar del espectro logístico y productivo porque aún no se ha regulado la disponibilidad de contenedores sin soslayar que la mano de obra se transformó en un escaso bien, que además por las modalidades de empleo (trabajo en casa) y la muy lenta recuperación de la economía, tal parece que todavía no termina la primera debacle, cuando la industria a nivel mundial tiene que enfrentar una nueva crisis, la de la revuelta fuerza geopolítica.

Los distintos conflictos aquí señalados apuntan a un nuevo retraso en la logística de entrega tanto de materias primas como de productos terminados, tomemos por ejemplo al conflicto bélico Ucrania Rusa que cómo ya se ha mencionado ha encarecido los cereales deteriorando la alimentación mundial o los chips necesarios para tantas cosas que han sufrido retraso por el problema de logística "el collar de perlas y el collar de contención" de la guerra comercial México, Estados Unidos.

Una Geotormenta perfecta.

La "tormenta perfecta" describe un suceso en que una combinación fortuita de factores agudizará una mala situación hasta convertirla en una catástrofe; tal es el caso de los distintos conflictos bélicos, comerciales y de salud que pueden llegar a causar una debacle de suministros en el mundo

La inestabilidad mundial en general y europea en particular, se ha agravado con la invasión rusa a Ucrania, más allá del aspecto humano y físico local, muchos países se han visto afectados por la provisión de alimentos básicos como el maíz, el trigo y la cebada de los que estas dos naciones cubren el 15 %, 28 % y 30 % de la producción mundial; (Giese et al., 2022) esto sumado a la afectación global de la agricultura por la escasez de fertilizantes provenientes de ellos, está arriesgando la seguridad alimentaria que en el mediano plazo se sentirá de forma generalizada.

Además las sanciones comerciales impuestos tanto a Rusia como a bancos rusos alrededor de la orbe por organizaciones mundiales (OTAN) bloques regionales y países tales como la Unión Europea, Estados Unidos, el consejo europeo, Japón, Australia, Canadá, Corea del Sur y Taiwán entre otros, ha repercutido en los suministros mundiales desequilibrando la demanda y aumentando los

costos en otras regiones, (Reuters, 2022) por la importancia de Rusia como exportador de diversos metales y minerales esenciales, para múltiples usos automotrices e industriales, además de que Rusia es el segundo proveedor mundial de hidrocarburos solo por debajo de Estados Unidos esto provocará una inflación aún mayor de la que hemos sufrido muchos de los países, desarrollados o no y que desafortunadamente su tendencia es a la alza.

El Conflicto Comercial e Industrial Entre China y los Estados Unidos.

Los conflictos comerciales datan de 2018 cuando se lanzó una campaña en contra de China acusándola de prácticas desleales de comercio, robo de propiedad intelectual y los elevados precios a los consumidores que trajeron complicaciones con agricultores y fabricantes estadounidenses, y que provocaron la inestabilidad en las bolsas de valores e impactaron de manera negativa los indicadores económicos.

Collar de Perlas y Collar de Contención.

Cabe destacar que el principal país que sobresalta con la geopolítica es China por lo que una de sus estrategias más sobresalientes es la del *collar de perlas*, que supone crear una cadena de bases y puertos para asegurar los suministros para China y a su vez mantener controlados a sus vecinos (Munguía, 2022). La seguridad comercial son una de sus dificultades geográficas para China, así como la densidad del tráfico marítimo, dado que su flota comercial atraviesa regularmente por aguas "políticamente" hostiles, es por ello por lo que esta potencia comercial ha iniciado una política de multiplicidad en sus rutas comerciales con el fin de transitar y así someterse al camino que utilizan generalmente otros países y es la popular *ruta de seda,* (González, 2020) .

China ha logrado posicionarse a lo largo del Sudeste Asiático con bases militares quienes le permiten dos cosas, la primera establecer puntos de control y la segunda tener influencia sobre los mares asiáticos y sobre todo el océano Índico que a pesar de ser lejano a sus costas chinas, le permitirá resguardar tanto sus exportaciones como sus requerimientos energéticos (hidrocarburos y carbón) y si es posible lograr una postura aventajada para la vigilancia náutica de toda la zona asiática y que hoy por hoy es conocido como el famoso *collar de perlas.*

Estados Unidos no se queda atrás ya que este ya contaba con un posicionamiento en el sudeste asiático y el Índico con relaciones políticamente sólidas y bases operativas, relaciones con las que China no contaba y que se verán débiles ante Estados Unidos por lo que su estrategia del *collar de perlas* tendrá que empezar desde cero (Binoy, 2022) .

Inicialmente, Estados Unidos había pensado en el mismo collar, es decir, instalar infraestructuras en la ruta de petróleos hacia puertos asiáticos y tener un acceso rápido y fácil, sin embargo, China se vio más rápido, por lo que Estados Unidos se ha decidido por usar las instalaciones

ya existentes en Asia- Pacífico y Oriente Próximo, esto con el fin de mantenerse a la defensiva y responder a las intenciones asiáticas. Cabe destacar que el llamado *collar de contención* de Estados Unidos es más lineal ya que cuenta con alianzas en la zona, su capacidad militar es más amplia y potente.

Guerra Rusia-Ucrania.

La guerra declarada por Rusia contra Ucrania de igual forma complicó las cadenas de suministro con el abasto de granos alimenticios, la disponibilidad de materias primas y la libre operación de diversas rutas marítimas; como consecuencia se evidenció el incremento de las cotizaciones de productos, mercancías y servicios de transporte. Otro impacto son las restricciones para las operaciones productivas de empresas rusas en occidente y un ambiente de amenaza con extenderse a otras regiones como Corea del Norte y China.

Vía Marítima.

Derivado de los sucesos de Rusia y Ucrania alrededor del 90 % de las mercancías y productos básicos son transportados por el mar, dado que las capacidades de transporte son escazas.

Los costos de combustible han aumentado, las rutas de algunos transportes han sido alargadas debido al desplazamiento de las cadenas de suministro.

De manera puntual, aunque no absoluta -porque solo se listan algunas de las afectaciones-, ha aumentado el riesgo de operación en el Mar Negro, por el incremento de las primas de seguro que por el peligro implicado han subido cuantiosamente tanto en el abastecimiento de petróleo en todo el mar báltico además de la insolvencia de contenedores que al rentarse más caros por el riego citado encarecen los productos que portan. Además de los productos citados en párrafos anteriores las exportaciones a la UE de carbón y de aceite de girasol ha obligado a Asia y a la UE a buscar proveedores más lejanos a quienes no les ha sido posible solventar este déficit comercial, dado que los dos países en conflicto son los mayores exportadores de este bien y representan juntos el 79 % del volumen del comercio mundial.

Las sanciones financieras impuestas a Rusia, también han tenido su efecto obligando a los clientes petroleros rusos a buscar un proveedor alterno, impactando el costo del flete y sin la capacidad instalada adecuada, de igual forma los gases naturales y licuados tan necesarios para la sociedad y la industria que no pueden ser surtidos por Rusia, han reestructurado los flujos globales de abastecimientos de esos productos y del alza de precios en cascada dado la naturaleza del producto – requerido para muchos aspectos de la manufactura y el transporte principalmente- en adición, la política de China de cero Covid que ha mantenido confinados a varios puertos como Shanghái y Shenzhen, contribuirá a la carencia de contenedores que transportan mercancías alrededor del mundo

y por ende a un encarecimiento global generalizado (Casillas, 2020)

El Fenómeno de la Migración.

Como menciona Ajá Díaz, A. et al 2021, otro aspecto importante que se ha intensificado a lo largo de la pandemia es la migración de grandes grupos de personas quienes buscan mejores condiciones de vida y expectativas laborales en otros países. Se ha registrado la salida masiva de ucranianos a distintos países de Europa quienes huyen de Ucrania derivado de la guerra existente con Rusia. Por otra parte, las caravanas de migrantes procedentes de Centroamérica, el Caribe y Sudamérica que buscan el "sueño americano" y su destino es Estados Unidos, atraviesan principalmente territorio mexicano (Reuters, 2022)

Acciones de Contracción por Razones Geopolíticas

Los hechos descritos en este documento han abonado a la "desglobalización" para sumar también en la regionalización, a continuación, se describen algunos hechos encontrados.

Según el Global Trade Alert, de 2008 a la fecha, las estrategias proteccionistas han aumentado tres veces más que las aperturistas en la mayor parte del mundo. (GTA, 2023).

Más de la mitad de los ingresos de las empresas Fortune Global 500 -el 66 % para ser exactos- proviene de sus mercados regionales. (Bove, 2022),

Entre los 27 países miembros de la Unión Europea producen dos tercios de sus intercambios comerciales. (Bove, 2022)

Según el Asian Development Bank, desde 1990 el comercio interregional en Asia ha ido en aumento, pasando del 45 % en 1990 hasta llegar al 60 % actual. (GTA, 2023).

Afectaciones en México.

El endurecimiento de las tasas de intereses en las diversas naciones como medida para bajar la inflación mundial, ha repercutido en la insolvencia de componentes básicos para la fabricación proveniente de países asiáticos en particular de China, que a su vez han causado escasez e inflación y paros técnicos; una de las más afectadas fue la industria automotriz donde en los últimos dos años y todavía no recuperados actualmente bajaron del 20 % al 3 % con un retraso de entrega de unidades de hasta cuatro meses; esta industria ha perdido definitivamente al menos a 16,000 puestos de trabajo de los 946,000 con los que contaba en 2019, sumando además las reducciones de salario por los diversos paros técnicos.

Conclusiones y Discusión

Retomando el supuesto que da origen a esta investigación sobre si "Las condiciones geopolíticas son

determinantes en el buen funcionamiento de la cadena de suministros a nivel mundial" se ha encontrado que, mientras exista intereses de potencias mundiales tales como China, Rusia, Estados Unidos y los aliados de todos y cada uno de ellos, existirá el riesgo que ya sea por conflictos bélicos; sanciones y embargos comerciales, apropio de rutas aéreas y principalmente marítimas habrá riesgo de disrupción en las cadenas de suministro con las obvias consecuencias de escasez de materias prima, bienes intermedios y productos o servicios para la mayoría de los habitantes del mundo; por lo tanto la hipótesis planteada se acepta como cierta.

A través de autores como Leal y Dabat (2023), y Ramírez & Sarmiento (2023) quienes afirman que debido a los conflictos políticos las cadenas de suministro se han visto seriamente afectadas, no siempre se debe depender de ciertos países para suministrar los productos básicos y que se debe poner en marcha los tratados y ver más allá de las grandes potencias, de ahí que se hayan agudizado las tendencias de regionalización que se han tratado en el último apartado de los resultados,

De igual forma se encuentran coincidencias con la propuesta de Leal et al, en relación con la complejidad de la situación mexicana que se ubica en medio de la disputa de dos líderes comerciales -Estados Unidos y China- y la falta de captación de inversión extranjera que trae a México este conflicto.

Cómo se aprecia, son precisamente los factores geopolíticos los que han generado las tendencias de repliegue en los bloques comerciales en una constante estira y afloja de las políticas, sanciones, bloqueos, entre otros.

Referencias

Aja Díaz, A. et al (2021). COVID-19, migración externa y desplazamientos territoriales en Cuba, una mirada diferente a la población residente en la capital del país. *Revista Novedades en Población*, 16(32), 46-83. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1817-40782020000200046

Aldana, B. J. & Bernal, T. C. (2018) Soft Factors in the Integration Management of Supply Chains and/or Networks: Approach to a Conceptual Model. *Información. Tecnológica*, 29 (2), 103-114.

Álvarez, Eduardo, Veríssimo Fernanda (2017) Power and culture in supply chains: contributions of the strategic action fields approach. *Production*, 7(00), 1-11. https://www.scielo.br/j/prod/a/KDkyDKvYc6SSJzBMJjtN89k/?format=pdf&lang=en

Binoy, B. (2022). India's Necklace of Diamond as a counter strategy to the Chinese String of Pearls: comparative Analysis. *Research Trends and Innovation*, 7(10), 163-166. https://www.ijrti.org/papers/IJRTI2210022.pdf.

Bove, T. (2 de octubre de 2022*). Europe's deglobalization and surging nationalism have echoes of the 1930s. Now it's heading into a major energy*. Fortune. crisishttps://fortune.com/2022/10/02/europe-similar-1930s-trends-populism-isolationism-energy-crisis/

Bravo, Á. (2014). A new perspective of the study of the World scenario: Geopolitics and nternational Relations from an epistemology of imagination. *Intersticios sociales*, (8), 1-27.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_ arttext&pid =S2007-49642014000200001&lng=es&nrm=iso.

Busse, C., & Shleper, W. (2017). Extending the supply chain visibility boundary: Utilizing stakeholders for identifying supply chain sustainability risks. *International Journal of Pahysical Distribucion & Logistics Management,* 47(1), 18-40. https://doi.org/10.1108/IJPDLM-02-2015-0043

Casillas, Á. H., & Ortiz, B. M. (2020). Los retos de la cadena de suministros ante la pandemia de COVID 19. *EFAN*, 6(2), 1640-1646. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculategica_6_2.aspx.

Dallanegra, L. (2010). Teoría y metodología de la Geopolítica. Hacia una geopolítica de la "Construcción del poder" Theory and methodology of geopolitics. Towards a geopolitics of the "construction of power". *Mexican Journal of political and social sciences: 2010*, 52(210), 15-42. https://www-scielo-org-mx.translate.goog/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-

De León, G. F., Cabello, G. A., & Molina, M. V. (2018). Gestión de la Cadena de Suministro en Empresas de Manufactura Avanzada. *Vinculatégica Efan*, 3(2), 41-47. http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/vinculatefica_3/6%20DE-LEON_CABELLO_ARMAS_MOLINA(1).PDF.

Giese, M., Hensel, F., Lin, R., & Stefano, M. (2022). Cambios tectónicos; las cadenas de suministro en una era de agitación. *Reaction magazine,* 36, 21-30. https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pe/pdf/reaction-magazine-36.pdf

González, G. J. (2020). Causes, evolution and prospects of the trade war for China. *Scielo /Análisis económico*, 35 (89), 91-116.,https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-66552020000200091&script=sci_abstract&tlng=en.

GTA (19 de marzo del 2023). *Seguimiento independiente de las políticas que afectan el comercio mundial*. Global Trade Alert. https://www.globaltradealert.org/

Halldórsson, Á., Hsuan, J. & Kotzab, H. (2015), "Complementary theories to supply chain management revisited – from borrowing theories to theorizing", *Supply Chain Management*, 20 (6), 574-586. https://doi.org/10.1108/SCM-06-2015-0228

Kunhardt, J. B. (2022). Inversión Extranjera Directa de grandes empresas mexicanas en Estados Unidos, *problemas de desarrollo: revista latinoamericana de economía.* 53(209), 189-218. https://probdes.iiec.unam.mx/index.php/pde/issue/view/5221

Lara, J. V., Solís, P. C., & Hernández Ramos, J. (2022). Impacto de la tecnología de información y comunicación en la cadena de suministros, . *Vinculatégica*, *EFAN* , 8 (2),178-185. https://doi.org/10.29105/vtga8.2-373

Leal, P., & Dabat, A. (2023). Transforaciones en la economía mundial y México. *México: geopolítica, economía y relaciones estratégicas internacionales.* (pp. 53-87). Instituto de investigaciones económicas UNAM.

Locke, R., Armstrong, B., Schaab, S., & Young, G. (2022). Supply Chains & Working Conditions during the long Pandemic; Lessons for a New Moral Political Economy?. *Daedalus* 152(1), 131-142. https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0{85149257471&origin=resultslist&sort=plff&src=s&stl=supply*chain*disruption&sid=8d29e7898lb22al9781lf549b6510944c&sot0

Maturano, J. (2020). Sustainable design of reverse supply chain for solid waste in México. *Journal of management*, 36(67) 31-47 . http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v36n67/2256-5078-cuadm-36-67-31.pdf.

Mungia, G., et al. (2022). Competitividad logística de los puertos de la iniciativa “Franja-Ruta”. *México y la cuenca del pacífico*, 11(31), 91-116. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-53082022000100091&script=sci_arttext&tlng=es

Porter, M. (1985). *Comppetitive Advabte; Creating and sustaining superior performance.* New York : Free Press.

Ramirez, M. J., & Sarmiento, S. J. (2023). New international order at the beginning of the second decade of the XXI century.*Estudios Internacionales (Santiago*) 52 (197), 153-155. https://dx.doi.org/https://doi.org/10.5354/0719-3769.2020.55138

Reuters. (27 de febrero del 2022). *Russians queue for cash as West targets banks over Ukraine.* CTV News. https://www.ctvnews.ca/world/russians-queue-for-cash-as-west-targets-banks-over-ukraine-1.5798269

Rosales, O. (2022). The United States-China conflict and the perspectives of "strategic decoupling". *El Trimestre Económico,* 89(2), 491-532. https://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v89n354/2448-718X-ete-89-354-491.pdf.

Rowsell, J. (2022). *¿Qué sucede cuando la política atrapa las cadenas de suministro?*. CIPS. https://www.cips.org/supply-management/analysis/2022/june/what-happens-when-politics-snares-supply/

Ruggie, J., et al.(2005). Transformation in World Politics; Intellectual Contributions of Ernst B. Hass. *Annual Review of Politics Science*, 8, 271-295. https://scholar.harvard.edu/files/john-ruggie/files/transofrmations_in_world_politics.pdf

Sánchez Suárez, Y., Pérez Castañeira, J. A., & Sangroni Laguardia, N. (2021). Retos actuales de la logística y la cadena de suministros. *Ingeniería Industrial*, 42(1), 169-184. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000100169 &lng=es&tlng=es.

Santillan, F. (2012). Global Politics. *Mexican Review Law*, 5(2), 333-371. https://www.scielo.org.mx/pdf/mlr/v5n2/v5n2a5.pdf

Solís Delgadillo, D. (2017). Hacia una definición del concepto grupo de interés. *Perfiles latinoamericanos*, 25(50), 83-101. https://doi.org/10.18504/pl2550-005-2017

Uc, Pablo. (2008). El discurso geopolítico del petróleo como representación espacial dominante de la economía política internacional. *Argumentos (México, D.F.*), 21(58), 109-133. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952008000300004&lng=es&tlng=.

Iniciativas y estrategias de recursos humanos, su impacto en la sustentabilidad
(Human Resources initiatives and strategies, their impact on sustainability)

Sergio M. Madero Gómez[1] y Carlos Colín Flores[2]

[1] *Tecnológico de Monterrey – Escuela de Negocios (México),*
smadero@tec.mx, https://orcid.og/0000-0003-3996-7609
[2] *Tecnológico de Monterrey – Escuela de Negocios (México),*
carloscolin@tec.mx, https://orcid.og/0000-0002-8704-6209

Información del artículo revisado por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-408

Resumen

A partir del año 2015, la Organización de las Naciones Unidas ha establecido los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con la finalidad de atender los desafíos y problemas actuales de buscar soluciones atractivas e innovadoras y que puedan ser cumplidas. El objetivo de este trabajo es analizar los diversos aspectos relacionados con la percepción de las personas acerca de las iniciativas y estrategias de recursos humanos y la influencia que tienen en las prácticas ambientales, uno de los ejes principales de los ODS. Para el desarrollo de la investigación de tipo descriptiva, exploratoria, correlacional y explicativa se diseñó un cuestionario en línea con 33 reactivos, logrando recolectar 1042 respuestas. De acuerdo a los hallazgos más relevantes, se puede mencionar que el reconocimiento en el trabajo y las oportunidades de crecimiento son las iniciativas y estrategias de recursos humanos de mayor relevancia para los empleados, por su parte se puede observar que en los lugares de trabajo de los participantes existe un ambiente de salud y seguridad relacionado con los aspectos medioambientales, además de que las regulaciones gubernamentales y los clientes son los grupos de interés que mayor importancia tienen en ésta investigación.

Palabras clave: Recursos humanos, Sustentabilidad, Responsabilidad Social Empresarial
Códigos JEL: J2, M1, M5

Abstract

As of 2015, the United Nations Organization has established the Sustainable Development Goals (SDG) in order to address the current challenges and problems of seeking attractive and innovative solutions that can be fulfilled. The objective of this work is to analyze the various aspects related to people's perception of human resources initiatives and strategies and the influence they have on environmental practices, one of the main axes of the SDGs. For the development of this descriptive, exploratory, correlational and explanatory research, an online questionnaire with 33 items was designed, managing to collect 1042 responses. According to the most relevant findings, it can be mentioned that recognition at work and growth opportunities are the most relevant human resources initiatives and strategies for employees. It can also be observed that in the workplaces of the participants, there is a health and safety environment related to environmental aspects, this in addition to the fact that government regulations and clients are the most important interest groups in this research.

Key words: Human Resources, Sustainability, Corporate Social Responsibility
JEL Codes: J2, M1, M5

Introducción

Elizondo y Madero (2018), Ianni (2015) y Termes (2002) mencionan que en los años recientes se ha tenido una evolución y un cambio en el término globalización y su aplicación ha continuado creciendo a lo largo de todo el siglo XXI, en un mundo donde las fronteras se han ido abriendo, las empresas, los gobiernos y las sociedades se plantean constantemente desafíos y problemáticas importantes, en donde han predominado retos principalmente en el aspecto económico. No obstante, en esta última década problemas sociales y ambientales también han ido tomando gran importancia y por lo tanto, se están buscando soluciones que también beneficien estos aspectos.

A partir del año 2015, se establecen los objetivos de desarrollo sostenible (Organización de las Naciones Unidas, 2017a), donde se muestra la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Organización de las Naciones Unidas, 2017b). En este nuevo proyecto, se modificaron y redactaron 17 nuevos objetivos mundiales que pretenden ser resueltos para el año 2030. Estos objetivos fueron desarrollados con la finalidad de cubrir los desafíos y problemas actuales para buscar nuevas soluciones que puedan ser cumplidas. En general, los 17 objetivos giran en torno a problemáticas como la erradicación de la pobreza, protección del medio ambiente, y asegurar que las generaciones futuras gocen de los mismos privilegios y recursos que la sociedad actual tiene.

Por otra parte, los objetivos antes mencionados involucran una gran variedad de aspectos a considerar dentro de las políticas públicas y en las estrategias empresariales como son elementos de índole social, económico, político, tecnológico y ambiental. Entre estos objetivos, se puede observar elementos complejos y debatibles como son la migración, la pobreza y la desigualdad, la escasez de comida, la educación y problemas de salud, otros objetivos más tangibles y visibles que hacen referencia a los problemas ambientales como el cambio climático, el uso excesivo y agotamiento de los recursos naturales, asimismo, dentro de estos 17 objetivos también se plantean problemáticas importantes relacionadas a la responsabilidad social de las organizaciones en el trato hacia los individuos (por ejemplo, racismos y desigualdad de género).

Como una consecuencia de esta corriente de pensamiento, en las empresas, sus directivos se han enfocado en promover una agenda que apoye el desarrollo sostenible, el fortalecimiento de una cultura con impacto en la sociedad y evaluar diversas métricas destacando el desempeño ambiental y el compromiso social (Dimitrov, 2021; Freire y Preta, 2022; Mwita, 2018), alineando sus prácticas administrativas hacia la protección del medio ambiente como parte de su agenda corporativa y de responsabilidad social (Rehman et al., 2016; Yusliza et al., 2019; Shoaib et al., 2021).

Rehman et al., (2016) indican que las organizaciones empresariales de manufactura son las que más propician el deterioro ambiental, tanto en países desarrollados, como emergentes y son quienes

deben desplegar esfuerzos para reducir su impacto. Sin embargo, la manufactura es una parte del problema, ya que hay otros aspectos en la operación logística y de ventas que pueden dañar al medio ambiente, como son las emisiones de gases de combustión de los vehículos que transportan y entregan los productos a los canales de distribución, el embalaje que se emplea en las unidades de carga, la limpieza de los autos, los desechos peligrosos que surgen del mantenimiento de vehículos, entre otros (Munawar et al., 2022; Zaid et al., 2018). Por estas razones, las organizaciones empresariales juegan un rol fundamental en el desarrollo de políticas que promuevan la protección del ambiente y reduzcan su deterioro.

En los últimos años, se han identificado diferentes prácticas sostenibles en el área organizacional que tratan de hacer un cambio innovador en el modo de hacer negocios. (Madero-Gómez y Zárate Solís, 2016). Entre estas prácticas, se pueden encontrar métodos, estrategias y/o líneas de trabajo como la eco-innovación, la eco-eficiencia y la responsabilidad social corporativa, las cuales han dominado la forma y el enfoque de cómo las empresas han abordado la sostenibilidad (Bocken et al.,2014),

Diversos investigadores han desarrollado el tema de la gestión verde de los recursos humanos en el contexto de economías desarrolladas entre los que se pueden mencionar, Freire y Pieta (2022) y Jabbour y Jabbour (2016), sin embargo, hay pocos estudios sobre la aplicación de prácticas de gestión verde de recursos humanos en economías emergentes y particular en Latinoamérica (Fernández-Muñiz et al., 2018; Aliaga y Cofré, 2021; Madero, et al., 2022; Uddin, 2022).

Con el desarrollo de la presente investigación, se pretende analizar los diversos aspectos relacionados con las iniciativas y estrategias de recursos humanos y la influencia que tienen en las prácticas ambientales en el entorno laboral mexicano. El trabajo se divide en cuatro secciones. En la primera, se revisarán los avances de la literatura sobre los diversos temas de la investigación, en seguida se presentan los aspectos metodológicos utilizados a lo largo del tiempo que se realizó el proyecto de investigación y sus análisis correspondientes, por último, se muestran las conclusiones y se proponen diversas líneas de investigación a desarrollar.

Preguntas de investigación

Por lo anteriormente mencionado, en seguida se presentan algunas preguntas que han surgido en el proceso reflexivo de la presente investigación y se considera conveniente incluirlas en este apartado:

1. ¿Cuáles son las principales iniciativas y/o estrategias propias de la función de recursos humanos que las personas consideran en sus lugares de trabajo?

2. De las iniciativas y/o estrategias de recursos humanos, ¿cuáles son las que mayor influencia tienen en los diversos grupos de interés?
3. ¿Cuáles son las prácticas medioambientales que se están utilizando en las diversas empresas?

Objetivos de la investigación

En seguida se presentan los objetivos que se han planteado para el desarrollo de la presente investigación: 1.- Identificar las principales iniciativas y estrategias de recursos humanos que tienen las personas en las empresas; 2.- Conocer si existen diferencias en las diversas iniciativas y estrategias de recursos humanos de acuerdo con el género de los participantes y al capital de la empresa. 3.- Identificar las iniciativas o estrategias de recursos humanos que más influyen en los grupos de interés.

Hipótesis

H1: Hay una diferencia significativa en la percepción de las personas en las empresas sobre la importancia que tienen las iniciativas de recursos humanos tomando en cuenta el género.

H2: Hay una diferencia significativa en la percepción de las personas de las empresas sobre la importancia que tienen las iniciativas de recursos humanos tomando en cuenta el origen del capital de la organización en la que trabajan

H3: Las empresas cuentan con prácticas medioambientales en el desarrollo de sus actividades y se pueden identificar un perfil con las más destacadas.

H4: Hay una relación entre la percepción que tienen las personas en las empresas sobre los grupos de interés y las prácticas de recursos humanos

Método

Marco teórico

Madero-Gómez y Zárate-Solís (2016) señalan que la función de recursos humanos es un aspecto relevante para cualquier organización, independientemente del tamaño y del giro industrial en el que se desarrolle, pues de nada sirve tener los mejores avances tecnológicos, la maquinaria más eficiente y ser los líderes en el mercado con sus productos y servicios si no existe un responsable que asuma el reto de administrar de la mejor manera a las personas y a las actividades que realizan. Si la responsabilidad social forma parte de la estrategia de la organización, el cumplimiento y el compromiso hacia lograr un impacto en sociedad y trascender económica y socialmente sería más sencillo (Rubio Leal y Madero Gómez, 2022).

Tomando en cuenta la conceptualización encontrada en diversas fuentes, Barnes (2012); Gahan y Buttigieg (2008); Mishra et al. (2013); Zhang et al. (2014), se puede mencionar que el termino de

recursos humanos desde una perspectiva sostenible surge para complementar los sistemas de trabajo de alto rendimiento (High-Performance Work Systems HPWS), lo que implica el bienestar y la calidad de vida de los trabajadores, el balance vida-trabajo, tal como lo mencionan Muster y Schrader (2011); Mariappanadar y Kramar (2014). La integración de las prácticas de recursos humanos con un enfoque de protección al ambiente es conocida como gestión *"verde"* de los recursos humanos. Este aspecto tiene la intención de influenciar, motivar, incentivar y estimular la gestión del recurso humano hacia una mejora en el desempeño ambiental de las organizaciones (Kim et al., 2019; Munawar et al., 2022).

En cuanto a la evolución de las actividades relacionadas con el área de recursos humanos, Freitas et al., (2011), proponen que debe tener un rol más estratégico, es decir, donde el factor humano sea un aspecto relevante en la empresa, además de favorecer el crecimiento y desarrollo profesional que apoye el alcance de los diversos objetivos planteados mediante procesos de integración entre todas las áreas de la organización, buscando mejores propuestas de remuneración a través de la innovación, de la diversidad y de una buena administración de los diversos temas con relevancia ambiental, como lo indican Reihaneh et al., (2013).

Por su parte, Madero (2020), señala que las prácticas o actividades relacionadas con la función de recursos humanos que las personas consideran más relevantes en sus lugares de trabajo y son: cumplir durante el proceso de contratación de los colaboradores con lo que se les promete durante el reclutamiento y la selección, así mismo los diversos programas de acercamiento con la familia que se tienen en las empresas y otra práctica que también es atractiva para los colaboradores se relaciona con los diversos programas de capacitación y entrenamiento que la empresa ofrece a las personas. En esa misma investigación se menciona la relevancia que tienen estas actividades con las estrategias en el cumplimiento de los compromisos de la empresa con la responsabilidad social empresarial.

Mediante los procesos para atraer y retener a las personas en un lugar de trabajo puede proporcionar a las organizaciones una ventaja competitiva sostenida, como lo mencionan Greening y Turban (2000) y Turban y Greening (1997). Por otra parte, Fombrun y Shanley, (1990) reflexionan que la atracción inicial de los futuros empleados a una empresa se basa en las percepciones que se tienen de la imagen de la empresa, que se cree que está influenciada por el desempeño social corporativo de la empresa. Sin embargo, Madero (2009), muestra que las oportunidades de desarrollo y el desarrollo de habilidades son los principales factores de atracción para los buscadores de empleo, mientras que las prestaciones y la capacitación son los principales factores en el desarrollo profesional de las personas, como se puede observar en Madero (2010).

Ahora bien, desde la perspectiva medioambiental, la gestión *"verde"* de los recursos humanos se trata de una alineación sistemática y planificada de las prácticas de gestión del personal que está

enfocada en cumplir con las metas organizacionales, destacando el cuidado del medioambiente según mencionan Gilal et al., (2019), Kim et al., (2019) y Uddin (2022), sin embargo, se puede mencionar que dichas prácticas se deben desarrollar de acuerdo al entorno donde se encuentra la empresa y a la cultura que se tiene, destacando la manera de lograrlo mediante prácticas sencillas que logren involucrar y cautivar a los colaboradores hacia esta revolución "verde" para mejorar una serie de métricas e indicadores que se tienen.

Finalmente, Colbert y Kurucz (2007) concluyen que las implicaciones claves para los procesos de recursos humanos en una organización están enfocadas para hacer pensar y apoyar para que los colaboradores puedan actuar hacia la responsabilidad social y que deben llevarse a cabo como parte de la eficiencia organizacional y estratégica de recursos humanos.

Procedimiento

La presente investigación es de tipo descriptiva, correlacional, explicativo, con un diseño no experimental y un tipo de muestreo no probabilístico, utilizando una muestra por conveniencia, considerando en el desarrollo de las actividades aspectos principalmente cuantitativos, tal como lo mencionan Hernández-Sampieri et al., (2010) y Ríos Hernández et al., (2022), así mismo se diseñó un instrumento de medición con un total de 33 items, de los cuales 10 items se utilizaron para medir la percepción de las iniciativas y estrategias de recursos humanos, 8 items para medir la influencia de los grupos de interés y 6 items para la medición de la percepción de la estrategia empresarial, utilizando escalas tipo Likert, donde 1 es "totalmente en desacuerdo" y 5 "totalmente de acuerdo, además se agregaron 9 items para identificar las existencia de prácticas medioambientales en las empresas, utilizando una escala dicotómica (Henriques y Sadorsky, 1999) y finalmente 10 variables demográficas, 6 relacionadas a la persona que contesta el cuestionario y 4 respecto a la empresa donde está trabajando actualmente.

El cuestionario se desarrolló en la plataforma de Google forms y fue aplicado de manera individual en línea por un grupo de 35 estudiantes de posgrado, que lo compartieron con sus compañeros de trabajo y redes de contacto, en la zona metropolitana de Monterrey, N.L., México, para tal efecto se lograron aplicar un total de 1,042 cuestionarios. Para los análisis correspondientes se utilizó el software estadístico SPSS versión 24 y así poder realizar los análisis descriptivos de los datos y los diversos modelos de regresión lineal múltiple que se presentan posteriormente.

Análisis de los datos

En la siguiente sección se estarán analizando los datos obtenidos en el trabajo de campo, iniciando con la información demográfica de los participantes y de las empresas donde están trabajando, en seguida se muestran los resultados desde el punto de vista descriptivo, correlacional y

explicativo de cada una de las variables de la investigación.

En seguida se muestran las características de los participantes en la investigación, que sirven para conocer los datos de las personas involucradas, destacando que el 50.8% son del género masculino, el 49.2% del género femenino, y el 73.8% tiene menos de 30 años.

Tabla 1. *Características de los participantes*

Participantes	N	Porcentaje
Género		
Masculino	528	50.8
Femenino	511	49.2
Estado Civil		
Soltero	500	48.2
Casado	487	46.9
Otro	51	4.9
Edad		
Menos de 30 años	547	73.8
Entre 31 – 40 años	183	24.7
Más de 41 años	11	1.1
Antiguedad en la empresa		
Menos de un año	28	3.2
Entre 1 y 5 años	304	34.4
Entre 6 y 10 años	249	28.2
Más de 10 años	302	34.2
Nivel Jerárquico		
Directivo	67	6.4
Gerente/Ejecutivo	179	17.2
Administrativo	498	47.8
Operativo	290	27.8
Nivel Académico		
Maestría	243	23.3
Profesional	510	48.9
Preparatoria	108	10.4
Secundaria	176	16.9
	N = 1042	100%

En lo que respecta las características de las empresas donde están trabajando los participantes de la investigación, se puede mencionar que el 62.4% pertenecen a la industria manufacturera, el 60.7% es de capital extranjero y el 50.4% son empresas con más de 1000 personas en sus centros de trabajo.

Tabla 2. *Características de la empresa*

Participantes	N	Porcentaje
Sector		
Comercial	42	4.0
Industrial / Manufactura	650	62.4
Servicios	155	14.9
Otro (Sector público)	30	2.9
Capital de la empresa		
Nacional	244	23.4
Extranjero	632	60.7
Num. de empleados		
Menos de 50	128	12.3
Entre 51 y 250	93	8.9
Entre 251 y 1000	92	8.8
Más de 1000	525	50.4
	N = 1042	100%

Resultados

A continuación, se muestran los promedios de cada una de las iniciativas y estrategias de recursos humanos que las personas tienen en sus lugares de trabajo que nos ayudan para poder hacer su análisis de manera individual y comprender la relevancia que tiene cada una de ellas en el entorno de los negocios y de la investigación que se está realizando, como parte de la aportación que se pretende realizar, se puede destacar el sentido de orgullo y reconocimiento del trabajo (MD=3.65), ser parte del equipo de trabajo de la empresa (MD=3.65) y poder darse cuenta que existen posibilidades de crecimiento (MD=3.64), entre las iniciativas y estrategias de recursos que muestran el promedio más alto, ver tabla 3.

Tabla 3. *Iniciativas y estrategias de recursos humanos*

	Promedio (MD)	Desv. Est.
a) Sueldos y Salarios de acuerdo con la oferta en la industria del mismo ramo	3.54	1.04
b) Programas de entrenamiento para desarrollo de nuevas habilidades	3.55	1.14
c) Empresa sensible a las necesidades del trabajador y su familia	3.61	1.16
d) Posibilidades de crecimiento y de promoción	3.64	1.06
e) Orgullo de sus logros personales dentro de la organización	3.65	1.00
f) Flexibilidad de horarios y tiempo flexible para trabajar	3.34	1.31
g) Autonomía y libertad para tomar decisiones en el puesto de trabajo	3.53	1.05
h) Reconocimientos al personal por sus logros y aportaciones	3.54	1.09
i) Es parte de una familia, formar parte del equipo de trabajo que incluye a todos los niveles de la empresa	3.65	1.10
j) Los sistemas de compensaciones de la empresa	3.34	1.14

Con la finalidad de identificar si existen diferencias entre la percepción que tienen las personas de las diversas iniciativas y estrategias de recursos humanos, se utilizaron los datos relacionados con el género y el capital de la empresa, encontrando que sí existen diferencias estadísticamente significativas de acuerdo al género, entre lo que se puede destacar es que el tema de salarios, programas de entrenamiento posibilidades de crecimiento y desarrollo, así como el de las compensaciones son los aspectos de recursos humanos que así lo muestran (ver tabla 4), además de que en los cuatro puntos señalados, el promedio es mayor en los hombres que en las mujeres.

En lo que respecta a las diferencias de acuerdo con el origen del capital de la empresa, se puede observar que en las diez iniciativas y estrategias de recursos humanos que se han planteado en esta

investigación, en el 100%, los promedios son mayores en las empresas extranjeras, es decir, en esas empresas se muestra que la percepción del diseño, uso o implementación de las prácticas de recursos humanos es mayor en las empresas con capital extranjero (ver anexos).

Tabla 4. *Análisis de varianza*

Iniciativas y estrategias de recursos humanos	Género		Capital	
	F	Niv. Sig	F	Niv. Sig
a) Sueldos y Salarios de acuerdo con la oferta en la industria del mismo ramo	13.44	.000	8.68	.003
b) Programas de entrenamiento para desarrollo de nuevas habilidades	8.74	.003	17.70	.000
c) Empresa sensible a las necesidades del trabajador y su familia	2.04	.153	7.98	.005
d) Posibilidades de crecimiento y de promoción	5.01	.025	3.97	.047
e) Orgullo de sus logros personales dentro de la organización	1.05	.307	4.30	.038
f) Flexibilidad de horarios y tiempo flexible para trabajar	1.42	.234	5.39	.021
g) Autonomía y libertad para tomar decisiones en el puesto de trabajo	3.54	.063	17.86	.000
h) Reconocimientos al personal por sus logros y aportaciones	0.02	.903	7.06	.008
i) Ser parte de una familia, formar parte del equipo de trabajo que incluye a todos los niveles de la empresa	.666	.415	16.64	.000
j) Los sistemas de compensaciones de la empresa	7.02	.008	8.14	.004

En la tabla 5 se pueden observar las prácticas medioambientales que pueden tener las empresas, destacando que 671 personas que participan en la investigación señalan que “se ha creado un ambiente de salud y seguridad relacionado con los aspectos medioambientales”, mientras que los esquemas de compensaciones son los que aparecen como las prácticas con menor número de personas que señalan sí los tienen en su lugar de trabajo.

Tabla 5. *Prácticas medioambientales*

	Si	No	No se
Existe un documento formal que describe el plan medioambiental de la empresa	530	254	258
El plan medioambiental ha sido presentado a los directivos y accionistas de la empresa	437	217	388
El plan medioambiental ha sido presentado a los empleados de la empresa	463	328	251
Se ha creado un ambiente de salud y seguridad relacionado con los aspectos medioambientales	671	226	145
Se ha creado un ambiente de trabajo relacionado con los aspectos medioambientales	637	276	129
Existen criterios medioambientales en los procesos de evaluación de los empleados	373	438	231
En los esquemas de compensaciones se utilizan criterios medioambientales para pagar	275	512	255
Tienen programas de capacitación y entrenamiento basados en criterios medioambientales	488	352	202
Se utilizan indicadores y/o métricas de desempeño medioambiental	456	367	218

Con la finalidad de conocer la importancia que tienen los diversos grupos de interés en las

empresas, se puede observar que los que tienen el promedio más alto es el gobierno (MD=4.07), los clientes (MD=3.97) y los accionistas (MD=3.85), ver tabla 6.

Tabla 6. *Importancia de los grupos de interés en las empresas*

	Promedio (MD)	Desv. Est.
Los Clientes	3.97	1.13
Los Proveedores	3.66	1.09
Los Accionistas	3.85	1.09
Las Regulaciones y las exigencias gubernamentales	4.07	1.07
Los Empleados	3.71	1.09
Las Organizaciones ambientalistas	3.77	1.11
Los Vecinos	3.08	1.21
Otros grupos de influencia (Iglesia y/o Grupos políticos)	2.74	1.24

Para cumplir con los objetivos trazados en la investigación y utilizando cada uno de los diversos grupos de interés como variables dependientes y las iniciativas y estrategias de recursos humanos como independientes, se hicieron los modelos de regresión para conocer cuales son los que más influencia tienen, obteniendo los siguientes resultados. Destacando que Formar parte del equipo de trabajo, Los sistemas de compensaciones atractivos, Los programas de entrenamiento, son los que más influencia tienen en los grupos de interés, sin embargo, es importante mencionar que hay otras iniciativas como el reconocimiento por los logros obtenidos y la flexibilidad que también es conveniente considerar, (ver tabla 7).

Tabla 7. *Resultados de los modelos de regresión*

Variable dependiente (VD)	Variable independiente (VI)	Coeficiente	T	Sign
Clientes	Formar parte del equipo de trabajo	.141	3.935	.000
	Los sistemas de compensaciones	.131	3.654	.000
Proveedores	Formar parte del equipo de trabajo	.158	4.446	.000
	Los sistemas de compensaciones	.148	4.162	.000
Accionistas	Los sistemas de compensaciones	.128	3.263	.001
	Programas de entrenamiento	.110	2.907	.004
	Formar parte del equipo de trabajo	.105	2.850	.004
Regulaciones y las exigencias gubernamentales	Orgullo de sus logros personales	.196	5.994	.000
	Sueldos y Salarios	.145	4.420	.000
Empleados	Los sistemas de compensaciones	.218	5.917	.000
	Orgullo de sus logros personales	.142	4.074	.000
	Programas de entrenamiento	.112	3.052	.000
Organizaciones ambientalistas	Formar parte del equipo de trabajo	.157	4.327	.000
	Programas de entrenamiento	.127	3.386	.001
	Los sistemas de compensaciones	.103	2.670	.008
Vecinos	Formar parte del equipo de trabajo	.155	4.372	.000
	Los sistemas de compensaciones	.155	4.354	.000
Otros grupos de influencia (Iglesia y/o Grupos políticos)	Flexibilidad de horarios	.173	5.033	.000
	Formar parte del equipo de trabajo	.100	2.757	.006
	Crecimiento y promoción	-.172	4.433	.000
	Orgullo de sus logros personales	.129	3.255	.001

De acuerdo con los resultados obtenidos se confirma lo que Henriques y Sadorsky (1999) mencionan respecto a la relevancia que tiene desde el punto de vista gerencial de que si una empresa desea tener esquemas medioambientales como prioridad, además de contratar directivos con el perfil para representar los valores de la empresa, también debe fortalecer los esquemas de incentivos y compensaciones para que pueda apoyar las diversas iniciativas junto con los demás grupos de interés que estuvieran involucrados.

Conclusiones

Recursos humanos desde una pespectiva de responsabilidad social, significa conseguir la sostenibilidad organizacional a través del desarrollo de políticas, estrategias y prácticas propias de la función, como lo mencionan Boxall (2013); Hsi-An et al., (2006); Theriou, Chatzoglou (2009).

Con el desarrollo de esta investigación se muestra la relevancia que tienen las diversas iniciativas y estrategias de la función de recursos humanos en las empresas para que alineadas con las estrategias de la empresa y los objetivos de sustentabilidad que se tengan puedan apoyar en el logro de los objetivos planteados.

En cuanto a las limitaciones que se pueden observar, que en los datos demográficos no se puede identificar el lugar donde se encuentra la persona que participó en la investigación, pues será importante conocer su área geográfica para conocer más a detalle la relevancia del tema en México.

Con los resultados obtenidos hasta el momento, se descubren nuevos temas o proyectos de investigación a desarrollar como es el impacto que tienen las estrategias de sustentabilidad organizacional en las pymes mexicanas, así mismo se pueden diseñar propuestas para identificar la relevancia que tienen para los jóvenes los diversos objetivos emitidos por la Organización de Naciones Unidas, ONU (2017b). Otro aspecto para considerar como futuras líneas de investigación es poder replicar esta investigación en otros países latinoamericanos y hacer una comparación con los resultados obtenidos favoreciendo las implicaciones prácticas y el impacto que puede tener en las empresas la cultura sostenible en beneficio de la sociedad.

NOTA: Es importante mencionar que éste trabajo presenta los datos iniciales de un proyecto de investigación que se actualmente está en curso, sigue desarrollando y forma parte de otros documentos que se están complementando entre sí.

Referencias

Aliaga Rebolledo, O., y Cofré Vega, D. (2021). La evolución del concepto de Capital Humano y los desafíos para la Gestión Estratégica de Recursos Humanos en Chile. *Revista gestión de las personas y tecnología*, *14*(40), 38-59.

Barnes, W. (2012). Path dependence and behavorial lock-in at work: The challenge of sustaining high performance work systems in the U.S. *Journal of Business & Economics Research*, *10*(6), 325-332.

Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*; 65: 42–56.

Boxall, P. (2003). HR strategy and competitive advantage in the service sector. *Human Resource Management Journal*, *13*(3), 5-20.

Colbert, B. A., y Kuruez, E. C. (2007) "Three Conceptions of Triple Bottom Line Business Sustainability and the Role for HRM." *Human Resource Planning, 30*(1), 21-29.

Dimitrov, K. (2021). Green Human Resources Management: Linking and Using Green Practices for Sustainable Business Organizations. *Trakia Journal of Sciences, 19*(1), 276-281

Elizondo, N., y Madero, S. (2018). La globalización ante los retos de sustentabilidad, económico-financieros y organizacionales. En Gómez Romero, J., Sánchez Cano, J. y Villarreal Solís, F. (coordinadores), *La globalización ante los retos de la sustentabilidad, económico-financieros y organizacionales*. Cap. 4, pp. 233-253, Durango, México, Editorial UJED. ISBN 978-607-503-211-5

Fernández-Muñiz, B., Montes-Peón, J. M., y Vázquez-Ordás, C. J. (2018). Sustainable HRM and employee well-being: A new agenda for advancing SDG 3. *Organizational Dynamics*, 47(3), 165-173.

Fombrun, C., y Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, *33*, 233-258.

Freire, C., y Pieta, P. (2022). The Impact of Green Human Resource Management on Organizational Citizenship Behaviors: The Mediating Role of Organizational Identification and Job Satisfaction. *Sustainability*, *14*, 1-4, 7557.

Freitas, W. R. D. S., Jabbour, C. J. C., y Santos, F. C. A. (2011). Continuing the evolution: towards sustainable HRM and sustainable organizations. *Business Strategy Series*, *12*(5), 226–234.

Gahan, P., y Buttigieg, D. (2008). High performance work systems and the social context of work: The role of workplace climate. *Labour & Industry*, *19*(1), 1-23.

Gilal, F. G., Ashraf, Z., Gilal, N. G., Gilal, R. G., y Chaana, N. A., (2019). Promoting environmental performance through green human resource management practices in higher education institutions: A moderated mediation model. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *26*(6), 1579-1590.

Greening, D. W., y Turban, D. B. (2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business and Society*, *39*(3), 254-280.

Henriques, I., y Sadorsky, P. (1999). The relationship between environmental commitment and managerial perceptions of stakeholders. *Academy of Management Journal*, 42(1), 87-99.

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill.

Hsi-An Shih, Yun-Hwa Chiang, y Chu-Chun, H. (2006). Can high performance work systems really lead to better performance? *International Journal of Manpower*, *27* (8), 741-763.

Ianni, O. (2015). Las ciencias sociales en la época de la globalización. *Estudios Latinoamericanos*, 8, 17–29.

Jabbour, C. J. C., y Jabbour, A. B. L. (2016). Green human resource management and green supply chain management in companies: proposal of a model. *Journal of Cleaner Production, 16*(1), 51-58. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.01.052

Kim, Y. J., Kim, W. G., Choi, H. M., y Phetvaroon. K. (2019). Th effect of green human resources management on hotel employees´ eco-friendly behavior and environmental performance. *International Journal of Hospitality Management, 76*(1), 83-93.

Madero, S. (2009). Factores de atracción y retención del mercado laboral, para empleados potenciales. *Economía, Gestión y Desarrollo*. 7, 131-147.

Madero, S. (2010). Factores relevantes del desarrollo profesional y de compensaciones en la carrera laboral del trabajador. *Contaduría y Administración*, *232*, 109-130.

Madero, S. (2020). La satisfacción laboral como efecto moderador entre las prácticas de recursos humanos y las líneas estratégicas de responsabilidad social corporativa en México, *Estudios Gerenciales*, 36(157), 391-401.

Madero, S. y Zárate, I. (2016). La sostenibilidad desde una perspectiva de las áreas de negocios, *Cuadernos de Administración*, *32*(56), 7-19.

Madero, S., Olivas-Luján, M., Rubio, Y., y Yusliza Y. (2022). Sustainable Human Resource Management: Practitioners´s Perspectives, *Management Research. The Journal of the Iberoamerican Academy of Management*. *20*(5), 111-128.

Mariappanadar, S., y Kramar, R. (2014). Sustainable HRM: The synthesis effect of high performance work systems on organisational performance and employee harm. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, *6*(3), 206–224.

Mishra, R. K., Sarkar, S., y Singh, P. (2013). Integrating HR functions for sustainability. *Drishtikon: A Management Journal*, *4*(2), 85-99.

Munawar, S., Yousaf, H. P., Ahmed, M., y Rehman, S. (2022). Effects of green human resource management on green innovation through green human capital, environmental knowledge, and managerial concern. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *52*, 141-150

Muster, V., y Schrader, U. (2011). Green Work-Life balance: A New Perspective for Green HRM, *German Jornal of Research in Human Resource Management*, *25*(2), 140-156.

Mwita, M. K. (2018). The Role of Green Recruitment and selection on Performance of Processing Industries in Tanzania: A Case of Tanzania Tobacco Limited (TTPL). *International Journal of Human Resource Studies*, *8*(4), 35-46.

Organización de las Naciones Unidas (2017a). Los objetivos de desarrollo del Milenio: ¿Qué son los objetivos de desarrollo del Milenio?. consultado 29 de agosto de 2019. Disponible en: https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/

Organización de las Naciones Unidas (2017b). Objetivos y metas de desarrollo sostenible: 17 objetivos para transformar nuestro mundo. consultado 29 de agosto de 201. Disponible en: http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/

Rehman, M.A., Seth, D., y Shrivastava, R.L. (2016). Impact of green manufacturing practices on organizational performance in Indian context: An empirical study. *Journal of Cleaner Production*, *137*(4), 427-448.

Reihaneh, M. S., Rosmini, O., Kunio, I., y de Sao Pedro, F. F. (2013), Embracing Green Technology Innovation Through Strategic Human Resource Management: A case of an Automotive Company, *American Journal of Economics and Business Administration*, 5(2), 65-73.

Ríos Hernández, A., Mendoza Gómez, J., y Vázquez Treviño, D. (2022). Factores del capital humano en la competitividad organizacional: Elaboración, validación de contenido y confiabilidad de un instrumento de medición. *VinculaTégica*, 8(4), 39-51.

Rubio Leal, Y., y Madero Gómez, S. (2022). Measuring wellbeing and sustainable HRM in Mexico. *VinculaTégica*, 8(4), 112-125.

Shoaib, M., Abbas, Z., Yousaf, M., Zámecnik, J.A., y Sagib, S. (2021). The role of GHRM practices towards organizational commitment: A mediation analysis of green human capital. *Cogent Business & Management*, *8*(1), 1-14,1870798.

Termes, R. (2002) La globalización y los países en desarrollo. La Coruña: Colegio Peñarredonda.

Theriou, G. N., y Chatzoglou, P. D. (2009). Exploring the best HRM practices-performance relationship: An empirical approach. *Journal of Workplace Learning*, *21*(8), 614-646.

Turban, D., y Greening, D. (1997). Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees. *The Academy of Management Journal*, *40*(3), 658-672.

Uddin, M. (2022). Leveraging green human resource management practices towards environmental performance: An empirical evidence from the manufacturing context in emerging economy. *International journal of Business and Society*. *23*(1), 585-603.

Yusliza, M. Y., Norazmi, N. A., Jabbour, C. J. C., Fernando, Y., Fawehinmi, O., y Seles, B. M. R. P. (2019). Top management commitment, corporate social responsibility and green human resource management: A Malaysian study. *Benchmarking: An international Journal*, *26*(6), 2051-2078.

Zaid, A. A., Jaaron, A. A. M., y Bon, A. T. (2018). The impact of green human resource management and green supply chain management practices on sustainable performance: An empirical study. *Journal of Cleaner Production. 26*, 965-979.

Zhang, M., Di Fan, D., y Zhu, C. J. (2014). High-performance work systems, corporate social performance and employee outcomes: Exploring the missing links. *Journal of Business Ethics*, *120*(3), 423-435.

Anexos

Resultados de las pruebas estadísticas de análisis de frecuencias (Promedio)

Iniciativas y estrategias de recursos humanos	Género		Capital	
	Hombre (n=528)	Mujer (n=511)	Nacional (n=244)	Extranjero (n=632)
Sueldos y Salarios de acuerdo a la oferta en la industria del mismo ramo	3.66	3.42	3.43	3.65
Programas de entrenamiento para desarrollo de nuevas habilidades	3.65	3.44	3.32	3.67
Empresa sensible a las necesidades del trabajador y su familia	3.56	3.67	3.50	3.74
Posibilidades de crecimiento y de promoción	3.72	3.57	3.57	3.72
Orgullo de sus logros personales dentro de la organización	3.62	3.69	3.56	3.71
Flexibilidad de horarios y tiempo flexible para trabajar	3.39	3.29	3.20	3.43
Autonomía y libertad para tomar decisiones en el puesto de trabajo	3.59	3.47	3.32	3.64
Reconocimientos al personal por sus logros y aportaciones	3.55	3.54	3.42	3.63
Es parte de una familia, formar parte del equipo de trabajo que incluye a todos los niveles de la empresa	3.68	3.62	3.48	3.80
Los sistemas de compensaciones de la empresa	3.43	3.24	3.21	3.45

Marco teórico sobre los factores que inciden en la internacionalización de proveedores automotrices en el noreste de México
(Theoretical framework about the factors that influence on internationalization of automotive suppliers in northeastern México)

Diana Elisa Lara Fuentes[1]; Alfonso Lopez Lira[2] y Manuel Alexis Vazquez Zacarias[3]

[1] *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración (México),* diana.laraf@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0009-0008-6075-6105

[2] *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración (México),* alfonso.lopezlr@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0002-3688-2215

[3] *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración, (México),* manuel.vazquezzcr@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0002-4318-4888

Información del artículo revisado por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-411

Resumen

El objetivo de este estudio es integrar el marco teórico e identificar los factores relevantes que inciden en la internacionalización en el contexto de los proveedores automotrices Tier 1. El enfoque de la investigación que se utilizó en este estudio fue cuantitativo con un alcance exploratorio, así como el uso de métodos de investigación descriptivos para este artículo. El diseño de la investigación fue no experimental y transeccional. Como resultado, se integró el marco teórico donde analizaron diferentes teorías y modelos teóricos que estudian el fenómeno de la internacionalización y se destacaron las investigaciones empíricas que vincularon la internacionalización con los factores que principalmente inciden en ésta, como lo son la orientación emprendedora, las redes de relaciones, la innovación y la capacidad de producción.

Palabras clave: Innovación, Internacionalización, Orientación emprendedora, Proveedor automotriz, Redes de relaciones.
Códigos JEL: F23, L14, L62, O14

Abstract

The objective of this study is to integrate the theoretical framework and identify the factors that influence on the internationalization of Tier 1 automotive suppliers. The research approach used in this study was quantitative with an exploratory scope, as well as the use of descriptive research methods for this article. The research design was non-experimental and cross-sectional. As result, the theoretical framework is integrated where different theories and theorical models were analyzed that study the internationalization phenomenon and empirical research were distinguishing and have linked the internationalization with the factors that affect the internationalization of Tier 1 automotive suppliers, such as entrepreneurial orientation, relationship networks, innovation, and production capacity. In conclusion.

Key words: Innovation, Internationalization, entrepreneurial orientation, Automotive supplier, Network relationship.
JEL Codes: F23, L14, L62, O14

Introducción

La internacionalización es el proceso a través del cual una empresa se mueve de operar en el mercado doméstico a los mercados internacionales (Sanyal et al., 2020). En este sentido, Calabrese y Manello (2016) la reconocen como un factor clave del crecimiento económico y de la competitividad industrial en la era de la globalización.

En este orden de ideas, Lampón y Lago-Peñas (2013) mencionan que la globalización ha producido cambios muy importantes, por ejemplo, en la producción automotriz, debido al aprovechamiento de las economías de escala, la división de los procesos de producción y de las funciones empresariales. Así, los autores referidos comentan que esto ha llevado a la fragmentación del mercado en las cadenas de suministro alrededor del mundo y a la especialización de locaciones geográficas de mayor ventaja competitiva. Se destaca la mención que hace la OICA respecto a que la industria automotriz es uno de los pilares de la economía mundial, tanto por la generación de empleos como por la innovación y el uso de nuevas tecnologías, así como también por las altas ventas a nivel mundial. De la misma forma, según datos obtenidos de AMIA (2021), en México se han desarrollado importantes centros de proveeduría de autopartes a nivel mundial, incluyendo en ellos a proveedores automotrices Tier 1 de alta especialización tecnológica, donde más del 80% de autopartes son exportados. Por lo anterior, queda claro el aporte de la industria a la economía del país.

En el marco presente, se sustenta la importancia de esta investigación en que, aunque existe una gran cantidad de estudios empíricos respecto a la internacionalización, y aunque en la literatura revisada se ve un gran avance de las investigaciones realizadas en los países emergentes, se puede observar dichos estudios están enfocados, en su mayoría, a las pequeñas y medianas empresas. Otro punto que resaltar es que no se encontró evidencia suficiente de investigaciones aplicadas en el área automotriz y los estudios en nuestro país fueron más bien escasos. Debido a las razones anteriormente escritas, se propone el trabajar en una investigación que ayude a cerrar estas brechas.

En este punto, se hace necesario clarificar que el presente artículo se realizó como consecuencia de la investigación doctoral “Factores que inciden en la internacionalización de los proveedores automotrices Tier 1 de los estados de Tamaulipas y Nuevo León”, con el objetivo de revisar si la orientación emprendedora, las redes de relaciones, la innovación y la capacidad de producción, inciden positivamente en la internacionalización de la industria mencionada. Por lo tanto, el objetivo que en este estudio se plantea es integrar el marco teórico que apoye el objetivo principal de la investigación doctoral e identificar los factores relevantes que inciden en la internacionalización, con la intención de dar una respuesta a la siguiente pregunta que rigió la investigación: ¿Qué factores inciden en la internacionalización de los proveedores automotrices Tier 1?

Así que, luego de estas líneas introductorias, se expone la organización del resto del artículo, en la primera sección se visualiza un análisis teórico de las variables de estudio, al mismo tiempo que se presentan investigaciones empíricas relacionadas, en la segunda sección se explica brevemente la metodología de la investigación, en la tercer sección se muestran los resultados encontrados y, por último, con base en la revisión de la literatura que busca ser un punto de partida para investigaciones futuras relacionadas con las variables de estudio.

Marco teórico

En este punto, cabe destacar algunas puntualizaciones sobre la importancia de la internacionalización; así, Wyrwa (2019) menciona que uno de los procesos más importantes que están teniendo lugar en la economía global contemporánea es la internacionalización. También Dominguez y Mayrhofer agregan que la expansión a otros países trae un incremento significativo en ventas de productos de la compañía y mejores ganancias, así como acceso a mejores recursos de materia prima y mano de obra calificada. De la misma forma, se destaca el aporte de She at al. (2020) que comenta que está también documentado que se ha vuelto un fenómeno importante en los años recientes la necesidad de las empresas por internacionalizarse lo más rápido y temprano posible.

En este sentido, es importante señalar que la internacionalización ha tenido diferentes definiciones a través del tiempo, derivadas de las teorías y trabajos empíricos que se han ido hasta nuestros días, cada una orientada al tipo de estudio y su contexto. Así, a fin de establecer la definición de internacionalización, partimos con Hanif e Irshad (2018), quienes la especifican como el proceso de acercarse a los mercados extranjeros y después hacer esfuerzos para obtener una posición prominente dentro de las diferentes redes.

De la misma forma, se destaca el aporte de Sanyal et al. (2020), quienes definen a la internacionalización como el proceso a través del cual una empresa se mueve de operar en el mercado doméstico a los mercados internacionales. A este respecto, Vitrenko et al. (2020) señalan que se puede definir como el proceso de desarrollar las operaciones internacionales de una empresa para obtener ciertos beneficios. Más adelante, se subraya la contribución de Ibarra-Morales y Blanco-Jimenez (2019), quienes establecen la definición como el proceso por el cual una empresa participa en la realidad de la globalización, que es el medio en el cual la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, en un ambiente internacional y genera flujos de varios tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre diferentes países.

Así, se propone utilizar la definición de internacionalización basada en el estudio de Sanyal et al. (2020) que establece que es el proceso a través del cual una empresa se mueve de operar en el mercado doméstico a los mercados internacionales, derivado principalmente por el entorno en el que

las empresas que son los sujetos de estudio se desenvuelven y a las particularidades de estas empresas.

En este contexto, cabe exponer el cuerpo teórico que soporta la internacionalización, se destaca la aportación de Narula et al. (2019), que aclara que la teoría sobre este tema no es un cuerpo monolítico de conocimiento, sino que se han desarrollado muchas corrientes, cada una de ellas enfocadas en los intereses particulares de las comunidades, al mismo tiempo que actúa como un marco organizativo para aquellos más ampliamente interesados en su aplicación a desafíos del mundo real.

En este sentido, Solberg y Durrieu (2006) agregan que, a través del tiempo, la internacionalización se ha ido desarrollando y cambiando de enfoque, ha estado orientada, ya sea a las estrategias, al proceso, a sus modos de entrada o a la velocidad. De la misma forma, Cardozo et al. (2007) establecen que tiene su origen en la Teoría clásica del comercio internacional desde donde ha ido evolucionando. Estos autores también mencionan que la literatura en los negocios internacionales combina una multitud de paradigmas, las perspectivas principales son la económica, la perspectiva de proceso y la perspectiva enfocada a Pymes, especialmente de base tecnológica.

Así, desde la perspectiva económica, la internacionalización se origina en la Teoría clásica del comercio internacional, que la presenta como consecuencia de la especialización y de la división del trabajo como resultado de que los países tienden a especializarse para producir bienes y servicios en los cuales tienen menores costos de producción. Las primeras teorías son las de la década de los sesenta, tales como la Teoría de la inversión extranjera directa (Penrose, 1956), la Teoría de la ventaja monopolística (Hymer, 1960) y también de este periodo es la Teoría conductual de la empresa (Augier y March, 2008). Después, ya en la década de los ochenta, vemos el trabajo Paradigma ecléctico (Dunning, 1988) y el Enfoque basado en recursos (Barney, 1991).

Por otro lado, bajo la perspectiva de proceso se agrupan las teorías que consideran a la internacionalización como un proceso incremental de aprendizaje que se basa en la acumulación de conocimientos y en el aumento de los recursos invertidos en los mercados extranjeros. Estas teorías se desarrollan a partir de la década de los setenta, entre las que se encuentran el Modelo de ciclo de vida del producto (Vernon, 1966), Teoría de internalización (Buckley y Casson, 2009), la Teoría de la internacionalización gradual o Modelo Uppsala (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975) y el Modelo de innovación (Bilkey y Tesar, 1977).

Por otra parte, los modelos teóricos de internacionalización bajo la perspectiva de Pymes nacen por la necesidad de estudiar estas empresas que tienen falta de activos específicos, como lo son la ausencia de una marca, carencia de tecnología y pocas capacidades de marketing. Así es como en los últimos años han aparecido diferentes modelos enfocados en las Pymes, como lo son la Teoría de redes (Johanson y Mattson, 1988), el Modelo de las nuevas empresas internacionales o New Ventures (INV) (Oviatt et al., 1994), el modelo de las Nacidas globales o Born Global (BG) (Knight y Cavusgil,

1996), el modelo del Emprendimiento Internacional (IE) (McDougall y Oviatt, 2000), el modelo holístico (Jones, 1999) y el Modelo hibrido (Li et al., 2004).

En este punto, para comprender mejor la aplicación de la internacionalización, se van a revisar los modelos teóricos más comúnmente aceptados, tales como la Teoría de la internacionalización gradual o Modelo Uppsala, de Johanson y Wiedersheim-Paul, la Teoría de redes de Johanson y Mattson, el modelo del Emprendimiento Internacional (IE) de Oviatt y McDougall y, por último, el Enfoque basado en recursos de Barney.

Dentro de este orden de ideas, el modelo Uppsala es el más conocido de los que hacen referencia a la internacionalización desde una perspectiva de proceso. Así, Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) refieren que dicho fenómeno va ocurriendo en fases, desde no tener exportaciones, exportar a través de representantes independientes, tener una subsidiaria, hasta llegar a manufacturar en el extranjero. También, dichos autores consideran que las empresas van ganando experiencia en manejar los mercados extranjeros y así expandir el total de sus actividades, a través del creciente compromiso de la empresa y el acortamiento de la distancia entre países a través del conocimiento gradual del nuevo mercado.

En relación con lo presentado, Johanson y Mattson (1988), en su Teoría de redes, introducen la concepción de que los mercados internacionales son como redes de relaciones entre empresas, considerando ciertas interdependencias importantes entre ellas y el desarrollo de procesos en mercados internacionales. Además, estos autores establecen que este enfoque tiene como base las relaciones entre organizaciones que se externalizan durante la salida de las empresas a los mercados extranjeros, ya sean relaciones formales o informales entre las empresas. También, dichos autores refieren que la empresa en su proceso de internacionalización va interactuando con otras, ya sean clientes, proveedores y hasta competidores, forjando relaciones de largo plazo para asegurar negocios entre ellas, debido principalmente al conocimiento que se comparte a través de las relaciones.

De esta manera, McDougall y Oviatt (2000) resaltan en su modelo del emprendimiento internacional el papel importante que tiene el emprendedor en la empresa, tomando decisiones, siendo consciente de oportunidades que otros no perciben y capaz de aprovechar oportunidades de información con el objetivo de crear ventajas competitivas en el camino a la internacionalización. También, dichos autores aseveran que el éxito de un emprendedor, y, por lo tanto, de la empresa en la que se desenvuelve, está explicada por la influencia del tipo de emprendedor que es, su nivel de educación y su experiencia previa, así como su habilidad al asumir riesgos para expandir sus operaciones internacionales lo más rápido posible.

El último de los modelos a revisar es el del enfoque basado en recursos, Barney (1991) menciona que los recursos, procesos, información, conocimiento, capacidades o atributos de la

empresa contribuyen a la internacionalización, ya que el entender las fuentes de las ventajas en la competitividad es un punto principal en las estrategias de las empresas. Además, dicho autor indica que para que una empresa tenga ventaja competitiva, sus recursos deben tener mayor valor, unicidad, ser menos imitables y sustituibles. También este autor refiere que los recursos se clasifican en tres categorías: los recursos de capital físico, los recursos de capital humano y recursos de capital organizacional, donde alguno de estos puede ser estratégicamente relevante para la competitividad ante las demás empresas.

Ahora bien, muchos autores han adoptado la combinación de teorías para explicar el fenómeno de la internacionalización cuando una en específico no puede explicar el proceso por sí misma en un área de investigación determinada, tal como sucede en el área de los proveedores automotrices Tier 1. Por ejemplo, Sanyal et al. (2020), establece que la internacionalización se puede explicar el enfoque basado en recursos en combinación con la teoría de redes y el modelo de emprendimiento internacional. Por todo lo hasta aquí expuesto, lo que se propone hacer en esta investigación es utilizar como base el enfoque basado en recursos e integrarlo con la innovación, la teoría de red y el modelo de emprendimiento internacional en el contexto de los proveedores automotrices Tier 1 de los estados de Tamaulipas y Nuevo León.

Factores que inciden en la internacionalización.

Diversos autores han estudiado, desde un punto de vista empírico, los factores que impactan en la internacionalización de una empresa, tales como Vitrenko et al. (2020), Hanif e Irshad (2018), Fernando y Samarakoon (2020), Asemokha et al. (2019), Park et al. (2018), entre otros. Esos autores llevaron a cabo algunas investigaciones a diferentes factores que pueden influir en la internacionalización de las empresas, los más destacados son los siguientes: orientación emprendedora, redes de relaciones, innovación y capacidad de producción.

Orientación emprendedora e internacionalización.

La orientación emprendedora se entiende como los procesos en el ámbito de la empresa, prácticas, estilo de toma de decisiones y orientación estratégica de las empresas que operan a través de las fronteras nacionales (Tayauova, 2011). Debido al incremento en la expansión de negocios a los mercados internacionales, las empresas están enfrentando mucha presión de los competidores para internacionalizar sus negocios y así lograr su supervivencia y su crecimiento (Hanif e Irshad, 2018). De este modo, Sanyal et al. (2020) expone que el constructo mencionado es lo que va a enfocar a la empresa a buscar opciones para el crecimiento y así les permite la entrada a los nuevos mercados.

En línea con lo expuesto y de acuerdo con Cardona et al. (2020), la orientación emprendedora puede entenderse desde una doble perspectiva teórica, la primera es basada en la Teoría del

comportamiento planificado de Bratman, al configurarse como intención, voluntad y mentalidad, y la otra perspectiva sería fundada en el modelo del enfoque basado en recursos de Barney, visto como una capacidad organizacional que impulsa a las acciones emprendedoras. En este sentido, Etchebarne et al. (2008) complementan el análisis teórico, ligando la actitud emprendedora con los trabajos de Miller en 1983 y Mintzberg en 1994. Este autor agrega que la teoría fue evolucionando, siendo llamada después postura emprendedora por Covin y Slevin en 1991, orientación emprendedora por Lumpkin y Dess en 1996 y, por último, la orientación emprendedora internacional con Mc Dougall y Oviatt en el 2000.

En este orden de ideas, Lyon et al. (2000) sostienen que la orientación emprendedora se puede dividir en tres tipos, tales como las percepciones gerenciales, que son las estrategias, los procesos de toma de decisiones y los rendimientos de las empresas; el comportamiento de la empresa, que se refiere a la conceptualización del emprendimiento; y las asignaciones de recurso, que pueden medir una dimensión con base en el área que se le asignó el recurso.

En relación Tayauova (2018) con lo presentado, con respecto a estudios empíricos que relacionen la orientación emprendedora con la internacionalización de forma estadísticamente significativa, primero se tiene el de Hanif et al. (2018), que en 2016 estudió 200 pequeñas y medianas empresas de 4 ciudades de Pakistan. Después se presenta el de realizado en 2008 a los propietarios y CEO de 114 empresas de Turquía. Asimismo, el de Asemokha et al. (2019) que colaboraron en 2014 con 148 pequeñas y medianas empresas, industriales y de servicios de Finlandia.

Redes de relaciones e internacionalización.

Las redes de relaciones se definen como la habilidad de la empresa para establecer y mantener relaciones con intermediarios, clientes y otras organizaciones, tanto en el mercado doméstico como en el extranjero (Sanyal et al., 2020). Hanif e Irshad (2018) las consideran una herramienta muy poderosa para el crecimiento de las empresas emprendedoras, porque al establecerlas impulsan sus operaciones y facilitan el proveer dirección para entrar al mercado global. Dichas relaciones son utilizadas como entradas de acceso a los mercados extranjeros e involucran asociaciones con intermediarios extranjeros, proveedores, clientes, gobierno y otras organizaciones (Sanyal et al., 2020).

Otro aspecto por destacar es el origen teórico del constructo redes de relaciones, Zhou et al. (2007) señalan que en la Teoría de redes de Johanson y Mattsson se reconocen como indispensables para el crecimiento de la internacionalización de la empresa. Además, mencionan que Coviello y Munro proponen que las redes de relaciones juegan un papel significativo en las decisiones gerenciales estratégicas. Así mismo agregan que Oviatt y Mc Dougall mencionan que en el Modelo

de las New Ventures las redes de relaciones ayudan a los fundadores a identificar oportunidades en negocios internacionales.

En línea con lo expuesto, se reconocen dos tipos de redes de relaciones por Vasilchenko y Morrish (2011): las sociales, que incluyen a los individuos, familiares y amigos; y las empresariales, que son referidas a las que incluyen a los clientes, proveedores, competidores. De la misma forma, Becerra Rodriguez (2010) complementa la clasificación: redes empresariales horizontales, cuando se establecen con compañías del mismo ramo, así como competidores; o verticales, cuando se refieren a proveedores y clientes.

Finalmente, relativo a los trabajos empíricos encontrados que relacionan las redes de relaciones con la internacionalización de forma positiva y significativa, se destaca el realizado por Sanyal et al. (2020), en el que en el 2018 se entrevistaron 150 gerentes y dueños de pequeñas y medianas empresas en el 2018. También es referente el trabajo de Ceptureanu et al. (2019) que llevaron a cabo en Rumania entre 2015 y 2017 y donde se trabajó con 143 pequeñas y medianas empresas. Así como el de Park et al. (2018), dicho estudio fue aplicado en el 2016 a 761 compañías de Corea del Sur.

Innovación e internacionalización.

Innovación es el uso de tecnología avanzada en las actividades de investigación y desarrollo (I+D), el mejoramiento del producto para lograr atracción y el consecuente crecimiento en la compañía, así como el mejoramiento en los procesos que incrementan la calidad en los productos de la industria manufacturera (Manjunatha, 2020). Así, un ejemplo claro de la importancia de este constructo es en la industria automotriz, donde la demanda de componentes automotrices es el principal requerimiento de los OEM en todo el mundo y los proveedores de componentes automotrices necesitan enfocarse en invertir y desarrollar tecnología (Manjunatha, 2020). Además, Gasperini (2020) pone de manifiesto que la innovación es una de las principales fuentes de competitividad, por lo que se considera a las capacidades de innovación como determinantes en el éxito de la empresa a largo plazo.

En este punto, cabe destacar las teorías en las que se basa la innovación, Acosta Castillo et al. (2020) establecen que, en el ámbito empresarial, esta variable tiene su origen en la Teoría del desarrollo económico de Schumpeter, donde relaciona el nivel de producción con diversos factores diferenciadores, como lo es la introducción de novedades y así aumentar el crecimiento de la empresa frente a sus competidores. Dichos autores también mencionan que Porter, en la teoría de la Ventaja competitiva de las naciones, completa el concepto con su visión sobre la innovación como estrategia para aumentar la productividad de los recursos y alcanzar la competitividad. Aunque también se subraya el aporte de Barney en la Teoría basada en recursos, donde la innovación es vista como la

inclinación de las empresas para construir recursos estratégicos que permiten ventajas competitivas sostenibles (Park et al., 2018).

Por lo tanto, en cuanto a la clasificación del constructo de innovación, aunque el tratamiento de ésta se remonta al siglo pasado, aún no se tiene un planteamiento preciso de los tipos de innovación; sin embargo, se concuerda con que se clasifica en tres diferentes tipos, según su aplicación, según su impacto y según su paradigma. En consecuencia, dicha variable se organiza en función de su aplicación en de producto, de proceso, de organización y de marketing, según su impacto en incremental y radical, y según su paradigma en abierta y cerrada (Acosta Castillo et al., 2020).

Por último, en orden de relacionar a la innovación con la internacionalización estadísticamente de forma significativa, se buscaron investigaciones empíricas que la respaldaran. El primer trabajo que se encontró que cumple con el requerimiento es el perteneciente a Odei y Stejskal (2020), que se realizó a 5198 empresas innovadoras de la República Checa desde el 2012 hasta el 2014. El segundo estudio es el de Gasperini (2020), que entre 2007 y 2009 utilizaron los datos de 14,579 de compañías europeas para probar dicha relación. Y el último artículo referido es el que realizó Manjunatha (2020) en 2018, el cual muestra los datos de 119 proveedores automotrices en el sur de la India.

Capacidad de producción e internacionalización.

La definición de capacidad de producción está basada en la de Ibarra et al. (2019) que establece que es la incorporación de recursos (equipo, habilidades de los trabajadores, componentes y sistemas organizacionales) para producir productos con un mayor grado de eficiencia. En la misma línea, Parra-Irineo et al. (2015) completan el concepto al agregar que dicha variable se debe analizar antes de tomar la decisión de exportar, así como evaluar los costos en los que se incurrirá para hacer frente a la nueva demanda. En este sentido, Ibarra et al. (2019) aportan que, si se incrementa el contenido tecnológico de la capacidad de producción, se causa la diversificación del producto, lo cual favorece la actividad exportadora.

Así, en cuanto al origen teórico de la variable explicativa de la capacidad de producción, se subraya el aporte de Moncayo Jimenez (2001), el cual lo explica en la integración de la Teoría económica de la localización de Walter y la teoría de Microeconomía de Weber y Losh. Este autor agrega que dichas teorías explican las economías de escala y externalidades tecnológicas para atraer nuevos recursos que refuerzan la expansión del mercado. Siguiendo este orden de ideas, se destaca la contribución de Jordan y Graves en su Teoría de la producción flexible, que se refiere a la capacidad de expandir o contratar la capacidad de producción de un sistema de manufactura de una empresa (Matt y Rauch, 2013).

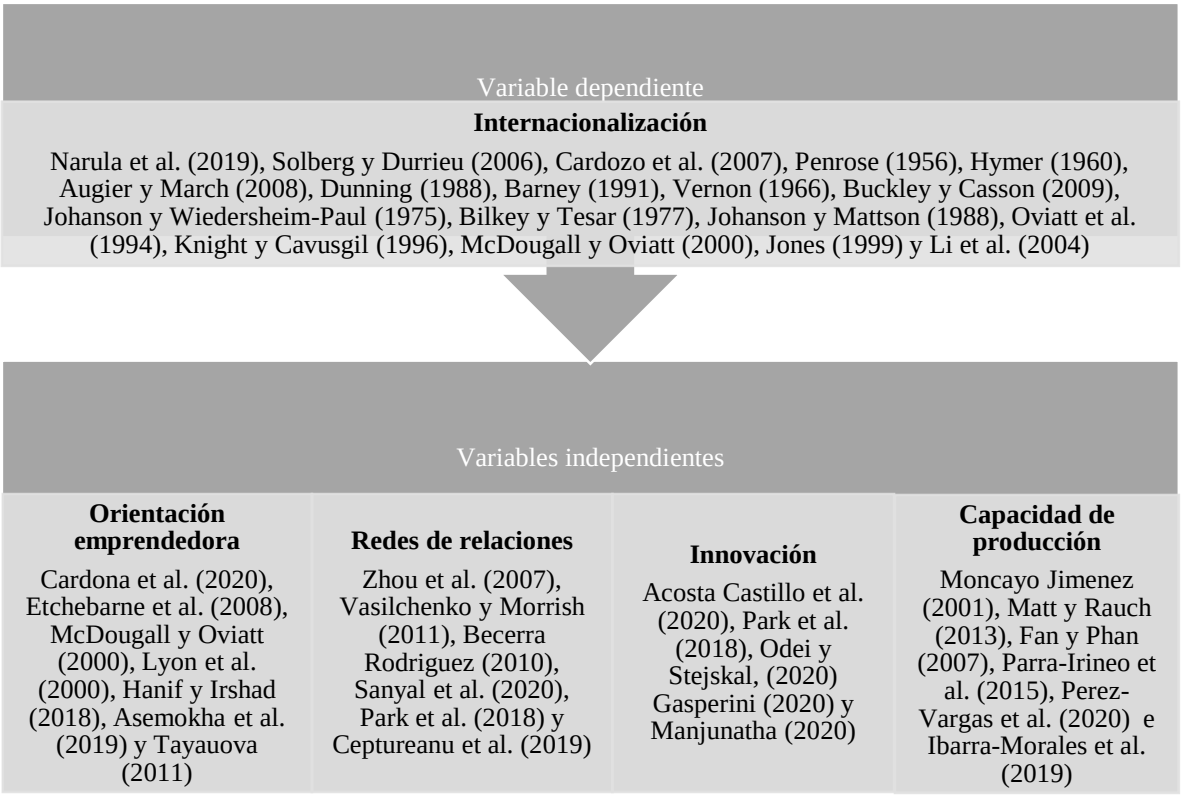
En relación con lo presentado, se admiten 3 tipos de capacidad de producción. De este modo,

Perez Vargas et al. (2018) considera dos clasificaciones: la instalada, definida como la máxima capacidad de producción posible considerando todos los recursos disponibles, y la requerida, la cual refiere a los requerimientos del cliente. Más aún, Fan y Phan (2007) agregan otra clasificación, la de capacidad asignada, que es la que se reserva para su utilización en el mercado extranjero, es decir, la disponibilidad para escalar la producción y hacer frente a la internacionalización.

Sumado a lo anotado, con relación a las investigaciones que relacionan al constructo de capacidad de producción con la internacionalización, se presenta el estudio empírico realizado por Fan y Phan (2007) que se hizo en Europa a 67 compañías de transporte aéreo, estudiadas de 1997 a 2004. Otro estudio empírico encontrado es el de Parra-Irineo et al. (2018), se realizó en 2016 a 135 compañías de procesamiento de alimentos en Sonora, México. Finamente, se considera el trabajo de Ibarra et al. (2019) aplicado a 40 empresas del giro industrial en 2017.

Por todo lo hasta aquí expuesto, después de que se reviso exhaustivamente la literatura y de que se dio soporte a las variables de estudio, se presenta el modelo teórico en la figura 1.

Figura 1. *Modelo conceptual.*



Método

El presente estudio es una investigación exploratoria descriptiva, no experimental y con un enfoque

cualitativo debido a que se desea señalar la internacionalización que tienen los proveedores automotrices Tier 1. Así que se presenta un análisis de las teorías que impulsan la internacionalización de las empresas.

Resultados

Como resultados del análisis teórico, se describen las principales teorías sobre internacionalización, así como sus diferentes perspectivas teóricas, como la económica, la de procesos y la enfocada a Pymes. Se hace énfasis en los modelos teóricos más comúnmente aceptados que representan la internacionalización de las empresas, tales como la Teoría de la internacionalización gradual o Modelo Uppsala, la Teoría de redes, el modelo del Emprendimiento Internacional y el Enfoque basado en recursos.

Se presentan estudios que destacan las investigaciones en torno a la internacionalización y se analizan sus diferentes definiciones para determinar la que se utiliza en el presente artículo. También, con base en los modelos teóricos y a los estudios empíricos, se propone utilizar un modelo que combine el Enfoque basado en recursos con la teoría de redes, el emprendimiento internacional y el modelo de innovación.

Adicionalmente, se analizaron estudios aplicados donde se encontró una relación positiva y estadísticamente significativa en la que la internacionalización se vincula con la orientación emprendedora, las redes de relaciones, la innovación y la capacidad de producción. Además, para cada una de las variables que inciden en la internacionalización, se refirieron las teorías que les dieron origen, su clasificación, su definición y los estudios empíricos que las respaldan.

Conclusiones

En el presente estudio se ha desarrollado un trabajo de revisión de literatura donde se explora a la internacionalización y a algunos de los principales factores que la impactan. En este trabajo se identifica que el fenómeno de internacionalización ha sido ampliamente estudiado durante años debido a la importancia de la temática. Existe un gran cuerpo teórico sobre el tema, conformado por teorías, modelos teóricos y estudios empíricos. También se reconocen diversos estudios de carácter empírico que dan cuenta de los factores que inciden en la internacionalización en el marco de los proveedores automotrices Tier 1, se ha encontrado dentro de estos factores a la orientación emprendedora, las redes de relaciones, la innovación y la capacidad de producción.

De este modo, se distingue a la orientación emprendedora como factor clave de la internacionalización de las empresas, ya que las empresas que cuentan con procesos y practicas con

esta orientación tienden a buscar el crecimiento en mercados extranjeros. Esto es soportado por los estudios empíricos de Hanif et al. (2018), Tayuova (2018) y Asemokha et al. (2019), que estudiaron la relación entre estas dos variables, encontrando significancia estadística positiva.

De igual forma, se destacan trabajos que soportan a las redes de relaciones como influyente en la internacionalización, principalmente por la necesidad de cooperación y transmisión de conocimiento con las empresas en los diferentes puntos de la red, tanto con clientes como proveedores. Los autores de dichos trabajos fueron Sanyal et al. (2020), Ceptureanu et al. (2018) yPark et al. (2018), en cuyos estudios se mostró una relación fuerte y significativa entre estas dos variables.

Otro factor que se reconoce como determinante en la internacionalización de las empresas es la innovación, porque se manifiesta como fuente de productividad y diferenciación para tomar ventaja en el mercado extranjero. Los principales autores que respaldan la relación entre las dos variables mencionadas son Odei y Stejskal (2020), Gasperini (2020) y Manjunatha (2020), que encontraron significancia estadística al estudiar dicha relación.

El último de los factores que se encontró como determinante en la internacionalización fue el de la capacidad de producción, principalmente al sostener la empresa frente al mercado extranjero con la disponibilidad de productos. A fin de relacionar estos dos constructos, esta investigación se apoya en estudios empíricos que hayan demostrado significancia estadística, tales como Fan y Phan (2007), Parra-Irineo et al.(2018) e Ibarra et al. (2019).

Considerando que el objetivo del presente trabajo fue el de integrar el marco teórico e identificar los factores relevantes que inciden en la internacionalización en el contexto de los proveedores automotrices Tier 1, y dados los resultados y deliberaciones, se da por cumplido dicho objetivo. El marco teórico aquí integrado será utilizado en el desarrollo de la investigación que se encuentra en curso para la tesis de la investigación doctoral “Factores que inciden en la internacionalización de los proveedores automotrices Tier 1 de los estados de Tamaulipas y Nuevo León”.

Bibliografía

Acosta Castillo, V. M., Vega Morejon, B. A., Gonzalez Illescas, M. L., y Carmenate Fuentes, L. P. (2020). Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados. *INNOVA Research Journal*. ISSN-e 2477-9024

AMIA. (2021). *La industria automotriz en México*. https://amia.com.mx

Asemokha, A. M. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 425-453. https://doi.org/10.1007/s10843-019-00254-3

Augier, M., y March, J. G. (2008). A retrospective look at Behavioral Theory of the Firm. *Journal*

ofEconomic Behavior & Organization. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2008.01.005

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Becerra, D. P. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento & Gestión*, 26. ISSN 1657-6276

Bilkey, W. J., y Tesar, G. (1977). The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studies*. https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490783

Buckley, P. J., y Casson, M. (2009). The internationalization theory of the multinational enterprise: A review of the progress of a research agenda after 30 years. *Journal of International Bussiness Studies*. https://doi.org/10.1057/jibs.2009.49

Calabrese, G., y Manello, A. (2016). Internationalization and performance of the Italian automotive supply chain: Evidence for designing policies. *CNR-Icres*. http://dx.doi.org/10.1016/j.jpolmod.2018.01.008

Cardona Montoya, R. A., Martins, I., y Velasquez Ceballos, H. (2020). Orientacion emprendedora y emprendimiento corporativo: Diferencias y complementariedad en un modelo intencion-accion. *Revista Mexicana de Economia y Finanzas Nueva Epoca*. https://doi.org/10.21919/remef.v15i0.546

Cardozo, P. P., Chavarro, A., y Ramirez, C. A. (2007). Teorias de Internacionalizacion. *Panorama*. https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264

Ceptureanu, E. G., Ceptureanu, S. I., y Herteliu, C. (2019). Evidence regarding external financing in manufacturing MSEs using partial least squares regression. *Annals of Operations Research*. https://doi.org/10.1007/s10479-019-03291-2

Dunning, J. H. (1988). The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*. https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490372

Etchebarne L., M., Garcia C., R., y Geldres W., V. (2008). La orientacion emprendedora a nivel de la firma. *Multidisciplinary Business Review*. https://hdl.handle.net/11441/95189

Fan, T., y Phan, P. (2007). International New Ventures: Revisiting the influences behind the Born Global firm. *Journal of International Business Studies*. https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400308

Fernando, W. H., y Samarakoon, S. (2020). Internationalization Issues and Export Performance of Manufacturing SMEs in North Western Province, Sri Lanka. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*. https://doi.org/10.9734/AJEBA/2020/v20i430332

Gasperini, M. (2020). Internationalization and innovation; A PSM approach. *Lund University*, 40.

Hanif, M. I., y Irshad, M. (2018). Impact of the Entrepreneurial orientation and network resource utilization on internationalization of SMEs: Evidence from Pakistan. *International Journal of Marketing Studies*. https://doi.org/10.5539/ijms.v10n2p118

Hymer, S. H. (1960). The international operations of national firms: A study of direct foreign investment. *MIT Press*.

Ibarra-Morales, L. E.-J.-B. (2019). Internationalization of industrial small-medium enterprises in an emerging country. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. https://doi.org/10.1108/ARLA-10-2018-0223

Johanson, J., y Mattson, L.-G. (1988). Internationalization in industrial systems -A network approach. *Palgrave Business and Managment*.

Johanson, J., y Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm -four swedish cases. *The Journal of Management Studies*.

Jones, M. V. (1999). The internationalization of small high-technology firms. *Journal of International Marketing*. https://doi.org/10.1177/1069031X9900700403

Knight, G. A., y Cavusgil, S. T. (1996). The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. *Advances in International Marketig*. ISBN:0-7623-0164-3

Lampón, J. F., y Lago-Peñas, S. (2013). Factors Behind International Relocation and Changes in Production Geography in the European Automobile Components Industry. *IEB Working Paper N., 2013*(16). https://doi.org/10.2139/ssrn.2341073

Li, L., Li, D., y Dalgic, T. (2004). Internationalization process of small and medium -sized enterprises: Toward a hybrid model of experiential learning and planning. *Management International Review*. https://www.jstor.org/stable/40835979

Lyon, D., Lumpkin, G. T., y Dess, G. G. (2000). Enhacing Entrepreneurial Orientation Research: Operationalizing and Measuring a Key Strategic Decision Making Process. *Journal of Management*. https://doi.org/10.1177/014920630002600503

Manjunatha, N. (2020). Internationalization and innovation capabilities determine export performance of Indian autocomponent manufacturing industry. *Gurukul Business Review*, 16. viewed, 30, 47-60. ISSN : 0973-9262

Matt, D., y Rauch, E. (2013). Design of a network of scalable modular manufacturing systems to support geographically distributed production of mass customized goods. *The Authors Conference on Intelligent Computation in Manufacturing Engineering*. https://doi.org/10.1016/j.procir.2013.09.075

McDougall, P. P., y Oviatt, B. M. (2000). International Entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*. https://doi.org/10.5465/1556418

Narula, R., Asmussen, C. G., Chi, T., y Kundu, S. K. (2019). Applying and advancing internationalization theory: The multinational enterprise in the twenty-first century. *Journal of International Business Studies*. https://doi.org/10.1057/s41267-019-00260-6

Odei, S. A., y Stejskal, J. (2020). Firms pursuit of innovations through internationalization: A treatment effect estimation. *Technological and Economic Development of Economy*, 30. https://doi.org/10.3846/tede.2020.12484

Oviatt, B. M., McDougall, P. P., y Shane, S. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*. https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)90017-5

Park, J.-M., Lee, J.-E., y Jeong, Y.-H. (2018). The effect of strategic orientation on the speed of internationalization in small and medium-sized enterprises in South Korea. *Journal of International Trade & Commerce*, 22. https://ssrn.com/abstract=3310198

Parra-Irineo, G., Ibarra-Morales, L. E., Galindo-Mora, J. P., y Treviño-Montemayor, J. G. (2015). Revision teorica de los facctores criticos que influyen en la internacionalizacion del sector de alimentos procesados. *Vinculatégica*. ISSN: 2448-5101

Penrose, E. T. (1956). Foreign investment and the growth of the firm. *Oxford Journals*. https://doi.org/10.2307/2227966

Perez Vargas, I., Blanco Jimenez, M., y Davila Aguirre, M. (2018). La internacionalización dela PyMES manufactureras en el norte de Mexico. *Vinculategica*.

Sanyal, S., Hisam, M. W., y Baawain, A. S. (2020). Entrepreneurial orientation, network competence and human capital: The internationalization of SMEs in Oman. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.473

She, Q., Yu, Y., y Wu, K. (2020). Is Born global a viable market entry mode for the internationalization of SMEs Evidence from China before covid. *Emerging Markets Finance and Trade*. https://doi.org/10.1080/1540496X.2020.1854720

Solberg, C. A., y Durrieu, F. (2006). Access to networks and commitment to internationalisation as precursors to marketing strategies in international markets. *Management International Review, 46*, 57-83. https://doi.org/10.1007/s11575-007-0049-6

Tayauova, G. (2011). The impact of international entrepreneurial orientation on strategic adaptation. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.078

Vasilchenko, E., y Morrish, S. (2011). The role od entrepreneurial networks in the exploration and exploitation of internationalization opporunities by information and communication technology firms. *Journal of International Marketing*. https://doi.org/10.1509/jim.10.0134

Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quaterly Journal of Economics*. https://doi.org/10.2307/1880689

Vitrenko, A., Tarasiuk, H., Basiurkina, N., Shlapak, A., Berezhnytska, U., y Kosichenko, I. (2020). Features of internationalization of SMEs under the influence of the institutional enviroment. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*. https://doi.org/10.34218/IJARET.11.5.2020.022

Wyrwa, J. (2019). Analysis of determinants of the inflow of foreign direct investment to Poland. *Management*. https://doi.org/10.2478/manment-2019-0041

Zhou, L., Wu, W.-p., y Luo, X. (2007). Internationalization and the performance of born-global SMEs: the mediating role of social networks. *Journal of international business studies*. https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400282

El surgimiento de resiliencia ciudadana ante la innovación de políticas públicas durante la pandemia
(The emergence of citizen resilience to public policy innovation during the pandemic)

María Delia Téllez Castilla[1]; María Eugenia Reyes Pedraza[2] y Janet García González[3]

[1] *Universidad Cuauhtémoc – Plantel Aguascalientes, Educación a Distancia (México),*
tellezdelia@yahoo.com.mx, https://orcid.org/0000-0001-9671-2296
[2] *Universidad Autónoma de Nuevo León –Facultad de Contaduría Pública y Administración (México),*
kenna.reyes@hotmail.com, https://orcid.org/0000-0002-0974-9312
[3] *Universidad Autónoma de Nuevo León –Facultad de Comunicación (México),*
janetgarcia71@yahoo.com.mx, https://orcid.org/0000-0002-7188-5331

Información revisada por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-475

Resumen

En este artículo el objetivo fue reflexionar sobre la resiliencia ciudadana creada durante la pandemia posterior a la innovación en las políticas públicas. La pandemia del COVID-19 ha sido la mayor crisis de salud pública atendida a nivel mundial que no solo afecto al sector salud, sino que sus repercusiones se vieron también en el ámbito político, económico, social, educativo y laboral. Los problemas sociales y el deterioro de la salud mental se agregaron a la enfermedad física incrementando con ello el estrés no solo en las personas enfermas sino en la mayoría de la población, de ahí la importancia de crear resiliencia ciudadana. Se utilizó la investigación cualitativa empleando la técnica de investigación documental exploratoria. Los primeros resultados a destacar son las conceptualizaciones teóricas encontradas sobre la resiliencia, la alfabetización en salud, la comunicación en salud y la participación ciudadana inmersos en el ámbito de las políticas públicas. Todo esto como base para argumentar la investigación presente. Algunas condiciones para la transformación de la resiliencia fueron sin duda el uso de plataformas digitales, pues lograr la integración de la sociedad en la toma de decisiones permite no solo una participación ciudadana, sino la creación de resiliencia ciudadana.

Palabras clave: Alfabetización en salud, Comunicación en salud, Participación ciudadana, Políticas públicas, Resiliencia.
Código JEL: I12, I18, I19

Abstract

The objective of this article was to reflect on the citizen resilience created during the pandemic following the innovation in public policies. The COVID-19 pandemic has been the largest public health crisis ever dealt with worldwide, affecting not only the health sector, but also the political, economic, social, educational and labor spheres. Social problems and the deterioration of mental health were added to physical illness, increasing stress not only in sick people but also in the majority of the population, hence the importance of building citizen resilience. Qualitative research was used, employing the exploratory documentary research technique. The first results to be highlighted are the theoretical conceptualizations found on resilience, health literacy, health communication and citizen participation immersed in the field of public policies. All this as a basis for arguing the present research. Some conditions for the transformation of resilience were undoubtedly the use of digital platforms, but achieving the integration of society in decision-making allows not only citizen participation, but also the creation of citizen resilience.

Key words: Health literacy, Health communication, Citizen participation, Public policies, Resilience.
JEL Codes: I12, I18, I19

Introducción

Cuando se hablaba de eventos adversos que sufría la población, regularmente se hacía en referencia a desastres naturales, epidemias o accidentes sufridos por un grupo poblacional específico; pero como sociedad la pandemia de COVID-19 ha sido un evento catastrófico a nivel mundial y con ello se marcan precedentes inimaginables, nunca vistos. Los problemas sociales y el deterioro de la salud mental se agregaron a la enfermedad física producto de la infección, incrementando con ello el estrés no solo en las personas enfermas, sino en la mayoría de la población.

Cada persona necesitó sortear estas dificultades y para salir adelante como lo hace notar Laines Alamina et al. (2021) en época de crisis, las habilidades blandas son las que más ayudan para afrontar imprevistos y lo mejor de todo es que son habilidades que se pueden aprender, que pueden ser desarrolladas. Este nuevo desafío en la vida de todos brindó la oportunidad de transformar a los individuos, permitiendo que el talento humano se reinventara y posteriormente apareciera la resiliencia. Esta situación despierta la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se creó resiliencia ciudadana después de la implementación de políticas públicas durante la pandemia?

De acuerdo con Reyes Pedraza et al. (2022) las estrategias para hacer frente a la pandemia necesitaron no solo políticas públicas de salud, sino políticas públicas en el ámbito de la educación, la economía y demás sectores. Ante lo cual surge el siguiente supuesto teórico: Las políticas públicas implementadas durante la pandemia ayudaron a crear resiliencia ciudadana.

Con todo esto la sociedad se vio inmersa en una nueva dinámica de vida que lo incluía todo, generando con ello altos índices de estrés con base no solo en el miedo generado por las emociones, sino por el miedo a perder el empleo, a no poder hacer frente a los gastos de manutención propios y de sus dependientes. Además del estrés generado por la propia enfermedad, que al inicio parecía una sentencia de muerte inminente, hasta que posteriormente aparecieron las vacunas y con ello ahora la angustia por conseguir la vacunación. En este artículo el objetivo fue reflexionar sobre la resiliencia ciudadana creada durante la pandemia posterior a la innovación en las políticas públicas, en base al análisis de fuentes documentales, como una recapitulación de lecciones aprendidas.

Método

Se utilizó la investigación cualitativa empleando la técnica de investigación documental exploratoria, que como menciona Rosell Amigó (2022) no es solo recopilar información, sino que va más allá, pues al ser suficientemente argumentada genera nueva información para el mayor conocimiento posible del objeto de estudio. Esta investigación documental se basó en la búsqueda de fuentes secundarias, que son los documentos escritos por investigadores externos que analizaron las

situaciones documentadas. El procedimiento se realizó en cuatro pasos: se inició con la búsqueda y selección del material, el segundo paso fue la revisión del material para evaluar su pertinencia, posteriormente se organizó y clasificó el material para finalmente proceder a su análisis, discusión y conclusiones.

Resultados

Los primeros resultados a destacar son las conceptualizaciones teóricas encontradas sobre el tema de la resiliencia, la alfabetización en salud, la comunicación en salud y la participación ciudadana inmersos en el ámbito de las políticas públicas. Todo esto como base para argumentar la investigación presente. En la figura 1 se presenta el ciclo virtuoso necesario para lograr la resiliencia ciudadana, es importante señalar que incluye los componentes mínimos que intervienen para crearla, ya que el tema es multifactorial.

Figura 1. *Ciclo para la construcción de la resiliencia ciudadana*

La resiliencia ciudadana

La resiliencia es la capacidad individual, aunque si se refleja en un grupo de la comunidad, entonces se puede hablar de resiliencia ciudadana, y es esa capacidad por sobreponerse a situaciones adversas que podrían conducir a la desolación y sin embargo no lo hace, gracias a que se cuenta con esta capacidad. Martínez Horna (2021) lo explica muy bien, cuando describe la resiliencia como la capacidad desarrollada para recuperarse de amenazas o catástrofes para aprender, mejorar su calidad de vida y con ello mejorar su futuro. Por lo tanto, cuando se habla de que una comunidad aprende después de pasar por situaciones difíciles, como lo es la pandemia que desde finales de 2019 fue invadiendo todo el mundo, se está hablando justamente de resiliencia ciudadana.

Desde el punto de vista de Hardy-Casado et al. (2019) el término es bastante polisémico y entre los muchos significados resalta la acepción de la resiliencia como la capacidad de aprendizaje, y hace hincapié en la importancia de indagar cómo es que aprenden las personas, particularmente hablando del aprendizaje social, además de evidenciar la transición de ese conocimiento a la práctica. Porque aprender implica justamente incluir lo aprendido en su práctica diaria, en su quehacer cotidiano, pues si lo aprendido no se refleja en acciones concretas su valor será muy cuestionable. Es imperativo mencionar que la capacidad de aprendizaje existe en cada persona de la comunidad.

Como se mencionó previamente el termino polisémico permite a investigadores como Mahajan et al. (2022) hablar del concepto de resiliencia participativa al conjuntar las áreas de participación, colaboración y resiliencia; considerando el acceso a la información y el conocimiento como prerrequisitos para la sostenibilidad social, que se crea al aumentar los lazos fuertes entre los ciudadanos y el intercambio de conocimiento social, logrando así mayor resiliencia, en otras palabras, lograr mejores resultados a la necesidades locales de su comunidad. Precisamente ese es el punto clave de la resiliencia ciudadana, lograr una mejoría de la comunidad, para que los propios ciudadanos logren una mejor calidad de vida.

Como afirman Alizadeh & Sharifi (2022) la pérdida de empleos, el aumento de la pobreza, el alza de la vulnerabilidad social, la interrupción de los servicios de educación y también los servicios de salud, sumados a las políticas de confinamiento restrictivo causaron en la comunidad altos niveles de tensión además de devastadores costos socioeconómicos. Todo lo anterior evidencia la importancia de la resiliencia colectiva, también llamada resiliencia social, considerada como la capacidad de una comunidad para resistir el impacto social externo.

Chu et al. (2021) al referirse a la resiliencia urbana mencionan la necesidad de indagar en los factores que la afectan y hacen hincapié en dos principalmente, la gobernanza de emergencias urbanas y el tamaño de las ciudades, considerando las respuestas oportunas a la crisis como parte de la gobernanza y la densidad demográfica como factor relacionado al tamaño de la ciudad. Considerando este concepto es fácil asociar la alta densidad poblacional con la mayor probabilidad de contagio y con ello, el estrés generado por esta situación. De ahí que el confinamiento obligatorio ordenado por el gobierno junto a la pérdida del empleo, fueran en cierto modo causantes del miedo, ansiedad o angustia de la población, afectando directamente la resiliencia en un primer momento.

Alizadeh y Sharifi (2022) recomiendan tener ciudades resilientes y para ello modificaron las dimensiones para evaluar la resiliencia social, catalogando en siete: demografía social, cohesión social/capital social, redes sociales, compromiso comunitario, valores comunitarios, acceso a la sanidad y competencia comunitaria. Sin embargo, enfatizan que en tiempos como este de la pandemia se debe tener una visión más amplia que solo la resiliencia social, pues puntualizan que una ciudad

es verdaderamente resiliente cuando puede regresar a su actividad central o principal rápidamente. Por tanto, se puede argumentar que el requisito previo para lograrlo es no solamente el diseño de políticas públicas que incluyan la participación de la comunidad local en múltiples niveles y espacios, sino también el aprecio de los ciudadanos por su hábitat.

En palabras de Kourtit et al. (2022) el amor por la ciudad incluye la satisfacción por el entorno interior doméstico hasta el entorno externo del barrio, así como el acceso al capital social existente en la comunidad, esta apreciación por su ciudad se divide en dos partes: el cuerpo de la ciudad que son las comodidades físicas y funcionales, y el alma de la ciudad que se refiere a las experiencias emocionales y la vida social. Es así como se puede estructurar una sociedad resiliente, que enfrente los retos que se presentan, que sienta satisfacción y sentido de pertenencia por su entorno.

Desde el punto de vista de Weaver et al. (2022) la teoría de la ciudadanía en evolución incluye virtudes y comportamientos adecuados a las normas de participación como la autonomía, el orden social y la solidaridad, siempre basados en el compromiso. Esto es entendible pues sin respeto a las reglas de urbanidad es difícil la convivencia armónica y pacífica, pero especialmente en época de crisis, como la vivida a raíz de la pandemia, la ciudadanía debió adaptarse a muchos cambios haciendo imperativa una nueva dinámica para evolucionar como sociedad. Estos cambios de paradigma han ayudado a desarrollar mayor conciencia de la salud pública y también a servido para mejorar la alfabetización en salud, como se verá enseguida.

La alfabetización en salud

Ajuicio de van Kessel et al. (2022) la alfabetización en salud se expresa en cuatro dimensiones: acceder, comprender, evaluar y aplicar información relevante para la salud; pero influye en el desarrollo de esta alfabetización en salud no solo la edad, sexo, nivel social y económico, además también influye si se vive en un entorno urbano o rural, y hablando de alfabetización digital en salud es aún más necesaria tanto para los profesionales como para la población en general pues actualmente la demanda de servicios digitales de salud son poco utilizados ya sea por desconocimiento o por falta de confianza.

Naveed y Shaukat (2022) encontraron que la alfabetización en salud predice el comportamiento que tendrán las personas en relación a su salud por lo que consideran de interés implementar programas de alfabetización en salud acordes a las necesidades particulares de cada grupo poblacional, diseñando políticas públicas de salud acordes al nivel de conocimientos. Ignorar la influencia que esta alfabetización proporciona deteriora la confianza en las autoridades sanitarias y ayuda a la propagación de la infodemia, la cual dificulta que las personas encuentren la información adecuada y verídica que necesitan.

Los servicios electrónicos de alfabetización sanitaria tienen como objetivo aumentar el conocimiento de las enfermedades para hacerles frente y mejorar la calidad de vida, cambiar las rutinas no saludables, disminuir el miedo y la ansiedad, aumentar los conocimientos y habilidades digitales para de esta forma disminuir las barreras que limitan la alfabetización digital de la salud (Choukou et al., 2022). Para lograrlo es necesario que investigadores y autoridades llenen el vacío de conocimientos y sobretodo que el lenguaje sea más coloquial aun explicando conceptos científicos con la intensión de que sea comprendido por todos o al menos la gran mayoría.

La alfabetización en salud es la capacidad de comprender y aplicar la información de salud para tomar decisiones informadas sobre la prevención y el cuidado de la salud; también es señalada como una vacuna social para empoderar a la población, creando en ellos solidaridad y responsabilidad colectiva que contribuya a mejores estilos de vida (Okan et al., 2022). Es así como una comunidad alfabetizada podrá resolver de mejor manera cualquier situación que se les presente, sin importar lo fortuito de su aparición.

La alfabetización en salud se basa ante todo en los conocimientos, por lo tanto existe un fuerte vínculo con la alfabetización científica, este razonamiento científico es decisivo para comprender causas y consecuencias de la pandemia, y para poder analizar la gran cantidad de información contradictoria o falsa que aparece en medios de comunicación y en redes sociales; al observar el comportamiento ante la vacunación se pudo constatar que aquellos con actitudes contrarias a la vacunación eran los que tenían pensamientos de conspiración y creencias epistémicamente sospechosas, sin embargo lo que más enfatizan Čavojová et al. (2022) es que cuando ocurre la crisis, en este caso la pandemia, suele ser demasiado tarde para fomentar el razonamiento científico.

Para Turhan et al. (2022) la alfabetización en salud es un mediador entre la desconfianza en el sistema de salud y la indecisión de la atención médica, demostrando que a menor conocimiento en temas de salud es mayor la desconfianza y por tanto la solicitud de atención también es menor, repercutiendo en el estado de salud de las personas. Es imperante que las autoridades y los académicos difundan la información e insistan en acciones para aumentar la confianza de los ciudadanos, pues esto redundará en el bienestar social. Aumentar el conocimiento de la población es importante en primer lugar para que cada persona pueda mantenerse saludables, pero además para facilitar el trabajo de las autoridades.

Comunicación en salud

En salud pública se requiere un sistema sólido de respuesta y para ello los mensajes que se emiten deben ser efectivos, es decir que deben tener un contenido preciso y una ejecución correcta para que sean persuasivos, confirmando que la ciencia de la comunicación es pieza angular para

proponer estrategias prometedoras que contribuyan a combatir futuras crisis de salud (Nan et al., 2022).

Los mensajes para quedarse en casa que emitieron las autoridades despertaron la motivación de las personas en dos diferentes tipos: la motivación autónoma, esta es cuando la persona le encontraba la importancia de quedarse en casa, y la motivación controlada, cuando lo hacían por la presión o por no tener otra opción (Legate & Weinstein, 2022). Cuando se perciben los mensajes como algo positivo para la salud, se aumenta la motivación autónoma y después de un tiempo es más probable que florezca la resiliencia. Sin embargo, el importante que los mensajes emitidos por la autoridad o los profesionales de la salud sean elaborados cuidadosamente para evitar enviar un mensaje autoritario que sea mal interpretado.

Otra situación que se presentó durante la pandemia fue la relacionada con la teoría de la reactancia psicológica que es cuando una persona se resiste a todo, cuando existe un sesgo en la percepción del orden social, es cuando una persona se resiste a obedecer las indicaciones o cualquier orden establecido. Ball & Wozniak (2022) hablan sobre esta teoría al evaluar los mensajes emitidos durante la pandemia, en cuanto a fatiga del mensaje o importancia de la información y el incumplimiento a estos mensajes. Cuando la persona siente amenazada su libertad por el mensaje existe una mayor reactancia y por consecuencia no atiende las indicaciones en este caso las indicaciones de salud emitidas por las autoridades.

Las infodemias se encuentran al mismo nivel de las pandemias en cuanto al daño que pueden hacer y por ello los gobiernos, los organismos internacionales y los profesionales de la salud deben estar atentos a la información errónea o la manipulación de datos que se emitan durante las pandemias; así mismo las autoridades deben emitir políticas públicas para regular los portales mediáticos en la propagación de información (Mheidly & Fares, 2020). Ayudar a la población a tomar buenas decisiones en torno a su salud es responsabilidad de todos, por lo cual debe involucrarse a la población y fomentar la participación ciudadana en temas de salud.

Como afirman Anwar et al. (2020) los medios de comunicación tienen un papel preponderante en el mundo actual al brindar una plataforma para la comunicación en salud pública, donde se brindan pautas sobre el cuidado de la salud, actividades a realizar, así como aquellas otras actividades que deben evitarse. Una buena estrategia de comunicación ayuda a mantener a las personas saludables y minimizar riesgos a las que son expuestas; además también ayuda a contrarrestar las noticias falsas que invaden las re3des sociales.

Participación ciudadana

En palabras de Niu et al. (2022) la participación ciudadana en medidas preventivas en el tema

de salud es decisiva para que las enfermedades, en este caso el covid 19, no se diseminen y terminen contagiando a muchas personas. La alfabetización en salud debe centrarse en la confianza existente en las redes sociales de los médicos y el sector salud, así como dirigirlo a la televisión y los medios de comunicación masiva que son los canales de comunicación más solicitados por las personas.

La participación de la comunidad es indispensable para una efectiva y positiva respuesta colectiva, pues si el gobierno implementa medidas impopulares el cumplimiento puede ser bajo; por ello es crucial comprender a la comunidad especialmente en tiempos inestables y de cambios vertiginosos, cuando la salud y la vida están de por medio (Marston et al., 2020). Las autoridades intentan crear espacios participativos donde la población pueda expresarse y sentirse parte de la solución sabiendo que sus ideas están siendo escuchadas. Sin embargo, tejer una red de apoyo que permita ese sentido de pertenencia y cercanía con las políticas implementadas, no es tarea fácil pero la tecnología puede ser de gran ayuda.

A juicio de Islm et al. (2021) en la gestión de crisis los gobiernos utilizan las redes sociales para compartir actualizaciones sobre las condiciones críticas imperantes en su territorio, con la intensión de que los ciudadanos puedan tener información oportuna, confiable y eficiente para minimizar pérdidas. Las redes sociales cobraron mayor relevancia para compartir información en tiempo real, intentando mantener informada a su población y evitando en lo posible que las noticias falsas proliferaran en detrimento de la salud pública.

La respuesta de cada país a la atención de la pandemia fue sui generis para cada uno. Como afirman Shaw et al. (2020) la pandemia si bien es global, la respuesta a ella es indudablemente local y prueba de ello es que el tratamiento médico era universal, sin embargo, la respuesta a la emergencia sanitaria no lo fue. Cada país tuvo su forma particular de abordar la pandemia y la participación de sus ciudadanos también fue muy variada, desde las diferencias en la regulación, la gobernanza, la toma de decisiones y el comportamiento de su población.

Para trabajar en base a decisiones inclusivas, las autoridades requieren que sus ciudadanos se reúnan en torno a los temas de beneficio social. Como lo hace notar Entrena Ruiz (2022) la participación ciudadana fue incluida en el objetivo 16.7 de la agenda 2030 de Desarrollo Sostenible como una garantía del derecho a la ciudad, para darle un valor social al espacio urbano. Con esta inclusión es posible afirmar que la participación ciudadana es una prioridad para la ONU y que sea incluido como parte de la creación de justicia y paz hace aún más relevante el tema.

Políticas públicas

El desempeño de las tareas o cumplir con la misión de un organismo internacional solo pueden llevarse a efecto si los estados miembros cooperan, pues son los gobiernos de los estados-nación los

que cuentan con las herramientas para ejercer las acciones, ante esto la Organización mundial de la salud (OMS) pretende institucionalizar la gobernanza mundial de la salud (Lange et al., 2023). Actualmente el diseño de las acciones para preservar la salud global que luego se emiten como recomendaciones corre al cargo de la OMS, sin embargo, cada estado miembro decide ponerlo en práctica o no. Durante la pandemia se pudo observar como cada país tomo decisiones para afrontar la situación sin considerar las recomendaciones del organismo internacional, las respuestas fueron muy diversas y no necesariamente alineadas a las indicaciones del organismo internacional.

Desde el punto de vista de Wouters y Latorre (2023) suponen que la débil coordinación en la respuesta global a la pandemia es un endeble punto de partida para la implementación de la agenda llamada Nuestra agenda Común (OCA, por sus siglas en inglés) por lo cual es importante una acción colectiva para combatir el virus, similar a la respuesta económica ejercida por los países ricos en 2008 para superar la crisis financiera global y en el 2020 para ayudar a hogares y empresas a superar el bloqueo. Actualmente los desafíos globales incluyen a la economía, la salud y el medio ambiente, por lo que se requieren acciones colectivas y coordinadas de todos los países.

Teniendo en cuenta a del Real García y Cruz Álvarez (2022) refieren que el bienestar más importante para la población es tener una vida larga y saludable, sin embargo, el factor clave para medir ese bienestar social es el factor económico y México ha destinado muy poco recurso para mejorar la calidad de la salud; aunque si ha mejorado sus políticas públicas y cuenta con una administración pública con mejores prácticas. Estos desbalances son una de las razones por las que el país sigue enfrentando problemas sociales, minando la confianza de sus ciudadanos. Esta desconfianza en el gobierno lo obliga a implementar políticas públicas para resarcir esta brecha y lograr mayor cohesión social.

Durante la pandemia se aceleraron las tendencias organizacionales del trabajo con implicaciones directas a la salud y bienestar de los trabajadores, obligando a las autoridades a implementar políticas públicas para por un lado mantener la actividad económica y por otro lado preservar la salud y seguridad de los empleados; obviamente esto vino a revolucionar la distribución de los puestos de trabajo y las empresas han valorado en la práctica, cuales puestos remotos demostraron ser de mayor productividad y cuales otros forzosamente necesitan la presencialidad (Peters et al., 2022). También es importante señalar que los hábitos de la población como consumidores también se modificó y en muchos casos para permanecer en este nuevo estilo de vida. Se espera que las nuevas estructuras de trabajo permitan a las empresas ser más resilientes, para tener una respuesta más rápida y eficiente ante los continuos cambios de la sociedad, la economía y la política.

Dicho con palabras de Forman et al. (2022) la mayoría de los países eran Estados Parte del

Reglamento Sanitario Internacional, que tenían el acuerdo de accionar conjuntamente en caso de amenazas para la salud, sin embargo, la pandemia de covid-19 se produjo y evidenció las debilidades del sistema, el insuficiente gasto en salud, así como la falta de inversión en sociedades saludables y resilientes. Es importante que las políticas para incrementar la resiliencia del sistema de salud incluyan innovaciones tecnológicas, flexibilidad en las tareas del capital humano y mucho mayor inversión en las áreas de promoción de la salud y la salud mental. Estas dos áreas de la salud demostraron que son deficientes para la intensidad de los retos actuales.

Allcott et al. (2020) considera que la polarización política de la población afecta en la adopción de comportamientos de salud aconsejados, y la sociedad termina con mayores contagios y con un más alto costo económico, en comparación con sociedades que no están polarizados y comparten creencias. Estas brechas en los comportamientos basados en sus creencias tienen graves repercusiones en la salud y la economía, por lo que no deberían privilegiarse esos manejos políticos. Lamentablemente en muchos países se buscaron ganancias políticas antes que la salud y la economía de la población.

Discusión

Ante el supuesto teórico de esta investigación que afirma que las políticas públicas de salud implementadas durante la pandemia ayudaron a crear resiliencia ciudadana es factible mencionar que se confirma. Siendo indispensable la creación de un ambiente inclusivo, donde se escuchen las voces de los grupos subrepresentados en la comunidad y no solo las voces de grupos dominantes, para poder considerar que el proceso de participación es significativo (Mahajan et al., 2022). Pues lograr la integración de la sociedad en la toma de decisiones permite no solo una participación ciudadana, sino la creación de resiliencia ciudadana; sin embargo, es importante señalar que los ejercicios de participación debieron ser formales e informales, pues lo que se busca siempre es la participación de la mayoría y no todos los ciudadanos están dispuestos a participar en situaciones formales.

El objetivo de reflexionar sobre la resiliencia ciudadana creada durante la pandemia se cumple íntegramente al abordar este tema y los temas contexto que sirvieron para enmarcar la idea. Algunos gobiernos basaron su estrategia en la aplicación de políticas públicas de cierre rápido para evitar mayores contagios y a su vez minimizando el impacto en el aspecto social y económico, además de implementar el diagnóstico oportuno de personas contagiadas y por supuesto todo esto acompañado de medidas de distanciamiento social, pero con dos requisitos indispensables para su éxito: confianza en su gobierno y el involucramiento activo de los ciudadanos en las diferentes iniciativas y así maximizar la participación (Chu et al., 2021). Como se pudo observar en la sección anterior esta participación ciudadana ayuda al fomento de la resiliencia ciudadana.

Para que una ciudad realmente sea resiliente existen dos requisitos según Alizadeh y Sharifi (2022) y son el compromiso social y la participación ciudadana, inmersos todos en acciones innovadoras, de aprendizaje y sobre todo mucha cohesión social entre todos los actores. No obstante, estas acciones deben fomentarse permanentemente, no cuando ya se está en la situación caótica. Debe ser consideradas medidas preventivas, que estén presentes en el día a día.

Para dar respuesta a la pregunta de investigación sobre cómo se creó resiliencia ciudadana después de la implementación de políticas públicas de salud durante la pandemia, una de las formas fue con alfabetización en salud. Desde el punto de vista de Okan et al. (2022) la alfabetización en salud contrarresta la infodemia sobre el covid-19 y aumenta la capacidad de las personas de navegar en la red, para conseguir una información social y culturalmente más acorde al comportamiento de salud ideal; induciendo a ciudadanos y gobiernos a impulsar cambios políticos y sociales, promoviendo así un pensamiento crítico y puntos de vista éticos. Con estas y otras acciones se pudo avanzar en la cohesión social y a su vez en la creación de resiliencia ciudadana, tan necesaria en esta época de crisis.

La alfabetización digital en salud y la internet han sido catalogadas como superdeterminantes sociales de salud ya que tienen un tremendo potencial para beneficiar a la población, a la salud pública y a la salud global (van Kessel et al., 2022). Considerando estos elementos es importante que los tomadores de decisiones vean a la alfabetización en salud como un aliado indispensable para aumentar la confianza en los sistemas de salud y para orientar adecuadamente a la población en general.

Como lo hacen notar Aristei et al. (2022) la pandemia evidenció como la gobernanza actual anclada en leyes de períodos históricos muy diferentes a los contextos actuales o futuros no ofrece respuestas oportunas, por lo que la resiliencia del sistema es indispensable para brindar futuras respuestas rápidas y tener capacidad adaptativa para emergencias en hospitales y todos los establecimientos de salud. Un sistema resiliente es capaz de brindar una respuesta efectiva, rápida y específica para impactar positivamente en la salud y la vida de las personas.

Conclusión

La pandemia del COVID-19 ha sido la mayor crisis de salud pública atendida a nivel mundial que no solo afecto al sector salud, sino que sus repercusiones se vieron también en el ámbito político, económico, social, educativo y laboral. Lo expuesto por Mahajan et al. (2022) ayuda a concluir que el empoderamiento de las comunidades resultado de la buena relación entre sociedad, ciencia y política para crear nuevas formas de afrontar retos es el desafío de la resiliencia ciudadana. Pero si bien, el empoderamiento debe venir de la población, es el gobierno quien debe sentar las bases para que esto sea posible.

Algunas condiciones para la transformación de la resiliencia fueron sin duda el uso de plataformas digitales, así como incentivar su utilización para contar con una masa crítica de usuarios y particularmente la capacidad de respuesta de los gobiernos (Shen et al., 2022). También fue importante que se ampliara la capacidad de servidores y servicios de internet, pues muchos de los hogares carecían del servicio simplemente por no considerarlo de primera necesidad. Todos estos inconvenientes al ser solventados permitieron que las personas transformaran su angustia en tranquilidad y así lograran poco a poco la tan anhelada resiliencia.

De acuerdo con Suleimany et al. (2022) la creación de resiliencia en las comunidades requiere de un enfoque participativo para ser eficiente, pues a menor participación hay mayor dificultad para crearla, así que una gobernanza inteligente atrae la participación ciudadana. La resiliencia ciudadana a partir de la pandemia se podría resumir como la capacidad de cada persona para sobreponerse a la crisis sufrida, reorganizar su vida para seguir adelante y forjarse un futuro mejor.

Mejorar la cohesión social, a partir del incremento en la confianza y el capital social, además de la creación de redes sociales fuertes y el reconocimiento de normas sociales dentro de la comunidad logran altos niveles de resiliencia ciudadana (Alizadeh & Sharifi, 2022). Esta es una lección aprendida, ya que la pandemia llegó y nadie estaba preparado para ella, por lo que los gobiernos, las empresas y las personas sufrieron los embates, y superar esta crisis ha requerido mucho aprendizaje de parte de todos, para crear la resiliencia necesaria. Aunque la crisis desatada por la pandemia ya pasó, aún quedan muchas áreas y procesos inconclusos, aún existen pacientes atendiéndose de secuelas o complicaciones por covid, aún existen empresas y trabajadores que no han podido reorganizar sus finanzas y todavía hay gobiernos que no han rendido cuentas.

Adoptar medidas de prevención, crear resiliencia en las personas más vulnerables a los embates de salud, robustecer la gobernanza y fortalecer la transparencia para aumentar la confianza en el gobierno, son sin duda indispensables para lograr la resiliencia ciudadana que se reflejará en una mejor calidad de vida, así como en mayor bienestar social.

Referencias

Allcott, H., Boxell, L., Conway, J., Gentzkow, M., Thaler, M., & Yang, D. (2020). Polarization and public health: Partisan differences in social distancing during the coronavirus pandemic. Journal of public economics, 191, 104254. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104254

Anwar, A., Malik, M., Raees, V., & Anwar, A. (2020). Role of mass media and public health communications in the COVID-19 pandemic. Cureus, 12(9). DOI: 10.7759/cureus.10453. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33072461/

Aristei, L., D'Ambrosio, F., Villani, L., Rossi, M. F., Daniele, A., Amantea, C., ... & Moscato, U. (2022). Public health regulations and policies dealing with preparedness and emergency management: the experience of the COVID-19 pandemic in Italy. International journal of

environmental research and public health, 19(3), 1091. https://doi.org/10.3390/ijerph19031091

Ball, H. & Wozniak, T. R. (2022) Why do some Americans resist COVID-19 prevention behavior? An analysis of problem salience, message fatigue, and reactance with respect to COVID-19 messaging, Health Communication, 37:14, 1812-1819, https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1920717

Čavojová, V., Šrol, J., & Ballová Mikušková, E. (2022). How scientific reasoning correlates with health-related beliefs and behaviors during the COVID-19 pandemic?. Journal of health psychology, 27(3), 534-547. https://doi.org/10.1177/1359105320962266

Choukou, M. A., Sanchez-Ramirez, D. C., Pol, M., Uddin, M., Monnin, C., & Syed-Abdul, S. (2022). COVID-19 infodemic and digital health literacy in vulnerable populations: A scoping review. Digital Health, 8, 20552076221076927. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/20552076221076927

Chu, Z., Cheng, M., & Song, M. (2021). What determines urban resilience against COVID-19: City size or governance capacity?. Sustainable Cities and Society, 75, 103304. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8437392/

del Real García, N. E., & Cruz Álvarez, J. G. (2022). Resultados estadísticos del sistema de salud en México respecto a países miembros de la OCDE. Vinculatégica EFAN, 8(5), 154–164. https://doi.org/10.29105/vtga8.5-339

Entrena Ruiz, D. B. (2022). Derecho a la ciudad, obras públicas locales y participación ciudadana. Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica, (17), 94-108. DOI: https://doi.org/10.24965/reala.i17.11051

Forman, R., Azzopardi-Muscat, N., Kirkby, V., Lessof, S., Nathan, N. L., Pastorino, G., ... & Mossialos, E. (2022). Drawing light from the pandemic: Rethinking strategies for health policy and beyond. Health Policy, 126(1), 1-6. https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2021.12.001

Hardy-Casado, V., Cuevas-Muñiz, A., & Gallardo-Milanés, O. (2019). Aprendizaje y resiliencia en la gestión local de riesgos de desastres. Luz, 18(2), 42-52. https://www.redalyc.org/journal/5891/589164245004/589164245004.pdf

Islm, T., Meng, H., Pitafi, A. H., Zafar, A. U., Sheikh, Z., Mubarik, M. S., & Liang, X. (2021). Why DO citizens engage in government social media accounts during COVID-19 pandemic? A comparative study. Telematics and Informatics, 62, 101619. https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101619

Kourtit, K., Nijkamp, P., Türk, U., & Wahlstrom, M. (2022). City love and neighbourhood resilience in the urban fabric: a microcosmic urbanometric analysis of Rotterdam. Journal of Urban Management, 11(2), 226-236. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2226585622000231

Laines Alamina, C. I., Hernández García, A. P. ., & Zamayoa Urbina, D. A. (2021). La importancia de las habilidades blandas en el Home office y su impacto en la productividad de una empresa. Vinculatégica EFAN, 7(1), 929–944. https://doi.org/10.29105/vtga7.2-176

Lange, T., Villarreal, P. A., & Bärnighausen, T. (2023). Counter-Contestation in Global Health Governance: The WHO and its Member States in Emergency Settings. Health Policy, 104756. https://doi.org/10.1016/j.healthpol.2023.104756

Legate, N., & Weinstein, N. (2022). Can we communicate autonomy support and a mandate? How motivating messages relate to motivation for staying at home across time during the COVID-19 pandemic. Health Communication, 37(14), 1842-1849. https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1921907

Mahajan, S., Hausladen, C. I., Sánchez-Vaquerizo, J. A., Korecki, M., & Helbing, D. (2022). Participatory resilience: Surviving, recovering and improving together. Sustainable Cities and Society, 103942. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210670722002633

Marston, C., Renedo, A., & Miles, S. (2020). Community participation is crucial in a pandemic. The Lancet, 395(10238), 1676-1678. https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S0140-6736%2820%2931054-0

Martínez Horna, J. L. (2021). Participación ciudadana y resiliencia en riesgo de desastre de la población de un distrito de Lima, 2021. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77963/Martinez_HJL-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Mheidly, N., & Fares, J. (2020). Leveraging media and health communication strategies to overcome the COVID-19 infodemic. Journal of public health policy, 41(4), 410-420. https://link.springer.com/article/10.1057/s41271-020-00247-w

Nan, X., Iles, I. A., Yang, B., & Ma, Z. (2022). Public health messaging during the COVID-19 pandemic and beyond: Lessons from communication science. Health Communication, 37(1), 1-19. https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1994910

Naveed, M. A., & Shaukat, R. (2022). Health literacy predicts Covid-19 awareness and protective behaviours of university students. Health Information & Libraries Journal, 39(1), 46-58. https://doi.org/10.1111/hir.12404

Niu, Z., Qin, Z., Hu, P., & Wang, T. (2022). Health beliefs, trust in media sources, health literacy, and preventive behaviors among high-risk Chinese for COVID-19. Health Communication, 37(8), 1004-1012. https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1880684

Okan, O., Messer, M., Levin-Zamir, D., Paakkari, L., & Sørensen, K. (2022). Health literacy as a social vaccine in the COVID-19 pandemic. Health Promotion International. https://doi.org/10.1093/heapro/daab197

Peters, S. E., Dennerlein, J. T., Wagner, G. R., & Sorensen, G. (2022). Work and worker health in the post-pandemic world: a public health perspective. The Lancet Public Health, 7(2), e188-e194. https://doi.org/10.1016/S2468-2667(21)00259-0

Reyes Pedraza, M. E., Tellez Castilla, M. D., & García González, J. (2022). Desafíos afrontados por estudiantes universitarios ante la pandemia de COVID-19. Vinculatégica EFAN, 8(5), 134–144. https://doi.org/10.29105/vtga8.5-287

Rosell Amigó, J. R., Bosch González, M., & González Sánchez, B. (2022). Investigación documental y comprensión constructiva de los murales de Picasso y Nesjar en el edificio del Colegio de Arquitectos de Catalunya en Barcelona, España. In Construction pathology, rehabilitation technology and heritage management: 9th REHABEND Congress, Granada (Spain), September 13th-16th, 2022 (pp. 143-149). Universidad de Cantabria. https://upcommons.upc.edu/handle/2117/383705

Shaw, R., Kim, Y. K., & Hua, J. (2020). Governance, technology and citizen behavior in pandemic: Lessons from COVID-19 in East Asia. Progress in disaster science, 6, 100090. https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100090

Shen, Y., Cheng, Y., & Yu, J. (2022). From recovery resilience to transformative resilience: How digital platforms reshape public service provision during and post COVID-19. Public Management Review, 1-24. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14719037.2022.2033052

Suleimany, M., Mokhtarzadeh, S., & Sharifi, A. (2022). Community resilience to pandemics: An assessment framework developed based on the review of COVID-19 literature. International Journal of Disaster Risk Reduction, 103248. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212420922004678

Turhan, Z., Dilcen, H. Y., & Dolu, İ. (2022). The mediating role of health literacy on the relationship between health care system distrust and vaccine hesitancy during COVID-19 pandemic. Current psychology, 41(11), 8147-8156. DOI https://doi.org/10.1007/s12144-021-02105-8

van Kessel, R., Wong, B. L. H., Clemens, T., & Brand, H. (2022). Digital health literacy as a super determinant of health: More than simply the sum of its parts. Internet interventions, 27. https://doi.org/10.1016/j.invent.2022.100500

Weaver, D. B., Moyle, B., & McLennan, C. L. J. (2022). The citizen within: Positioning local residents for sustainable tourism. Journal of Sustainable Tourism, 30(4), 897-914. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903017

Wouters, J., & Latorre, M. C. (2023). Our Common Agenda and its implementation: An introduction. Global Policy, 14, 5-7. https://doi.org/10.1111/1758-5899.13177

Instrumento para medir los factores que impulsan el emprendimiento en estudiantes femeninas universitarias. (Instrument to measure the factors that drive entrepreneurship in female university students)

Silvia María Molina Gastélum[1]; Mónica Blanco Jiménez[2] y Rodolfo Valenzuela Reynaga[3]

[1] *Universidad autónoma de Nuevo León –Facultad de Contaduría Pública y Administración (México),* silvia.molinag@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0002-3032-0481
[2] *Universidad autónoma de Nuevo León –Facultad de Contaduría Pública y Administración (México),* monica.blancojm@uanl.edu.mx, https://orcid.org/0000-0001-7489-4826
[3] *Instituto Tecnológico de Sonora (México),* rodolfo.valenzuela@itson.edu.mx, http://orcid.org/0000-0003-3408-361X

Información revisada por pares
Fecha de recepción: Marzo 2023
Fecha de aceptación: Mayo 2023
Fecha de publicación en línea: Julio 2023
DOI: https://doi.org/10.29105/vtga9.4-513

Resumen

Debido a la bondad que presenta el emprendimiento de ser reconocido a nivel mundial como un impulsor de la economía, es importante realizar estudios sobre la validez y confiabilidad de los instrumentos de medición aplicados, por ello, la presente investigación es de enfoque cuantitativo de tipo exploratorio – descriptivo que tiene como objetivo determinar la validez y confiabilidad de un instrumento de medición que evalúa los factores que impulsan el emprendimiento en jóvenes universitarias. El cuestionario comprende la revisión de la literatura de cinco variables independientes y una dependiente, así mismo, se llevaron a cabo la validación de contenido, de contexto y de criterio. Para determinar la fiabilidad se aplicaron 25 encuestas como prueba preliminar y para el análisis de datos se utilizó el método estadístico de Alpha de Cronbach. Los resultados muestran un instrumento de medición pertinente y confiable en donde se obtuvieron puntuaciones de más de 0.70 en 5 variables y más de .60 en la variable tolerancia al fracaso, por lo que se considera un instrumento válido y que puede ser aplicado para medir variables similares en futuras investigaciones

Palabras clave: Emprendimiento, cuestionario, jóvenes universitarias
Códigos JEL: L15, M10, M16

Abstract

Due to the goodness that entrepreneurship presents of being worldwide recognized as a driver of the economy, it is important to carry out studies on the validity and reliability of the applied measurement instruments, for this reason, the present investigation follows a quantitative approach of an exploratory. – descriptive type that aims to determine the validity and reliability of a measurement instrument that evaluates the factors that promote entrepreneurship in young female university students. The questionnaire included a review of the literature of five independent and one dependent variables, likewise, the validation of content, context and criteria was carried out. To determine reliability, 25 surveys were applied as a preliminary test and for data analysis the Cronbach´s Alpha statistical method was utilized. The results explain a relevant and reliable measurement instrument where more than 0.70 points were obtained in 5 variables and more than .60 in the variable tolerance to failure, for which reason it is considered a valid instrument that can be applied to measure similar variables in future research.

Key words: Entrepreneurship, questionnaire, young university students
JEL Codes: L15, M10, M16

Introducción

Una de las iniciativas actuales es el emprendimiento, la cual enmarcada en la globalización trae consigo consecuencias económicas favorables, las cuales podrían ayudar en el incremento de los ingresos de las empresas, familias y de los propios individuos. Se considera un movimiento multidisciplinario y puede ser llevado a cabo tanto por el género masculino como por el femenino, quienes a cualquier edad, y en cualquier lugar han demostrado con su empresa su participación en el desarrollo económico de sus comunidades tal como establecen Kelley, et al. (2017), hoy en día la mujer participa en el desarrollo económico a nivel comunidad, estatal, nacional e inclusive mundial, al realizar una doble jornada laborando en sus negocios y criando a los hijos, además de brindar apoyo a otras personas, regresado en diversas ocasiones los beneficios recibidos. Hoy en día las mujeres pueden elegir entre prepararse para ser empleadas o pueden optar por involucrarse en el sector industrial a través del emprendimiento. Las mujeres representan el 48.5% de la fuerza laboral mundial. En países de primer mundo como Estados Unidos, las mujeres ocupan el 52% de todos los puestos a nivel profesional (Organización Internacional del trabajo, 2018).

En México, es difícil encontrar estudios que indiquen el lugar que ocupan las mujeres emprendedoras, sin embargo, Acs, et al (2015) en el *Global Entrepreneurship and Development Institute* (GEDI) señala que en 2015 México se posicionó en el lugar 41 de 71 países participantes en el ranking mundial. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020) señala que las mujeres representan un 51.5% de los habitantes de México, y quienes asisten a la escuela son el 60.6% y el 34.7% laboran en los puestos de alta dirección. De acuerdo con el Banco Mundial (2019) la población femenina activa mayor de 15 a los fue aproximadamente del 44%.

El emprendimiento también puede llevarse a cabo por el sector juvenil, representado por personas menores de 30 años, quienes poseen cualidades y características especiales, las cuales podrían ser favorables para lograr un crecimiento económico y mejorar el bienestar social. En México la población de personas emprendedoras es de 1,598,970 de las cuales 148,646 son jóvenes entre los 18 a 29 años; en cuanto al género femenino las edades con mayor intervención en el emprendimiento son de 29 años, de los 23 a los 28 cuentan con una mejor participación en dichas actividades y de los 18 a 22 años son quienes muestran menor participación por la creación de negocios. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2020).

En relación con la ubicación geográfica en México podría parecer que, en los estados del norte se facilitaría la creación de negocios; sin embargo, es en donde los porcentajes de jóvenes emprendedores son más bajos en comparación con las zonas centro y sur del país. El estado de México es el que se encuentra en primer lugar en emprendimientos juveniles, por el contrario, los estados de

Tlaxcala y Baja California Sur ocupan los últimos puestos; Sonora se encuentra en la posición 15. El emprendimiento podría funcionar como un salvavidas para la situación económica de la actualidad, puesto que presenta más ventajas que desventajas, un ejemplo de ello es que cada vez aumenta más el número de mujeres interesadas en participar en ese sector, y quienes han demostrado gran capacidad (por su esfuerzo, dedicación y preparación académica) como líderes y emprendedoras exitosas en todo el mundo. (Canales, Román y Ovando 2017).

Tomando en consideración lo anteriormente descrito, la situación problema radica en que se desconocen las características o los factores que impulsan el emprendimiento femenino en jóvenes y en específico, en universitarias; aunado a ello, Velázquez y Amador (2020) establecen que la desigualdad en cuanto a genero sigue siendo desfavorecedora para niñas y mujeres menores de 30 años quienes no cuentan con las mismas oportunidades en cuanto a educación, en el área laboral e inclusive la participación en proyectos de emprendimiento se ve limitada o con escasas posibilidades de llevarse a cabo debido a todas las barreras sociales y perjuicios atribuidos.

Con referencia a lo anterior, el objetivo de esta investigación radica en evaluar los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias de la localidad de Guaymas, Sonora, México. Por lo que la pregunta de investigación es: ¿Cuáles son los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias? y la hipótesis que se plantea es: Los factores que permiten impulsar el emprendimiento femenino en jóvenes universitarias, son: creatividad, motivación, tolerancia al fracaso, apoyo financiero y apoyo familiar. Por lo que este artículo busca validar teóricamente las variables propuestas y sugiere un instrumento que está siendo aplicado en este momento.

Marco Teórico

Las teorías, definiciones y estudios o investigaciones aplicadas que fundamentan o dan sustento tanto a la variable dependiente como a las independientes constituyen el componente teórico del artículo, como se muestra a continuación:

Emprendimiento

Desde el siglo pasado ya había estudios que mostraban la actitud empresarial al realizar el comercio de bienes, como es el caso de los aportes teóricos de 1755 en donde Richard Cantillon señalaba la participación de una persona dinámica, dispuesta a correr riesgos e inclusive violento quien llevaba a cabo actividades de compraventa de bienes y servicios. (Thorton, 2020). Después se retomó la idea en 1817 con la Teoría del Valor del Trabajo de Adam Smith y David Ricardo en donde se hacía mención a la terminología económica, porque la cantidad de trabajo necesaria en la

producción determina el valor de una mercancía, no la compensación o precio pagado (Dobb, 2004).

En la actualidad Orihuela (2022) define al emprendimiento femenino como una decisión que toma una mujer para realizar actividades por medio de las cuales obtenga recursos monetarios que le permitan obtener libertad económica tanto en el ámbito personal como en el familiar y por ello, son consideradas personas calificadas, con comportamiento innovador e inclusivo, perseverantes, sin temor a asumir riesgos financieros básicamente y de mercado, entre otras.

Durand (2021) realizó una investigación experimental con enfoque cuantitativo en Perú, en donde el instrumento utilizado fue una encuesta, la cual fue aplicada a 216 emprendedoras de MYPES, para el análisis estadístico se hizo uso de tablas de frecuencia y porcentajes. Como resultado se comprobó que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la variable gestión de la innovación y emprendimiento femenino, ya que el nivel de significancia fue de 0,000, así mismo, existe una relación entre los factores psicosociales (,003), económicos (,000) y relacionados a la familia (,002) con la gestión de la innovación.

Creatividad

De acuerdo con Rojas (2004), desde la Teoría del Desarrollo Cognitivo de Piaget de 1947 se asociaba a la inteligencia con el pensamiento y este a su vez sería desarrollado a través de la asimilación del entorno. Así mismo, Baños (1999) menciona que en la Teoría Humanista de Maslow de 1962 se visualiza un poder creativo que puede aparecer en cualquier situación, debido a que, las barreras pueden ser superadas por los individuos con el fin de satisfacer sus necesidades.

En relación con el concepto de creatividad, autores actuales como Gallardo, Vergel, y Dávila, (2021) establecen que la creatividad emerge de un pensamiento que proviene de estímulos, imágenes y sensaciones externas, lo que repercute en la generación de ideas novedosas en cualquier evento, dicho pensamiento permite solucionar problemas sin seguir un esquema planificado, son ideas fuera de lo común, rutas alternas de solución.

Velasco (2022) llevó a cabo un estudio cuantitativo de diseño no experimental-transversal, exploratorio y correlacional en México, con el propósito de observar el valor que tiene la creatividad y la innovación en las 392 microempresas en donde fue aplicada una encuesta a manera de instrumento de medición. Como principal resultado se obtuvo que existe una buena relación entre las variables de creatividad, innovación y supervivencia, ya que una vez analizados los datos con el paquete estadístico SPSS, la correlación de Kendal fue de 0.435 y 0.372, lo que demuestra que los pequeños negocios que utilizan la creatividad y la innovación obtienen mayor captación de clientes.

Motivación

En la Teoría de motivación humana de 1943, Maslow ordena de forma jererquica cinco tipos

de necesidades y las presenta en forma de una pirámide, en donde las cuatro primeras son clasificadas como primordiales (fisiológicas, de seguridad, sociales y autoestima) y si dichas necesidades son cubiertas o satisfechas, aparece la motivacion en un individuo para alcanzar el ultimo nivel definido como la autorealización. La Teoría de las necesidades de McClelland de 1947 establece que el comportamiento o desempeño de una persona en ciertas tareas o trabajos, se ve afectado por necesidades de logro, afiliación y de poder (Naranjo 2009).

En la actualidad, Amorós y Naudé (2021) argumentan que la motivación en el emprendimiento, ya sea por necesidad o por oportunidad es producto del estado de bienestar del individuo y sus aspiraciones, los cuales determinan el desempeño de la empresa que se ve reflejado en las ganancias y en el crecimiento macroeconómico. A su vez, Kumar et al. (2022) establecen que la motivación es un valor social que hace énfasis en la excelencia con la que se llevan a cabo las acciones y por medio de las cuales se logra la realización personal.

Avcı y Gümüş (2022) realizaron una investigación a 120 mujeres empresarias en la industria del turismo en Çeşme, İzmir, en donde se utilizó un método de investigación de campo y la técnica del cuestionario para recabar la información. Se obtuvo como resultado que las motivaciones de las empresarias se componen de expectativas económicas como factores de empuje y psicosociales como factores de atracción, siendo estas últimas las que resultaron más altas que las primeras, y el efecto de dichas motivaciones difiere de acuerdo a las características demográficas.

Tolerancia al fracaso

En la Teoría del beneficio del empresario de Knight (1921), se considera a la incertidumbre como un elemento importante en la actividad empresarial, en donde la recompensa de asumir un riesgo es al mismo tiempo un beneficio incierto. Así mismo, en la Teoría de atribución de Heider de 1958 se mencionan las diferencias entre los individuos con una fuerte conviccion de su eficacia quienes consideran que los fracasos incuridos no son consecuencias de la falta de capacidad, sino por el contrario pueden ser producto de la causalidad, y quienes suponen que el fracaso es sinónimo de incompetente y por ende se consideran ineficaces (Rojas, 2004).

De acuerdo con Meißner y Appen (2022) el fracaso y el espíritu emprendedor son considerados como hermanos. Debido a que el riesgo al fracaso es determinante en la creación de empresas, este temor ha sido estudiado como un factor psicológico que en ocasiones inhibe el comportamiento empresarial y puede resultar negativo, sin embargo, el perdonar las fallas es una posibilidad para cualquier emprendedor para aprender de ello.

Zhang, Soh y Zhao (2022) llevaron a cabo una investigación en China en donde utilizaron una encuesta como instrumento de medición, la cual aplicaron a 143 emprendimientos. Con la finalidad

de comprobar las hipótesis se utilizaron: análisis factorial, modelos de ecuaciones estructurales (SEM) y el software estadístico AMOS (22.0). La información analizada probó que los emprendedores con más experiencias negativas presentaron una actitud positiva ante el fracaso (β = 0,42, p = 0,013), existe un efecto positivo de la actitud hacia el fracaso en la organización (β = 0.41, p < 0.001) y un efecto significativo y positivo de los lazos gerenciales en la actitud hacia el fracaso (β = 0,26, p < 0,05).

Apoyo financiero

Una de las teorías más antiguas, considerada un icono de las teorías financieras es La Teoría de la irrelevancia de Modigliani y Miller de 1958, en donde se señala que la procedencia de los recursos económicos para el funcionamiento de una empresa no determina el valor de la misma (Mondragón, 2011). Al respecto, Sung y Duarte (2015) establecen que en la Teoría de los costes de transacción de Coase y Williamson se considera que los individuos, al no utilizar sus propios recursos económicos al iniciar una empresa, incurren en costos previos a su desarrollo y realización debido al endeudamiento incurrido.

Para Maygua (2021), el financiamiento significa obtener un capital o conseguir fondos económicos para la realización de actividades en una empresa, los cuales pueden provenir de cualquier tipo de inversiones como, por ejemplo, del sistema bancario (ya sea a corto o a largo plazo) o del sistema informal (préstamos con diferentes tazas de interés). Así mismo, la inclusión financiera es un factor importante en el desarrollo socioeconómico a través del alivio de la pobreza y la desigualdad en conjunto con un creciente crecimiento económico sostenible.

Arévalo e Isabel (2022) realizaron un estudio con muestreo probabilístico a 20 emprendedoras en Ecuador a quienes se les aplicaron las técnicas de la encuesta y la entrevista semiestructurada. Entre los principales hallazgos se encontró que el 70% de las mujeres empresarias lograron poner en marcha su emprendimiento a través de créditos, el 25% de ellas señalaron que la fuente de ingreso para su emprendimiento fueron sus ahorros propios y finalmente el 5% muestra que para iniciar sus emprendimientos se vieron en la necesidad de solicitar préstamos a familiares y amigos.

Apoyo familiar

De acuerdo con Zhu, et al. (2020), la Teoría de Conservación del Recurso (COR) de Hobfoll de 1989, considera que las elecciones profesionales futuras de un individuo pueden verse afectadas de forma tanto positiva como negativa por el apoyo brindado por los padres en la adolescencia de las personas, situaciones que dejan huella en la mente, en el desarrollo cognitivo y emocional en los ciclos de vida, por lo que es importante indagar sobre el espíritu empresarial desde la perspectiva familiar con el objetivo de contar con una mejor comprensión en cuanto a los mecanismos de

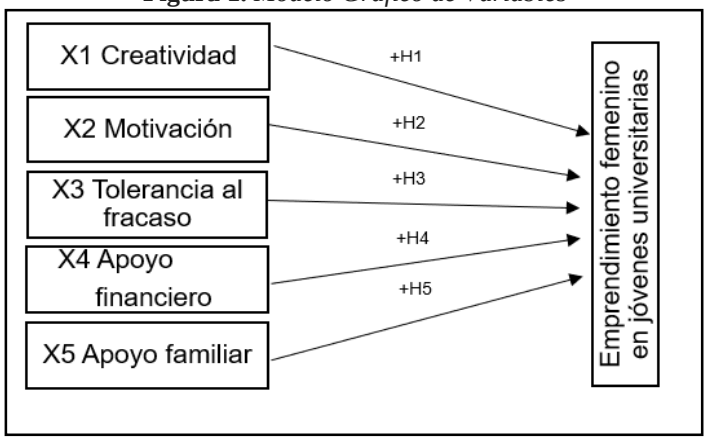
influencia subyacentes.

Djazilan y Darmawan (2022) establecen que el apoyo es la forma de integración social en donde se da una relación de entrega mutua a través de la cual se recibe asistencia o atención. El interés por emprender puede crecer y desarrollarse en el ámbito familiar si se proporciona el soporte para la realización de las metas de los integrantes, la familia juega un papel importante para quienes emprenden, en donde el apoyo conductual para tomar ventaja de las oportunidades, mejorar las ideas o aceptar críticas constructivas es fundamental.

Un estudio cuantitativo ex post facto fue llevado a cabo en Indonesia por Djazilan y Darmawan (2022) en donde, a través de un muestreo intencional se aplicaron 100 cuestionarios a estudiantes de tres universidades. El análisis de datos se realizó utilizando la regresión lineal múltiple y los resultados encontrados fueron los siguientes: se afirma que la educación dirigida al emprendimiento moldea el interés en el espíritu empresarial, así mismo el apoyo familiar moldea el interés en emprender, la educación para el emprendimiento y el apoyo familiar de manera parcial y simultánea, dan forma al interés por emprender.

Tomando en consideración las teorías, definiciones y estudios empíricos presentados en el marco contextual de la presente investigación, en la figura 1 se observa el modelo gráfico de hipótesis considerando a la variable dependiente y a las independientes.

Figura 1. *Modelo Gráfico de Variables*



Metodología

Es una investigación cuantitativa, de tipo descriptivo, correlacional y explicativo, de diseño no experimental, haciendo uso de las técnicas documentales, bibliográfica y de campo con la utilización de un instrumento para aplicar a la población o participantes seleccionados.

Participantes

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 2021) señala que son ocho universidades que se encuentran en la localidad de Guaymas Sonora, México, de las cuales, cinco instituciones pertenecen al sector privado y tres son públicas. Para efectos de la presente investigación se tomaron en consideración únicamente las universidades públicas de la localidad. Según datos de la ANUIES son en total 3,179 estudiantes, donde 1,667 son hombres y el resto representa la población femenina del presente estudio, quienes son 1,512 alumnas de todos los semestres, que son el sujeto de estudio.

Bajo este concepto, en un muestreo probabilístico, aleatorio simple todos los participantes tienen la misma posibilidad de ser seleccionados de una población total, y con la finalidad de reducir al máximo el error estándar de las predicciones, para obtener el tamaño de la muestra se realizó el cálculo utilizando la fórmula número 1 de poblaciones finitas (Rositas 2014):

$$n = \frac{Nz^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + z^2p(1-p)} \quad (1)$$

A partir de lo anterior, con una población (N) de 1,512 estudiantes de género femenino, un error muestral (e) de 5%, una probabilidad de éxito (p) de 50%, una probabilidad de fracaso (q) del 50% y un nivel de N es el tamaño de la población; n es el tamaño de la muestra; z es un valor de la distribución normal estandarizada correspondiente a un nivel de confianza; p es la probabilidad de éxito; q es la probabilidad de fracaso y “e” es el error tolerado o aceptado, por lo que el resultado de la muestra fue de 307 jóvenes universitarias.

Los sujetos de estudio que son las jóvenes universitarias que se encuentran cursando algún semestre de licenciatura en las tres universidades públicas deben contar con las siguientes características:

a) Alumnas inscritas en algún semestre de una de las universidades públicas de la localidad, que son tres: Instituto tecnológico de Sonora (ITSON), Instituto tecnológico de Guaymas (ITG) y Universidad tecnológica de Guaymas (UTG).
b) Estudiantes de sexo femenino quienes les gustaría iniciar un emprendimiento o ya lo tienen.

Técnica e Instrumento

Una vez revisada la literatura, y debido a que el presente estudio sigue un enfoque cuantitativo, se integró y adaptó un cuestionario como instrumento de medición con el propósito de evaluar cada una de las variables de otros instrumentos validados con Alfas de Cronbach de más de

0.70 y con coeficiente de fiabilidad mayor a 0.50. La integración del cuestionario fue conformada por 56 preguntas cerradas dividido en dos secciones:

- La primera sección formada por 13 preguntas referente al Perfil del encuestado que mide su situación económica, lo que permitió conocer las características de los participantes y que fueron utilizadas como variables de control, como: sexo, edad, estado civil, número de hijos, universidad y semestre en donde estudia, lugar donde vive, trabajo actual, ingreso promedio mensual, si los padres tienen alguna empresa y si desean emprender.
- La segunda sección constaba de 43 ítems relacionados con las variables, tanto dependiente como independientes que se presenta en la tabla 1:

Tabla 1. *Número de preguntas por variable antes de validación*

Datos del participante:
1. ¿Cuál es su género? F _____ M_____
2. ¿Cuál es su edad? _____
3. ¿Cuál es su estado civil? Soltera _____ Casada _____ En Unión libre _____ Divorciada ____ Viuda _____
4. ¿Cuántos hijos tiene? _____
5. ¿En qué universidad estudia? ITSON _____ ITG ____ UTG___ Otra ____ ¿Cuál? _____
6. ¿Qué semestre estudia actualmente? _____
7. ¿Qué carrera estudia actualmente?
8. ¿En qué lugar vive?
En casa de mis padres ____ Con familiares ____Con amigos ____ Con mi pareja_____ Sola _____
Situación económica del participante:
9. ¿Cuenta con trabajo actualmente? Sí _____ No ____
10. ¿Cuánto es su ingreso promedio mensual en pesos?
11. ¿Cuentan con negocio familiar?
Sí ____ ¿Desde cuándo? _____ No ____
12. ¿Cuenta con negocio propio?
Sí____ ¿Desde cuándo? _____ **Pasar a pregunta 16** No____
13. ¿Le gustaría emprender en un futuro cercano?
Si ____ **Pasar a pregunta 14** No____ ¿Por qué? _____ **Pasar a Pregunta 25**
Emprendimiento femenino
14. ¿Me interesa mucho lo relacionado con el tema del emprendimiento?
15. ¿La idea de empezar mi propio negocio es atractiva para mí?
16. ¿Me gustaría conocer más sobre la creación de empresas independientes?
17. ¿Siempre he querido ser un empresario?
18. ¿Creo tener capacidades para llevar a cabo mi propio negocio con éxito?
19. ¿Me gusta lo relacionado con el tema de emprendimiento?
20. ¿Me gustaría crear un negocio con otra (s) persona (s)?
21. ¿Soy capaz de analizar y asumir riesgos?
22. ¿Me gusta esforzarme al máximo por conseguir mis objetivos, aunque considere que son inalcanzables?
23. ¿Acudiría a un especialista para iniciar mi negocio?
24. ¿Considero que no es necesario capacitarse para tener éxito al emprender?
Creatividad
25. ¿Considero que puedo encontrar formas creativas de resolver problemas en mi negocio o futuro negocio?
26. ¿Se me ocurren formas distintas de hacer las cosas?
27. ¿Considero que tengo habilidad para generar nuevas ideas para mi negocio o futuro negocio?
28. ¿Es importante para mí realizar mis ideas?
29. ¿Me considero una persona creativa?
30. ¿Creo que tengo mucha imaginación para pensar?
Motivación
31. ¿Considero que es importante emprender para sentirme independiente?
32. ¿Emprendiendo puedo cumplir un sueño o meta personal?
33. ¿Si emprendo mejoraría mi ingreso económico?

34. ¿Quiero emprender porque estoy sin trabajo?
35. ¿Quiero emprender para ser mi propio jefe?
36. ¿Quiero emprender porque un socio me invitó a iniciar un negocio?
37. ¿Quiero emprender para generar empleos para mi familia?
38. ¿Quiero emprender para buscar una mayor flexibilidad de horario?
39. ¿Quiero emprender porque mi familia tiene un negocio?

Tolerancia al fracaso

40. ¿Tengo una idea sobre cómo solucionar un problema, en lugar de darme por vencido (a)?
41. Cuando cometo errores, ¿los analizo para aprender de ellos?
42. ¿Tomo decisiones, aunque creo que no van a funcionar?
43. ¿Me siento capaz de resolver situaciones en donde fracasé?
44. ¿Soy tolerante ante el rechazo?
45. ¿Tomo la responsabilidad de mis acciones, aunque me pueda equivocar?

Apoyo financiero

46. ¿Considero que tengo los recursos económicos propios para emprender?
47. ¿Necesito de recursos económicos de mis familiares para crear mi propio negocio?
48. ¿Cuento con amigos que me pudieran ayudar económicamente para crear un negocio?
49. ¿Tengo facilidad de pedir préstamos bancarios para iniciar un negocio?
50. ¿Acudiría a la incubadora de negocios de mi escuela para gestionar un préstamo para emprender?
51. ¿Tengo facilidad de gestionar préstamos provenientes de otros organismos para iniciar mi empresa?

Apoyo familiar

Si llevara a cabo un emprendimiento:

52. ¿Mi familia aprobaría fácilmente mi decisión?
53. ¿Mi familia me alienta constantemente para emprender?
54. Si es necesario, ¿mi familia me proveería de materiales y equipo para ayudarme a emprender?
55. ¿Mi familia me aconsejaría como iniciar mi negocio?
56. ¿A alguien de mi familia le gustaría unirse conmigo en mi nuevo negocio?

En cada una de las variables se retomaron ciertas preguntas de otros instrumentos: para la variable dependiente emprendimiento femenino se utilizaron 11 ítems, traducidos al español y adaptados de los instrumentos aplicados por García, et al. (2017) y por Osorio, Settles y Shen (2017). La variable independiente creatividad contiene seis ítems traducidos al español y adaptados del instrumento utilizado por Dimitriadis, et al. (2017) y por Barrera (2017). En cuanto a la variable independiente motivación se mide con nueve ítems, algunos de ellos, traducidos al español de los instrumentos aplicados por Benzing y (2009), García, et al. (2017) y Cortés y Landeta (2021).

Por su parte para la variable independiente tolerancia al fracaso se utilizaron seis ítems traducidos al español y adaptados de los instrumentos utilizados por Athayde (2009) y Kapepa y Van Vuuren (2019), del instrumento aplicado por Gupta y Mirchandani (2018) y por Shakeel, Yaokuang y Gohar (2020) y adaptado del instrumento utilizado por Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (2018) se consideraron seis ítems para la variable independiente apoyo financiero. Finalmente, para la variable independiente apoyo familiar se utilizaron cinco ítems traducidos al español y adaptados del instrumento utilizado por Osorio, Settles y Shen (2017).

Valide de contenido

Según Arribas (2004) la validez es un proceso que implica el grado en que un instrumento de medición cumple el propósito para el que fue construido y esto permite interpretar de forma correcta

las puntuaciones o resultados obtenidos y con ello se establece la relación con el constructo o variable que se pretende medir. Existen tres formas de validación:

- La validez de contenido (los ítems incluidos indican realmente lo que se pretende medir), se somete a la valoración cualitativa por parte de expertos en el área.
- La validez de constructo valora si las respuestas del instrumento pueden ser consideradas y utilizadas como factores de medición del fenómeno que se pretende evaluar.
- La validez de criterio determina la relación de la puntuación de cada participante comparada con otro de mayor rango, se recurre a instrumentos ya elaborados y respaldados por otras investigaciones aplicadas.

Con el objetivo de lograr un instrumento de medición con validez de contenido constructo y criterio, el cuestionario fue enviado para su revisión a un grupo de diez expertos con experiencia de más de 15 años en investigación, todos ellos catedráticos de universidad. Las observaciones emitidas pueden observarse en la tabla 2.

Tabla 2. *Expertos revisores*

Expertos	Grado	Observaciones
Comité doctoral	Doctor en Ciencias políticas Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración Doctor Administración y Dirección de Empresas	• Evitar preguntas que generen posible sesgo. • Mejorar redacción de ítems. • Evitar palabras como “muy” o “mucho” • Definir ítems en torno a intención emprendedora o emprendimiento.
Expertos en emprendimiento	Doctor en Gestión Estratégica de las Organizaciones Doctor en Filosofía con Especialidad en Administración	• Eliminación de ítems no relevantes en cuanto a creatividad. • Recomendación de artículos con cuestionarios
Expertos en educación	Doctor en Ciencias Sociales. Doctor en Educación Doctor en Tecnología Educativa y Educación a Distancia	• Mejoras en la redacción de ítems. • Evitar palabras ambiguas. • Sugerencias sobre interpretación de ítems
Expertos en psicología	Doctor en Ciencias Sociales.	• Definir e interpretar conceptos de variables de enfoque o con características intrínsecas como motivación y tolerancia.

Para facilitar la revisión, fue utilizado un formato en Excel compartido en *Google Drive* con escala de 1 = irrelevante, 2= poco relevante, 3= relevante y 4= muy relevante. Una vez realizadas las recomendaciones y observaciones de los expertos en la tabla 3 se muestra el número de ítems resultante de las modificaciones propuestas, las cuales fueron las siguientes: de la variable emprendimiento femenino de 11 se redujo a 8, creatividad de 6 a 5 y motivación de 9 a 8.

Tabla 3. *Número de preguntas por variable después de validación*

Variable	Número de preguntas
Y Emprendimiento femenino	8
X1 Creatividad	5
X2 Motivación	8
X3 Tolerancia al fracaso	6
X4 Apoyo financiero	6
X5 Apoyo familiar	5
Total	38

Resultados

De acuerdo con George y Mallery (2003) el análisis de fiabilidad o confiabilidad del instrumento se mide con las escalas del Alpha de Cronbach, lo cual se refiere a la confianza que se tiene en la recolección de los datos debido a que aplicada repetidamente a un individuo o grupo proporciona resultados iguales o muy parecidos. Según Hair, et al. (2010), el valor mínimo aceptable para el Alfa de Cronbach es de 0.7, 0.6 es cuestionable y > 0.5 es pobre. A su vez, Blascovich, et al. (1991) establecen que en casos como las investigaciones exploratorias el valor .60 del considerase como aceptable.

En la tabla 4 se muestran los Alfas de Cronbach con niveles aceptables para cada una de las variables del presente estudio, en cada una de ellas se obtuvieron valores mayores a 0.7, excepto por la variable independiente X3 (tolerancia al fracaso) que en la prueba piloto resultó con puntuación de -0.317; en los datos estadísticos se sugirió la eliminación de del ítem número 35 ¿Tengo una idea sobre cómo solucionar un problema, en lugar de darme por vencida? y con ello el Alfa de Cronbach aumentó a 0.645.

Tabla 4. *Estadísticas de fiabilidad*

Variable	No. de preguntas originales	Resultados	No. de preguntas finales	Resultados
Y Emprendimiento femenino	8	.730	8	.730
X1 Creatividad	5	.729	5	.729
X2 Motivación	8	.705	8	.705
X3 Tolerancia al fracaso	6	-.317	5	.645
X4 Apoyo financiero	6	.706	6	.706
X5 Apoyo familiar	5	.879	5	.879

Conclusión

El objetivo del presente estudio de investigación fue cumplido, puesto que la validez de criterio y de contexto aunado al análisis estadístico realizado, permitieron que se aplicara un cuestionario para medir los factores que impulsan el emprendimiento femenino de jóvenes universitarias. Cinco de las

variables presentaron Alphas de Cronbach superiores al 0.70, únicamente en la variable tolerancia al fracaso se obtuvo una puntuación de 0.645. Llevar a cabo investigaciones relacionadas a este tema permiten conocer o determinar el comportamiento de las emprendedoras universitarias, lo que podría ser provechoso para generar estrategias con la finalidad de incluir temas relacionados al emprendimiento en los programas de estudio en las instituciones de educación superior.

La mayor puntuación de Alpha de Cronbach resultó en el apoyo familiar con 0.879, lo que sugiere que en el instrumento se utilizaron los ítems que miden de forma más eficiente esta importante variable, puesto que las estudiantes en su mayoría viven en familia y el soporte que reciben para su desarrollo tanto emocional como profesional es fundamental para su crecimiento. Así mismo, podrían formase alianzas de los padres de familia con las instituciones para lograr egresar alumnos competentes en todos los sentidos.

Referencias

Acs, Z. J., Szerb, L., Autio, E., Acs, Z. J., Szerb, L., & Autio, E. (2015). The global entrepreneurship and development index. *Global entrepreneurship and development index 2014*, 39-64. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-14932-5_4

Amorós, J. E., Cristi, O., & Naudé, W. (2021). Entrepreneurship and subjective well-being: Does the motivation to start-up a firm matter?. Journal of Business Research, 127, 389-398. https://repositorio.udd.cl/server/api/core/bitstreams/da80e947-f88e-4ec4-a1b8-efd61577c0a4/content

Arévalo, L., & Isabel, K. (2022). *Emprendimiento femenino y el desarrollo humano en el barrio Primero de Enero, parroquia Santa Rosa del cantón Salinas, 2022* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022.) https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/8659/UPSE-TGS-2022-0017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Matronas profesión*, *5*(17), 23-29. http://www.rincondepaco.com.mx/rincon/Inicio/Seminario/Documentos/Art_met/Diseno_validacion_cuestionarios.pdf

Asociación de Emprendedores de Latinoamérica (2018). Brechas para el emprendimiento en la alianza del Pacífico. http://brechas.asela.org/static/media/estudio_brecha_oeap.9c5c3040.pdf

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2021). Información Estadística de Educación Superior. http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior

Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship theory and practice*, *33*(2), 481-500. https://doi.org/10.1111/J.1540-6520.2009.00300.X

Avcı, N., y Gümüş, S. (2022). The motivations of women entrepreneurs in the tourism industry. *Istanbul Business Research*, 51(1), 279-290. https://doi.org/10.26650/ibr.2022.51.910006

Banco Mundial (2019). Tasa de población activa, mujeres (% de la población femenina mayor de 15 años) (estimación modelado OIT) – México. https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.CACT.FE.ZS?locations=MX&start=2009&end=2019&view=chart

Baños, G., M. (1999) Métodos Heurísticos y Creación Publicitaria 66-70 http://webs.ucm.es/BUCM/tesis/19972000/S/3/S3024901.pdf

Barrera, L., E. (2017). Actitudes y orientación hacia el emprendimiento de estudiantes de la facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla: estudio exploratorio en universitarios-as. In *Simposio Internacional El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI (2017), p 17-58*. Universidad de Sevilla, España. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6409192

Benzing, C., & Chu, H. M. (2009). A comparison of the motivations of small business owners in Africa. *Journal of small business and enterprise development*. https://www.researchgate.net/publication/241324121_A_comparison_of_the_motivations_of_small_business_owners_in_Africa

Blascovich, J., Tomaka, J., Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (1991). Measures of self-esteem. *Measures of personality and social psychological attitudes*, *1*, 115-160. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=uOtFBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA115&dq=Blascovich,+et+al.+(1991)+&ots=rjedY21uY4&sig=EAud2azvnXVnyqE4sLsR-Hns2js#v=onepage&q&f=false

Canales, G. R. A., Román, S. Y. G. y Ovando, A. W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, *5*(12). https://pdfs.semanticscholar.org/0319/4265803a91045df5c239bad40d2a5cec2917.pdf

Cortés, C. B. Y., & Landeta, J. M. I. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y administración*, *66*(1), 4. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7727058

Dimitriadis, E., Anastasiades, T., Karagiannidou, D., & Lagaki, M. (2017). Creativity and entrepreneurship: The role of gender and personality. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research (IJBESAR)*, *11*(1). https://www.econstor.eu/bitstream/10419/185676/1/v11-i1-p07-12-creativity-entrepreneurship.pdf

Djazilan, M. S., & Darmawan, D. (2022). Entrepreneurship Education and Family Support: The Determinants that Appear Entrepreneurship Interest for Students. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, *1*(2), 26-30. http://ejournalisse.com/index.php/isse/article/view/28

Dobb, M. (2004). *Teorías del valor y de la distribución desde Adam Smith: ideología y teoría económica*. Siglo XXI. https://books.google.com.mx/books?id=upCcKphw5lsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Durand, P., E. G. (2021). Factores del emprendimiento femenino y la gestión de la innovación, en las mypes del distrito de Carabayllo, en el año 2021. https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/28336

Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2019) Principales indicadores laborales en las ciudades https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/resultados_ciudades_enoe_2019_trim4.pdf

Gallardo, P., D. J., H., Vergel, O. H. M. y Dávila, C., C (2021). Pensamiento lateral, creatividad y emprendimiento. Mundo FESC, 11(S5), 38-46. https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/938

García, R. F. J., Gil, S., E., Ruiz, R., I., y Gutiérrez, T., D. (2017). Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, *25*(11), 2037-2056. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09654313.2016.1262827

George, D. y Mallery, P. (2003). *Spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update (4.ª ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.

Gupta, N., & Mirchandani, A. (2018). *Investigating entrepreneurial success factors of women-owned SMEs in UAE. Management Decision, 56(1), 219–232.* doi:10.1108/md-04-2017-0411 https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-04-2017-0411/full/html

Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020) México. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/#Tabulados

Kapepa, O., & van Vuuren, J. (2019). The importance of tolerance for failure and risk-taking among insurance firms in hyperinflationary Zimbabwe. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, *11*(1), 1-15. https://www.researchgate.net/publication/332453640_The_importance_of_tolerance_for_failure_and_risk-taking_among_insurance_firms_in_hyperinflationary_Zimbabwe

Kelley, J. L. (2017). *General topology*. Courier Dover Publications. https://documente.bcucluj.ro/web/bibdigit/cuprins/mate/cuprins0000513274.pdf

Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit* (Vol. 31). Houghton Mifflin. https://dspace.gipe.ac.in/xmlui/bitstream/handle/10973/410/6-010469.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kumar, V., Goyal, T. C., Kumar, R., & Punjabi, N. K. (2022). Study on achievement motivation and risk orientation among dairy entrepreneurs and collates with their socio-economic and psychological characteristics. *The Pharma Innovation Journal*, *6*, 1741-1744. https://www.thepharmajournal.com/archives/2022/vol11issue6S/PartV/S-11-6-165-238.pdf

Maygua Flores, J. (2021). Propuesta de mejora de los factores relevantes del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector construcción: caso empresa consorcio MAFER–Juliaca, 2021. http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/23453

Meißner, L., & von Appen, F. (2022). *Learning from Sports Entrepreneurs. Development of a Conceptual Framework for Entrepreneurial Risk-handling*. GRIN Verlag. https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=9046439&fileOId=9046449

Mondragón, H. S. A. (2011). Marco conceptual de las teorías de la irrelevancia, del trade-off y de la jerarquía de las preferencias. *Cuadernos de contabilidad*, *12*(30), 165-178. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-14722011000100007

Naranjo, P. M. L. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista educación*, *33*(2), 153-170. https://www.redalyc.org/pdf/440/44012058010.pdf

Organización Internacional del Trabajo OIT (2018). Las mujeres siguen teniendo menos posibilidades que los hombres de participar el mercado de trabajo en gran parte del mundo. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_619550/lang--es/index.htm

Orihuela, R., N. C. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, *7*(1), 109-122. http://201.159.222.115/index.php/innova/article/view/1946

Osorio, A. E., Settles, A., & Shen, T. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on entrepreneurial attitudes and intentions of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, *23*(1), 24-43. https://www.researchgate.net/publication/319007893_Does_family_support_matter_The_influence_of_support_factors_on_entrepreneurial_attitudes_and_intentions_of_college_students

Rojas, M., M. E. (2004). *La creatividad desde la perspectiva de la enseñanza del diseño industrial en la Universidad Iberoamericana* (Master's thesis, Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Departamento de Educación). http://192.203.177.185/bitstream/handle/ibero/713/014374s.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rositas, J. (2014). Los tamaños de las muestras en encuestas de las ciencias sociales y su repercusión en la generación del conocimiento. Innovaciones de Negocias, 235-268. http://eprints.uanl.mx/12605/1/11.22%20Art4%20pp%20235%20-%20268.pdf

Shakeel, M., Yaokuang, L., & Gohar, A. (2020). Identifying the entrepreneurial success factors and the performance of women-owned businesses in Pakistan: The moderating role of national culture. *SAGE Open*, *10*(2), 2158244020919520. https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244020919520

Sung, P. S. y Duarte, M. S (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en ciencias sociales*, *11*(2), 291-314. http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271

Thornton, M. (2020). Turning the Word Upside Down: How Cantillon Redefined the Entrepreneur. *Quarterly Journal of Austrian Economics*, *23*(3-4), 265-280. Quart J Austrian Econ (2019) 23.3-4:265–280. https://qjae.scholasticahq.com / doi: 10.35297/qjae.010071

Velasco, A. H. (2022) La creatividad e innovación como captación del cliente para la supervivencia de las microempresas. https://www.researchgate.net/publication/366077901_La_creatividad_e_innovacion_como_captacion_del_cliente_para_la_supervivencia_de_las_microempresas

Velázquez, S. C. A., & Amador, E. M. P. (2020). La brecha digital de género como factor limitante del desarrollo femenino. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, *5*(10), 22-27. https://doi.org/10.29057/est.v5i10.5281

Zhang, W., Soh, P. H., & Zhao, W. (2022). How do entrepreneurs and their ventures benefit from prior setbacks: The mediating role of attitude towards failure. *International Small Business Journal*, 02662426221118208. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/02662426221118208

Zhu, W., Zhou, J., Lau, W.K. & Welch, S. (2020). How harmonious family encourages individuals to enter entrepreneurship: A view from conservation of resource theory. *The International Journal of Confllict Management, 31(3),* 333-351. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCMA-09-2019-0176/full/html?skipTracking=true