
REVISTA

R GLOBAL *de* NEGOCIOS

Volumen 5

Número 3

2017

CONTENIDO

La Actividad del Bróker en el Mercado de Seguros Español: La Incidencia de los Honorarios Por Volumen de Negocio	1
Migue Ángel Latorre Guillem	
Reforma Fiscal Mexicana 2014 Estrategia Que Fomenta la Formalidad Empresarial, Generación de Empleo, Financiamiento, Crecimiento y Competitividad	13
Leonel Rosiles López, Cruz Elda Macías Terán, Santiago Pérez Alcalá, Julio Cesar León Prieto & Raúl González Núñez	
Egresados de Licenciatura y Hábitos de Estudio: Evidencia de Una Institución de Educación Superior	33
Juan Carlos Román Fuentes, Ángel Esteban Gordillo Martínez & Rafael Timoteo Franco Gurría	
Caracterización de la Cadena de Valor del Tomate Rojo Fresco en México	45
María Trinidad Álvarez Medina, Marco Alberto Núñez Ramírez & Teodoro Rafael Wendlandt Amezaga	
Transferencia de Tecnología y Creación de Patentes en México	59
Rufina Georgina Hernández Contreras, Rosa María Medina Hernández & José Francisco Tenorio Martínez	
Facilitación Comercial y Control Aduanero en las Principales Aduanas de Baja California	71
Olivia Denisse Mejia Victoria, Santos López Leyva, Mónica Lacavex Berumen, Rodolfo Novela Joya & Mónica Fernanda Aranibar	
Modelo Conceptual Para la Asignación de Espacios en Anaquel a Mipymes	85
Berenice Luna Ponce, José Luis Martínez Flores, Patricia Cano-Olivos & Alejandra Aldrette-Malacara	
Metodología de Seguimiento de Egresados Para Fortalecer la Vinculación de la Universidad con la Sociedad	99
María de Jesús Ramírez Domínguez, Marisela Reséndiz Ortega & Martha Elva Reséndiz Ortega	

LA ACTIVIDAD DEL BRÓKER EN EL MERCADO DE SEGUROS ESPAÑOL: LA INCIDENCIA DE LOS HONORARIOS POR VOLUMEN DE NEGOCIO

Miguel Ángel Latorre Guillem, Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir”

RESUMEN

Este trabajo realiza un estudio entorno al sistema de remuneración de los corredores de seguros, regulado por la Ley de 26/2006 de 17 de Julio de la mediación de seguros y reaseguros privados. De esta manera, la Ley de mediación manifiesta que los honorarios proceden de un servicio de asesoramiento prestado a su cliente. Sin embargo, también podrían sugerir una compensación por la pérdida de negocio ante los cambios del entorno. Para este fin, se estudia la evolución que experimenta el volumen total de negocio, cartera y nueva producción, contratado por ramos. Por un lado, para el corredor de seguros personas físicas y, por otro lado, las Sociedades de corredurías de seguros. El periodo temporal analizado alcanza desde el año 2008, hasta 2014, en el negocio de no vida. Finalmente, los resultados presentados podrían sugerir una relación inversa entre las primas intermediadas y los honorarios percibidos. Así, el intermediario en la facturación del asesoramiento prestado a su cliente, intenta compensar los costes que soporta por su elevada autonomía en el desarrollo de su actividad, y la pérdida de negocio por la incorporación de nuevos competidores de mayor tamaño derivado del proceso de globalización que experimenta el sector desde la crisis económica.

PALABRAS CLAVE: Honorarios, Comisión, Primas, Negocio No Vida, Corredores de Seguros

BROKER ACTIVITY IN THE SPANISH INSURANCE MARKET: THE IMPACT OF FEES FOR TURNOVER

ABSTRACT

This research studies the remuneration system of insurance brokers, regulated by the Law 26/2006 of July 17, regulating mediation of private insurance and reinsurance. The regulation states that insurance brokers' fees must come from an advisory service given to the client. However, as it is demonstrated in this paper, the perception of fees could suggest compensation for loss of business experienced by the intermediary to the evolving environment in which he is immersed. To this end, evolution experienced by the total volume of business, portfolio and new production contracted by branches of insurance is studied. On the one hand, for the insurance broker individuals and, second, by the companies of insurance brokers. The time period analyzed is 2008 to 2014. The results presented here suggest an inverse relationship between intermediated premiums and fees received. Thus, the intermediary, in billing his advisory, tries to offset the costs borne by his high autonomy in the development of his activity.

JEL: G22, G24

KEYWORDS: Fees, Commissions, Premium, Non-Life Business, Insurance Brokers

INTRODUCCIÓN

La actividad de un corredor de seguros destaca por su alto grado de autonomía en el desarrollo de su actividad dentro del canal de distribución, elaborando programas de seguros específicos a las necesidades de sus clientes y con independencia de las compañías aseguradoras. Para esto, es importante potenciar su presencia de forma continua en relación con su cliente, desde la presentación de la oferta, formalización de la póliza, gestión de cobro y atención de las contingencias que se pudieran producir. Así, la personalización del servicio por parte del corredor, consigue que se cree un fuerte vínculo entre el mediador y su cliente.

Actualmente, la legislación española establece la forma en que los mediadores pueden ser remunerados por el desarrollo de su actividad profesional. La actividad de los corredores se encuentra regulada por la Ley 26/2006 sobre mediación de seguros y reaseguros y supervisado por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Por lo que, se desprende de la Ley de mediación que las dos principales fuentes de remuneración proceden: (i) las comisiones pagadas por las compañías aseguradoras al mediador por promover y vender sus productos; y (ii) los honorarios que proceden por los servicios prestados a sus clientes.

En España, los corredores para el ramo de vida solo gestionan un 5% del negocio y en el ramo de no vida un 20% frente otros agentes como la banca-seguros alcanza el 70% y los Agentes un 39% respectivamente, según manifiesta en su trabajo Latorre (2015).

Con todo esto, la actividad del bróker tiene lugar en un entorno donde cada vez más y, como consecuencia del proceso de globalización, se produce la entrada de grandes brókers en el mercado español de seguros. Además, de la regulación que experimenta el mercado español de seguros. La diversificación en el proceso de la contratación del negocio con las compañías aseguradoras presenta un escenario con una tendencia a la baja en el volumen de negocio intermediado. En esta situación, los mediadores hacen frente a sus costes mediante las comisiones que proceden de las pólizas intermediadas y los honorarios por los servicios de asesoramiento prestados a sus clientes. Azofra *et al.* (1999) argumenta que los intermediarios son un tipo de agente que si bien consiguen altas comisiones, son más independientes de la aseguradora, tienen menor soporte administrativo que otros agentes dentro del canal de distribución como los agentes exclusivos. Por otro lado, Hoffman y Nell (2011) manifiestan la existencia de una relación inversamente proporcional entre las comisiones y honorarios que percibe un corredor de seguros en el desarrollo de su actividad profesional, cuando sus decisiones no están soportadas por un comportamiento estratégico.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es analizar si realmente el pago de honorarios corresponde a la facturación de los servicios de asesoramiento prestados por el mediador o supone una compensación al mediador por la pérdida de negocio como consecuencia de la regulación del sector, el proceso de globalización y la entrada de nuevos competidores de mayor tamaño. Para este fin, analizamos sobre el volumen total de actividad, el nuevo negocio contratado y la cartera renovada, de las comisiones y honorarios generados desde el año 2008 hasta el 2014, en la actividad de los Corredores Personas Físicas en comparación con la actividad desarrollada por las Sociedades de Corredurías de Seguros, dentro del ramo de no vida.

El resto de la investigación está organizada como sigue. En la sección de revisión literaria se plantean los argumentos presentados por diversos autores que justificarían la percepción de honorarios basándonos en las características del mercado en el que desarrollan su actividad de mediación. Posteriormente se presenta la metodología utilizada, en donde se describe el procedimiento para analizar la muestra de acuerdo con la información procedente de los informes anuales del sector. Por un lado, de

la actividad desarrollada por los corredores de seguros mediante sus respectivas documentaciones estadístico- contables y, por otro lado, en función de los ramos de mayor volumen de contratación, en concreto del negocio de no vida. Seguidamente se presentan los resultados de la investigación. Finalmente, las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación son presentadas.

REVISIÓN LITERARIA

La revisión de la literatura realizada en este apartado presenta diferentes argumentos entorno a la actividad del bróker que justificaría la percepción de honorarios. Algunos autores, Regan y Tennyson (2000) observan que los intermediarios presentan un servicio más adecuado en mercados inciertos que otros agentes. En este sentido, Shiller (2009) argumenta que la actividad de los corredores permite reducir el coste de selección adversa y juegan un papel esencial en la reducción de costes. Por último, Hofimman y Nell (2011: 289 y 303) sugieren que la actividad de consultoría del intermediario de seguros favorece la idoneidad del seguro contratado por el cliente.

En el mercado alemán de seguros, Eckardt (2007) manifiesta en su trabajo que si bien la actividad de los intermediarios de seguros puede ayudar a economizar costes de transacción e información asimétrica a las compañías aseguradoras. Los intermediarios de seguros destinan buena parte de su tiempo de trabajo a la búsqueda de información sobre las compañías aseguradoras, sus productos y potenciales clientes. Haría que nos planteemos si a través de las comisiones de los corredores y sociedades se podrían compensar estos costes. Por lo que, necesitan de los honorarios que aplican a sus clientes para hacer frente a ellos. Y, por otro lado, afrontaría de forma diferente estos costes, los corredores personas físicas, de menor tamaño, respecto a las sociedades de corredurías de seguros, cuyo volumen de primas intermediadas es mayor. Eckardt (2002) analiza la influencia de variables estructurales sobre la calidad del servicio de asesoramiento tales como el tamaño y el número de empleados y encuentra que el servicio de asesoramiento está influenciado por el tamaño de la empresa y la estructura de empleados del bróker de seguros, así como el grado de especialización sobre clientes específicos.

En algunos mercados de seguros, el segmento de la intermediación de seguros es altamente concentrado. Cummins y Doherty (2006) presentan, una elevada carencia de competitividad en el mercado de Estados Unidos. Se observa, que los pequeños brókers proveen servicios relacionados con pequeños negocios y concentrados en mercados localizados, a diferencia de los grandes brókers que están orientados hacia riesgos de empresas más complejos.

A diferencia del mercado de Estados Unidos, el cual se encuentra dominado por grandes brókers de seguros [Cummins y Doherty (2006)], el mercado español de intermediarios de seguros se encuentra caracterizado por pequeñas empresas y con pequeño grado de competencia hasta principios del 2000 cuando empieza el proceso de desregulación y globalización que experimenta el sector. Así, como consecuencia de la globalización, aparecen en el mercado de intermediación, empresas de mayor tamaño. En consecuencia, los intermediarios de mayor tamaño pueden gestionar mayores riesgos que las empresas de menor dimensión que trabajan con menores riesgos y gestionando primas de mayor volumen.

El mercado de intermediarios de seguros español, la actividad de intermediación de seguros está sujeta a la supervisión de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. De esta forma, la Ley de 26/2006 de 17 de Julio regula la actividad de mediación y en su artículo 2.1 indica que la compensación recibida por un bróker de seguros procede de las comisiones pagadas por las compañías aseguradoras y los honorarios directamente facturados por el bróker a sus clientes. El horizonte temporal analizado en este trabajo abarca desde el año 2008 hasta el 2014, periodo en que ya se facturan honorarios a los clientes del bróker.

En estudios previos en el mercado español, Latorre y Farinós (2015) presentan la relación que existe entre

el comportamiento ético del corredor de seguros y su rentabilidad operativa. Así, estos autores manifiestan en su trabajo que un mayor comportamiento no ético está directamente relacionado con una mayor rentabilidad operativa que tiene lugar en las empresas de mayor tamaño. Otras investigaciones, (Latorre, 2015,2016) presenta, por un lado, si el sistema de retribución a través de los honorarios propicia un comportamiento no ético dentro de la actividad profesional del bróker de seguros. Y, por otro lado, plantea aspectos orientados hacia la revisión del proceso de producción en la correduría de seguros según el tamaño, que afectaran a las actuaciones en un sentido o en otro respecto a la gestión de cobro.

METODOLOGÍA

En este estudio se utilizan dos muestras, la primera es una muestra que corresponde a corredores de personas físicas y la segunda de sociedades de corredurías de seguros, ambas pertenecientes al mercado español de mediación de seguros y abarca el periodo comprendido desde el año 2008 y hasta el 2014. Para la elaboración de la muestra se ha utilizado los informes anuales del sector que recoge la actividad desarrollada por los corredores de seguros través de sus respectivas documentaciones estadístico-contables emitido por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Además, hemos consultado la base de datos financieros y contables de las empresas corredurías de seguros, de acuerdo con la definición que da la Ley 26/2006 de 17 de julio, de mediación de seguros y reaseguros privados y que presenta sus cuentas en el Registro Mercantil de acuerdo con la información obtenida de la consulta de la base de datos Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Por último, y con el fin de presentar resultados más precisos respecto la actividad del intermediario de seguros. La muestra analizada estudiara los ramos de mayor volumen de contratación, en concreto del negocio de no vida. El volumen de negocio intermediado por el intermediario en el mercado español de seguros es de un 20% en comparación con el negocio de vida que es de un 5% para el ejercicio 2012, según manifiesta en su trabajo Latorre (2015).

Muestra

La Tabla 1 recoge la muestra objeto de estudio para Corredores de Personas Físicas, para lo cual pasa de 963 corredurías de seguros en el año 2008, hasta las 835 en el 2014. Esta tabla presenta un descenso relevante de número de empresas que se dedican a la actividad de intermediación hasta 2014, último año de este estudio. Las razones pueden ser motivadas, por el cambio de ciclo productivo, como consecuencia del inicio de la crisis económica y por la competencia de otros agentes, en concreto las sociedades de corredurías. Respecto a las primas intermediadas, para el negocio renovado (cartera) y el nuevo negocio (nueva producción), hay una clara tendencia decreciente, lo que implica tanto pérdida de negocio como de comisiones. Sin embargo, respecto a los honorarios si bien la tendencia es decreciente. Se produce un fuerte repunte al alza en los años 2012 y 2013 siendo que el negocio gestionado es claramente menor. Así, el porcentaje de honorarios pasa de un 11.62% el año 2012 a un 23.97% en el 2013, para tener un descenso acusado en el 2014.

La Tabla 2 recoge la muestra objeto de estudio para Corredores de Personas Físicas, para el nuevo negocio generado (nueva producción). El volumen de primas intermediadas y comisiones percibidas que corresponde al nuevo negocio generado tiene una tendencia decreciente llegando a un 46.13% y 53.69% respectivamente, en el año 2014. Respecto a los honorarios la tendencia es decreciente con un claro repunte al alza de un 12.86%, en el año 2010 y una tendencia decreciente alcanzando un 0.00%, en el 2014.

La Tabla 3 presenta la muestra objeto de estudio para corredores de personas físicas, para el negocio de cartera. El volumen de primas intermediadas y comisiones percibidas presenta una tendencia decreciente llegando a un 52.66% y 56.31% respectivamente, en el año 2014. Respecto a los honorarios la tendencia es decreciente con un claro repunte al alza de un 100.66%, en el año 2010 y una tendencia decreciente alcanzando un 0.00%, en el 2014. Se observa, para el volumen de negocio gestionado para corredurías

personas físicas, es mayor tano en el volumen de las primas intermediadas, las comisiones obtenidas de las primas intermediadas y los honorarios facturados por prestación de servicios, en el negocio gestionado en cartera que respecto al de en nueva producción, aunque como se puede observar no se tiene lugar en todos los periodos de la muestra.

Tabla 1: Datos Procedentes de Corredores de Personas Físicas Cartera + Nueva Producción

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Panel A Cartera+ Nueva Producción							
Número	963	943	913	899	864	842	835
Primas Intermediadas (millones)	627.77	602.35	542.95	500.17	411.77	371.37	321.30
Comisiones (millones)	85.54	81.83	75.22	71.72	59.68	54.13	47.71
Honorarios (millones)	72.93	27.12	121.46	60.82	47.94	89.01	0.28
Comisiones+Honorarios (millones)	158.47	108.96	196.68	132.54	107.62	143.15	47.98
Ratio Comisiones (%)	13.63	13.59	13.85	14.34	14.49	14.58	14.85
Ratios Honorarios (%)	11.62	4.50	22.37	12.16	11.64	23.97	0.09
Comisiones+Honorarios (%)	25.24	18.09	36.22	26.50	26.14	38.55	14.93

En esta tabla se presenta la muestra por Volumen total de actividad (Cartera+ Nueva Producción) para Corredores de personas físicas, en el periodo (2008-2014) del mercado de mediación de seguros español. Así, se observa una disminución de su número a lo largo del periodo objeto de estudio. Por otro lado, y en la misma línea, disminuye el volumen total de negocio hasta un 51% en el 2014. Respecto a las comisiones alcanzan un 55.78% y honorarios representan hasta un 0.34%. El ratio de comisiones se obtiene por el cociente de comisiones y primas intermediadas. El ratio de honorarios se obtiene por el cociente de honorarios y primas intermediadas. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

Tabla 2: Datos Procedentes de Corredores Personas Físicas Nueva Producción

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Panel B Nueva Producción							
Primas Intermediadas (millones)	142.43	129.84	110.89	100.37	84.09	76.77	65.71
Comisiones (millones)	17.47	16.60	14.57	13.33	11.51	10.85	9.38
Honorarios (millones)	18.43	17.13	20.80	14.19	12.99	14.70	0.00
Comisiones+Honorarios (millones)	35.90	33.72	35.37	27.52	24.51	25.54	9.38
Ratio Comisiones (%)	12.27	12.78	13.14	13.28	13.69	14.13	14.28
Ratios Honorarios (%)	12.94	13.19	18.76	14.14	15.45	19.14	0.00
Comisiones+Honorarios (%)	25.20	25.97	31.90	27.42	29.14	33.27	14.28

En esta tabla se presenta la muestra para Nueva Producción de Corredores de personas físicas, en el periodo (2008-2014). Así, se observa una disminución de nuevo negocio contratado, hasta el año 2014. Sin embargo, el ratio de comisiones evoluciona de un porcentaje de un 12.27% en el año 2008, hasta un 14.28 %en el 2014. Al igual que los honorarios muestran una evolución desde un 12.94% en el año 2008, hasta un 19.14% en el 2013. Sin embargo, es de un 0% en el 2014. En general la suma de comisiones y honorarios presentan una tendencia positiva con fuertes incrementos en el año 2010 y 2013. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

Tabla 3: Datos Procedentes de Corredores Personas Físicas Cartera

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Panel C Cartera							
Primas Intermediadas (millones)	485.34	472.51	432.06	399.80	327.68	294.60	255.59
Comisiones (millones)	68.07	65.24	60.64	58.39	48.17	43.29	38.33
Honorarios (millones)	54.50	10.00	100.66	46.63	34.95	74.32	0.27
Comisiones+Honorarios (millones)	122.57	75.23	161.31	105.02	83.11	117.60	38.60
Ratio Comisiones (%)	14.03	13.81	14.04	14.61	14.70	14.69	15.00
Ratios Honorarios (%)	11.23	2.12	23.30	11.66	10.67	25.23	0.11
Comisiones+Honorarios (%)	25.26	15.92	37.33	26.27	25.36	39.92	15.11

En esta tabla se presenta la muestra para el negocio de Cartera de Corredores de personas físicas, en el periodo (2008-2014). Así, se observa una disminución de nuevo negocio contratado, hasta el año 2014. Sin embargo, el ratio de comisiones evoluciona de un porcentaje de un 14.03% en el año 2008, hasta un 15.00 % en el 2014. Al igual que los honorarios, muestran una evolución desde un 11.23 % en el año 2008, hasta un 32.92% en el 2013. Sin embargo, es de un 0% en el 2014. De esta manera, la suma de comisiones y honorarios presentan una tendencia positiva con fuertes incrementos en el año 2010 y 2013. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

A continuación, la Tabla 4 recoge la muestra objeto de estudio para Sociedades de Corredurías de Seguros, de donde se pasa de 1,939 corredurías de seguros en el año 2008, hasta las 2,243 en el 2014. El número de Sociedades experimenta un incremento de un 15.68% hasta el 2014, último año de este estudio. Las razones podrían ser motivadas, por la integración de corredores de personas físicas y evolucionan hacia este modelo de Sociedad de Correduría que les permite afrontar mayores riesgos y, por otro lado, por la competencia de grandes corredores que entran en el mercado español de seguros por la globalización que experimenta el sector. Además, el cambio de ciclo económico, como consecuencia del inicio de la crisis económica afecta con la misma intensidad al volumen de primas intermediadas. De esta manera, para el negocio renovado (cartera) y el nuevo negocio (nueva producción), hay una clara tendencia decreciente, lo que implica tanto pérdida de negocio intermediado como de comisiones. Sin embargo, respecto a los honorarios y, al igual que los corredores de personas físicas, si bien la tendencia es decreciente. Se produce un fuerte repunte al alza en los años 2012 y 2013 siendo que el negocio gestionado es claramente menor. Así, el porcentaje de honorarios pasa de un 0.48% el año 2012 a un 3.58% en el 2013, para tener un descenso hasta un 0.33% en el 2014.

Tabla 4: Datos Procedentes de Sociedades de Corredurías de Seguros Cartera + Nueva Producción

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Panel D Cartera+ Nueva Producción							
Número	1,939	1,963	1,984	2,014	2,151	2,196	2,243
Primas Intermediadas (millones)	8,877.50	8,437.37	8,186.55	7,729.93	6,965.93	6,160.09	5,685.65
Comisiones (millones)	1,119.26	1,017.04	998.70	929.09	888.21	841.16	812.08
Honorarios (millones)	42.85	18.82	18.04	18.58	249.03	115.87	19.00
Comisiones+Honorarios (millones)	1,162.11	1,035.86	1,016.74	947.67	1,137.24	957.03	931.08
Ratio Comisiones (%)	12.61	12.05	12.20	12.76	12.75	13.66	14.28
Ratios Honorarios (%)	0.48	0.22	0.22	0.26	3.58	1.88	0.33
Comisiones+Honorarios (%)	13.09	12.28	12.42	13.02	16.33	15.54	14.62

En esta tabla se presenta el Volumen total de actividad (Cartera+ Nueva Producción) para Sociedades de Corredurías de Seguros, en el periodo (2008-2014). Así, se observa una disminución en número sociedades en el periodo objeto de estudio. Respecto otro aspecto analizado en la muestra, disminuye el volumen total de negocio hasta un 56.14% en el 2014. Las comisiones incrementan un 13.24%, en el año 2014. Los honorarios muestran alzas hasta el 3.58% en el 2013, para caída hasta un 0.33% en el 2014. El ratio de comisiones y honorarios, disminuye en el 2009 y 2010. Y se incrementa un 11.69% en el periodo objeto de estudio. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

La Tabla 5 presenta la muestra objeto de estudio para Sociedades de Corredurías de Seguros, para el nuevo negocio generado (nueva producción). El volumen de primas intermediadas y comisiones percibidas que corresponde al nuevo negocio generado tiene una tendencia decreciente llegando a un 45.60% y 33.13% respectivamente, en el año 2014. Respecto a los honorarios la tendencia no es continua alternando alzas con bajas, con un claro repunte al alza de un 31.87%, en el año 2013 y cambiando la tendencia para llegar a descender hasta 8.68%, en el 2014.

Tabla 5: Datos Procedentes de Sociedades de Corredurías de Seguros Nueva Producción

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Panel E Nueva Producción							
Primas Intermediadas (millones)	2,607.12	2,252.86	2,316.86	1,915.88	1,714.20	1,476.21	1,418.38
Comisiones (millones)	334.94	278.01	276.68	246.09	219.30	211.03	223.99
Honorarios (millones)	9.18	3.66	4.58	3.91	5.33	37.81	4.51
Comisiones+Honorarios (millones)	344.12	281.67	281.26	250.00	224.63	248.84	228.50
Ratio Comisiones (%)	12.85	12.34	11.94	12.84	12.79	14.30	15.79
Ratios Honorarios (%)	0.35	0.16	0.20	0.20	0.31	2.56	0.32
Comisiones+Honorarios (%)	13.20	12.50	12.14	13.05	13.10	16.86	16.11

En esta tabla se describe la muestra de Nueva Producción para Sociedades de Corredurías de Seguros en el periodo (2008-2014). Así, se desprende de la tabla una tendencia a la baja en el volumen de contratación de nuevo negocio acompañado de una evolución decreciente de las comisiones obtenidas. Respecto a los honorarios hay una recuperación de un 0.31% y 2.56% en los ejercicios 2012 y 2013 con un cambio de tendencia en el último ejercicio. Respecto al ratio global de comisiones y honorarios desciende en el 2009 y 2010, con un cambio de tendencia a partir del 2012, más acusado en el 2013 y llegando a un incremento del 22.05%, hasta el 2014. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

La Tabla 6 recoge la muestra objeto de estudio para Sociedades de Corredurías de Seguros, para el negocio de cartera. El volumen de primas intermediadas y comisiones percibidas que corresponde al negocio de cartera presenta una tendencia decreciente llegando a una caída de un 31.95% y 25.02% respectivamente, en el año 2014. Respecto a los honorarios la tendencia es decreciente con un claro repunte al alza de un 624%, en el año 2012 y una tendencia decreciente alcanzando caída de un 5.96%, en el 2014.

Tabla 6: Datos Procedentes de Sociedades de Corredurías de Seguros Cartera

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Panel F Cartera							
Primas Intermediadas (millones)	6,270.37	6,184.51	5,3869.79	5,364.05	5,251.72	4,683.89	4,267.28
Comisiones (millones)	784.32	739.04	722.02	683.00	668.91	630.13	588.09
Honorarios (millones)	33.67	15.16	13.46	14.67	243.70	78.06	14.49
Comisiones+Honorarios (millones)	817.99	754.20	735.48	697.67	912.60	708.19	602.58
Ratio Comisiones (%)	12.51	11.95	12.30	12.73	12.74	13.45	13.78
Ratios Honorarios (%)	0.54	0.25	0.23	0.27	4.64	1.67	0.34
Comisiones+Honorarios (%)	13.05	12.19	12.53	13.01	17.38	15.12	14.12

En esta tabla se presenta la muestra para el negocio de Cartera de Sociedades de Corredurías de Seguros, en el periodo (2008-2014). Así, se observa una disminución de nuevo negocio contratado, hasta el año 2014. Sin embargo, el ratio de comisiones evoluciona de un porcentaje de un 12.51% en el año 2008, hasta un 13.78% en el 2014. Al igual que los honorarios muestran una evolución desde un 0.54% en el año 2008, hasta un 0.34% en el 2014. Se observa un fuerte incremento con un 4.64 0% en el 2014. En general, comisiones y honorarios presentan una tendencia positiva con fuertes incrementos en el año 2012 y 2013. La tendencia global es de un incremento de un 8.20%, en el 2014. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

De esta manera, en el caso de Sociedades de Corredurías de Seguros, coincide con las corredurías personas físicas en tener un mayor volumen de negocio en la primas intermediadas, las comisiones generadas y los honorarios facturados para el negocio de cartera que en el caso de negocio de nueva producción.

RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados obtenidos de las tablas correspondientes al volumen total de producción, cartera y nueva producción en el ramo de no vida para Corredores de personas físicas y Sociedades de Corredurías de Seguros. Además, se complementa el estudio con un análisis transversal, que presenta los resultados obtenidos de los diferentes ramos de no vida más significativos por volumen de contratación.

De acuerdo, con los datos procedentes de las Tablas 1 y 4. La Tabla 7 presenta una comparativa entre Sociedades de Corredurías de Seguros y Corredores personas físicas. Se observa, que el número de Sociedades es mayor con una tendencia positiva hasta el 2014, un mayor volumen de primas intermediadas y mayor importe de comisión. Sin embargo, ambos aspectos muestran una tendencia decreciente en el resto de años. Respecto al análisis de los honorarios, el porcentaje es mayor en corredores de personas físicas, hasta el año 2011. En comparación, con el resto de años de estudio que es mayor para Sociedades de Corredurías de Seguros con un fuerte incremento en el 2012, disminuyendo de forma representativa en el 2013 y sin experimentar cambios en la tendencia en el 2014.

Con todo esto, y con el fin de profundizar de forma más significativa en el estudio de los honorarios. En este trabajo, realizamos un estudio por ramos, de no vida. Así, seleccionados de la muestra, aquellos ramos de no vida que puedan darnos una mayor información a partir de su volumen de contratación. Los datos facilitados en las Tablas 8, 9 y 10 se expresan en media y en porcentaje con de proporcionar una mejor comprensión de los resultados obtenidos a través de estos.

Tabla 7: Comparativa Entre Sociedades de Corredurías de Seguros y Corredores de Personas Físicas

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Panel G Cartera+Nueva Producción							
Número	976	1,020	1,071	1,115	1,287	1,354	1,408
Primas Intermediadas (millones)	8,249.73	7,835.02	7,643.40	6,779.76	6,554.16	5,788.73	5,364.35
Comisiones (millones)	1,033.71	935.21	923.48	857.37	828.52	787.03	764.37
Honorarios (millones)	-30.08	-8.30	-103.42	-42.24	201.09	26.86	18.73
Comisiones+Honorarios (millones)	1,003.64	929.91	820.06	815.13	1,029.62	813.88	783.10
Ratio Comisiones (%)	12.53	11.94	12.08	12.65	12.64	13.60	14.25
Ratios Honorarios (%)	-0.36	-0.11	-1.35	-0.62	3.07	0.46	0.35
Comisiones+Honorarios (%)	12.17	11.83	10.73	12.02	15.71	14.06	14.60

En esta tabla se presenta la muestra para la diferencias entre Sociedades de Corredurías de Seguros y Corredor Persona física, en el periodo (2008-2014). Se desprende de la muestra que la Sociedad de corredurías de Seguros presenta datos muy por encima en volumen de primas intermediadas, comisiones y comisiones + primas. Sin embargo, para los honorarios y hasta el 2012 la diferencia es a favor de los Corredores de Personas Físicas con un cambio de tendencia en el resto de años. Esta situación podría sugerir que las Sociedades de Corredurías aplican mayores honorarios por la pérdida de negocio que experimentan y por la intermediación de riesgos mayores. La tendencia global es de un incremento del 19.97%, hasta el 2014. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

De esta manera, la Tabla 8 presenta para el volumen total de producción y para la nueva producción datos referentes a diversos ramos por primas contratadas, comisiones y honorarios. Así, se observa que para el volumen total de negocio, los mayores importes de comisiones y honorarios no se corresponden con aquellos ramos de no vida con mayor volumen de negocio como Autos (29.40%), Responsabilidad Civil (11.15%) y Multirriesgo Industrial (7.54%), como cabría esperar. Respecto a los ramos con menor volumen estarían Multirriesgo Hogar (4.69%), Asistencia (0.95) y Defensa Jurídica (0.79%).

Tabla 8: Datos procedentes de Corredores Personas Físicas/ Sociedades de Corredurías de Seguros

Ramos	Panel H Media en %				Nueva Producción			
	Primas	Comisión	Honorarios	Total	Primas	Comisión	Honorarios	Total
Enfermedad	2.34	10.13	13.00	23.13	1.26	15.53	0.05	15.58
Autos	29.40	11.13	0.70	11.80	26.43	11.50	1.12	12.62
Responsabilidad Civil G.	11.15	13.15	0.40	13.55	9.08	14.45	3.10	17.55
Defensa Jurídica	0.79	21.40	0.20	21.60	1.86	23.60	0.14	23.74
Asistencia	0.95	16.72	0.07	16.80	1.23	16.47	0.07	16.55
Multirriesgo Hogar	4.69	21.65	0.33	21.29	3.20	20.41	0.37	20.78
Multirriesgo Comercios	1.72	18.88	3.52	22.40	1.16	18.34	0.11	18.44
Multirriesgo Industrial	7.54	11.39	0.43	11.82	4.57	12.42	0.13	12.55
Otros Multirriesgos	3.31	11.38	1.24	12.62	3.78	16.31	1.00	17.31

En esta tabla se describe la muestra procedente de Corredores Personas Físicas/Sociedades de Corredurías de Seguros para el ramo de no vida respecto al volumen total y nueva producción de primas contratadas, comisión y honorarios, desde 2008 hasta 2014. De los ramos de no vida respecto a los honorarios el ramo de enfermedad presenta la mejor retribución que representa el 13.00% y en el caso de nueva producción responsabilidad civil asciendo a un 3.10% de las primas intermediadas. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

En el caso de nueva producción se sigue una dinámica similar. Los resultados obtenidos sugieren que las comisiones son un mayor volumen en nueva producción que en cartera. Sin embargo, los honorarios son mayores en cartera que en nueva producción. En el caso de la suma de comisiones y honorarios, la rentabilidad en promedio es mayor en nueva producción (17.24%) que en cartera (17.22%), siendo que en promedio el negocio intermediado en cartera (6.88%) superior al de nueva producción un (5.84%). Así, en buena lógica existe una mayor facturación por honorarios por que el negocio gestionado es mayor, pero las compañías aseguradoras retribuyen con más comisiones al intermediario de seguros por la captación de nuevo negocio.

En la Tabla 9 presentamos la información referente al Corredor Persona Física para el ramo de no vida. Así, de los datos de la muestra presentan los mayores volúmenes de negocio intermediado dentro del volumen total a los ramos de Autos (49.13%), Multirriesgo Hogar (10.53%) y Multirriesgo Industrial

(6.67%). En este caso, las comisiones son para los ramos de Multirriesgo Hogar (20.18%), Defensa Jurídica (19.85%) y Multirriesgo Comercios (17.19%). Respecto a los Honorarios los mayores porcentajes corresponden a Responsabilidad Civil (0.06%) y Defensa Jurídica y Multirriesgo Industrial al (0.03%). En el caso de Nueva Producción, los mayores volúmenes coinciden con Autos (47.32%), Responsabilidad Civil (6.16%), Multirriesgo Hogar (6.13%). En el caso de comisiones coincide con el volumen total y en honorarios muy similar. Respecto a los honorarios son mayores en promedio en el volumen total de producción (2.44%) respecto a la nueva producción (1.33%). Y cuando analizamos el dato global de comisiones y honorarios es mayor en promedio para nueva producción (15.81%). Y respecto a la nueva producción es de un (15.66%). Por lo que, existe una mejor retribución vía comisiones para el nuevo negocio contratado que respecto par el volumen total de producción. Por último, cuando presentamos los resultados para los honorarios se puede observar que se alcanza una retribución en promedio respecto al volumen total de producción. Los resultados obtenidos en el caso de los honorarios podrían sugerir que se facturar por mayor importe cuando el negocio está más desarrollado y de forma contraria no parece que los honorarios que se facturen sean mayores cuando se estudia el un nuevo negocio contratado.

Tabla 9: Datos procedentes de Corredor Persona Física Por Ramo No Vida

Panel I Media en %		Volumen Total			Nueva Producción			
Ramos	Primas	Comisión	Honorarios	Total	Primas	Comisión	Honorarios	Total
Enfermedad	1.32	13.51	0.02	13.53	0.64	13.47	0.01	13.48
Autos	49.13	11.17	0.02	11.19	47.32	10.34	0.01	10.35
Responsabilidad Civil G.	6.19	15.22	0.06	15.28	6.16	15.49	0.06	15.55
Defensa Jurídica	0.66	19.85	0.03	19.88	0.78	18.09	0.00	18.09
Asistencia	0.25	14.10	0.02	14.12	0.54	15.35	0.00	15.36
Multirriesgo Hogar	10.53	20.18	0.01	20.19	6.13	20.24	0.01	20.25
Multirriesgo Comercios	4.36	17.19	0.02	17.21	2.74	17.51	0.01	17.52
Multirriesgo Industrial	6.67	16.27	0.03	16.30	4.38	16.44	0.01	16.44
Otros Multirriesgos	1.2	13.24	0.01	13.25	1.04	15.27	0.01	15.28

En esta tabla se presenta la muestra procedente de Corredores Personas Físicas para el ramo de no vida respecto al volumen total y nueva producción de primas contratadas, comisión y honorarios, desde el 2008 hasta 2014. Dentro de los ramos de no vida y cuando se trata el apartado de honorarios el ramo Responsabilidad Civil presenta la mejor retribución que representa el 0.06% tanto para el volumen total de producción y nueva producción, seguido de Defensa Jurídica y Multirriesgo industrial. Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

A continuación, la Tabla 10 presenta los datos de la muestra que corresponden a Sociedades de Corredurías de Seguros. Los datos manifiestan un mayor volumen de contratación en los ramos de Autos (30.83%), Responsabilidad Civil (13.28%) y Multirriesgo Hogar (4.90%). En el caso de nueva producción, predomina la intermediación de pólizas en los ramos de Autos (23.71%), Responsabilidad Civil (10.96%) y Multirriesgo Industrial (5.29%). Respecto a las comisiones el ramo de Defensa Jurídica (24.39), Multirriesgo Hogar (23.33%) y Multirriesgo Comercios (19.35%) para el volumen total de negocio. En nueva producción, los ramos de Multirriesgo Hogar, Defensa Jurídica y Asistencia con un (19.02%), (18.08%) y (16.33%) presentan los mayores porcentajes. Y para los honorarios en volumen total el ramo de enfermedad (13.38%), Multirriesgo Comercios (3.90%) y Otros Multirriesgo (1.75%) y, en nueva producción, Autos (1.23%) y Otros Multirriesgos (1.04%) destacan.

De los resultados obtenidos, se desprende que la contratación del nuevo negocio, por las Sociedades de Corredurías, supone menor volumen de comisiones en comparación con el negocio de cartera. Así, cuando se pactan las comisiones, el nuevo negocio tendría que obtener más porcentaje de comisión que la renovación de cartera de acuerdo con el trabajo presentado en el mercado de Estados Unidos de brókers de seguros por Cummins y Donerty (2006).

Tabla 10: Datos procedentes de Sociedades de Corredurías de Seguros por Ramo No Vida

Ramos	Panel J Media en %				Nueva Producción			
	Primas	Volumen Total Comisión	Honorarios	Total	Primas	Comisión	Honorarios	Total
Enfermedad	2.82	8.98	13.38	22.36	1.33	13.01	0.05	13.06
Autos	30.83	11.15	0.73	11.88	23.71	10.08	1.23	11.31
Responsabilidad Civil G.	13.28	12.57	0.37	12.94	10.96	11.92	0.26	12.18
Defensa Jurídica	0.48	24.39	0.18	24.57	1.39	18.08	0.15	18.23
Asistencia	1.08	17.09	0.04	17.13	1.25	14.39	0.04	14.43
Multirriesgo Hogar	4.90	23.33	0.12	23.45	2.74	19.02	0.28	19.30
Multirriesgo Comercios	1.91	19.35	3.90	23.25	1.10	16.33	0.09	16.42
Multirriesgo Industrial	7.16	13.64	0.31	13.95	5.29	11.32	0.12	11.44
Otros Multirriesgos	3.02	12.97	1.75	14.72	3.72	12.67	1.04	13.71

En esta tabla se describe la muestra procedente de Sociedades de Corredurías donde en promedio las primas intermediadas, comisiones, honorarios y total (comisión + honorarios) son mayores en volumen total 7.28%, 15.94%, 2.31%, y 18.25% respectivamente en comparación con los de nueva producción son 5.72%, 14.09%, 0.36% y 14.45%. Lo que indicaría que el negocio de cartera estaría mejor retribuido en términos de promedio que la nueva producción, sugiriendo que se obtiene mayor rentabilidad cuando mayor es vinculación del cliente favoreciendo las ventas cruzadas Fuente: Elaboración propia a partir de Datos Estadísticos Contables de la Dirección General de Seguros y Fondos Pensiones.

Con todo esto, si se realiza una comparativa entre las medias de la Tabla 9 y 10. Se observa, que el volumen total de primas intermediadas y nueva producción es mayor para el corredor persona física en un (1.65%) y (2.03%) respecto a la Sociedad de Correduría de seguros en los ramos analizados. Respecto a las comisiones gestionadas la correduría persona física en volumen total de producción y nueva producción es inferior en un (-0.30%) y superior en un (1.71%). En el caso de honorarios el corredor persona física aplica un (-2.28%) y (-0.35%) menor tanto en volumen total de producción y nuevo negocio respecto a la Sociedad de Correduría de Seguros. Para el indicador de remuneración (comisiones + honorarios) es de un (-2.56%) en volumen total y superior un (1.36%) en nueva producción respecto a la Sociedad Correduría de Seguros.

CONCLUSIONES

Las observaciones que se presentan en este trabajo a partir de los datos procedentes de toda la muestra, sugieren que los honorarios correspondientes a la prestación de servicios por un corredor persona física y Sociedad Correduría de Seguros, tanto para el volumen total de producción como en la nueva producción, manifiestan una relación inversamente proporcional respecto al volumen intermediado y las comisiones percibidas.

Además, cuando se analiza la muestra en función del tipo de mediador. Se observa, que en la actividad de los Corredores Personas Físicas presentan un % de facturación a su clientes por los servicios de asesoramiento prestado en concepto de honorarios sensiblemente inferiores, más acusado en cartera que en nueva producción, en relación a las Sociedades de corredurías de Seguros. Esta situación respondería a la dimensión de la empresa a la que prestan el servicio, más orientado hacia pequeñas empresas en corredores personas físicas. De esta manera, los costes asociados a la búsqueda de información sobre las compañías aseguradoras, sus productos y potenciales clientes requieren más si cabe en los corredores de personas físicas la necesidad de esta actuación vía honorarios con el fin de repercutir parte de sus costes a sus clientes y por otro lado cuando se negocia con el cliente que una parte de la prima de la póliza se repercute en las comisiones del mediador y se acuerda recuperarlo a través de la facturación de sus honorarios.

Respecto a las Sociedades de Corredurías de Seguros, desarrollan programas de seguros para grandes riesgos, que requieren de un estudio del ámbito, la complejidad y la necesidad del cliente y determinan la forma en que se ofrecen los productos y servicios a sus clientes. La planificación del diseño y el desarrollo de un plan de seguros, se producirá cuando la Sociedad de Corredurías de Seguros realice un nuevo plan de seguros único y diferente, para satisfacer las necesidades específicas del Cliente. En la

Planificación, se definirán las etapas del diseño, la revisión y verificación del mismo y el responsable del plan. Los empleados de la Sociedad de Corredurías de Seguros, trabajarán de acuerdo con los procedimientos aprobados. Con todo esto, la situación se presenta diferente para las Sociedades de Corredurías de Seguros que por su mayor dimensión podrían encontrarse en mejor disposición de hacer frente a estos costes, en primer lugar, a través de la financiación interna y externa y, en segundo lugar, en función del volumen de riesgos intermediados que supondrían acordar un mejor cuadro de comisiones con la compañías aseguradoras y, por otro lado, facturarían un mayor volumen de honorarios por los servicios de asesoramiento prestado a sus clientes.

Limitaciones

Dentro de las limitaciones hay que resaltar, por una parte, la información obtenida de la consulta realizada en la base de datos Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Del resultado de la consulta, se observa que no permite tener acceso, por un lado, a las comisiones y honorarios, debido a que en la cuenta de resultados, los ingresos aparecen agregados y, por otro lado, no refleja las primas y comisiones intermediadas por ramos. Por lo que, es necesario para completar esta información, acudir a los informes anuales que sobre el sector emite la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Finalmente, este trabajo contempla futuras líneas de investigación orientadas hacia la ampliación del estudio en el ramo de vida, la justificación de los honorarios facturados según la importancia en la cobertura del riesgo asegurado, el desarrollo del compliance en la política de gestión de programa de seguros dentro de la actividad del mediador de seguros y la comparativa de las primas contratadas en el desarrollo de la actividad de agentes vinculados y banca seguros en relación con las obtenidas por los corredores de seguros personas físicas y Sociedades.

BIBLIOGRAFÍA

Azofra-Pelenzuela, V. & Castrillo-Lara, M.J. y Vallelado, E. (1999) “Marketing channels and agency problems in Spanish Insurance Industry”, Paper provided at the 8th Symposium on Finance, Banking, Insurance Universität Karlsruhe (TH), Germany, December (1999). Retraído el 17 de Junio de 2016, Symposium Universität Karlsruhe Web site:<http://symposium.wiwi.uni-karlsruhe.de/8thabstracts/az-cava.htm>

Cummins, J.D. & Doherty, N.A. (2006) “The economics of insurance intermediaries”, *The Journal of Risk and Insurance*, vol.73 (3), p.359-396.

Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, *Informe Dirección General de Seguros y Fondos de Pensione 2008-2014*. Retraído el 14 de Febrero del 2016, de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones del Ministerio de Economía Web site: www.dgsfp.mineco.es

Eckardt, Martina (2002) “Agent and Broker Intermediaries in Insurance Markets-An Empirical Analysis of Market Outcomes”, *Thünen-Series of Applied Economic Theory working paper*, (34).

Eckardt, Martina (2007). *Insurance Intermediation: An Economic Analysis of the information services market* (Google eBook), Spinger.com, Germany.

Hoffman, A. & Martin, N. (2011) “Information Cost, Broker Compensation and Collusion in Insurance Markets”, *Schmalenbachs Business Review*, vol. 63, p.287-307.

Latorre, M. & Farinós, J. (2015) “Ethical Behaviour and Operating Performance of Insurance Broker Firms”, *Journal of International Business and Economics*, vol. 3 (1), p.44-51

Latorre, Miguel (2015) “Shedding the Light on Insurance Brokers’ Remuneration: the Role of the Fees”, *Opción*, Año 31, No. Especial 2, Diciembre, p.654-676

Latorre, Miguel (2016). *El Proceso de la Gestión de Cobro en una Correduría de Seguros*. Ebook contenidos innovadores dentro de las ciencias aplicadas y naturales. Libro digital (ebook). McGraw S.A. McGraw-Hill / Interamericana de España, p.75-86, Madrid (España).

Ley 26/2006 de 17 de Julio (2006). *Mediación de Seguros y Reaseguros privados*. Retraído el 14 de Febrero del 2016, de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones del Ministerio de Economía Web site: www.dgsfp.mineco.es

Regan, L. & Tennyson, S. (2000). *Insurance distribution systems*. Edionne (ed). Handbook of Insurance, p.709-748. Kluwer. Boston (United States).

Schiller, Jörg (2009). “Matching and Risk Classification in Insurance Markets with Intermediation”. Working Paper. Fakultät Für Betriebswirtschaft Munich School of Management, *Institute for Risk Management and Insurance*, Munich (Germany).

BIOGRAFÍA

Miguel Ángel Latorre Guillem es Doctor en Finanzas Corporativas por la Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir. Director y Profesor del Departamento de Contabilidad, Finanzas y Control de Gestión de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Investigador Principal (IP) del Grupo de Investigación: Finanzas y Seguros. Se puede contactar en el Campus Marqués de Campo, Calle Corona, nº 34, 46003 Valencia (España), Correo electrónico mangel.latorre@ucv.es

REFORMA FISCAL MEXICANA 2014 ESTRATEGIA QUE FOMENTA LA FORMALIDAD EMPRESARIAL, GENERACIÓN DE EMPLEO, FINANCIAMIENTO, CRECIMIENTO Y COMPETITIVIDAD

Leonel Rosiles López, Universidad Autónoma de Baja California
Cruz Elda Macías Terán, Universidad Autónoma de Baja California
Santiago Pérez Alcalá, Universidad Autónoma de Baja California
Julio Cesar León Prieto, Universidad Autónoma de Baja California
Raúl González Núñez, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

Esta investigación aborda el tema de la Reforma Fiscal 2014, como estrategia administrativa adoptada por el poder ejecutivo federal para fomentar la formalidad empresarial, generación de empleo, acceso al financiamiento, el crecimiento y la competitividad empresarial. Durante varias décadas en México, millones de pequeños comerciantes han realizado actividades económicas de manera irregular, sin registrarse al padrón fiscal ni manifestar su inicio de actividades, ingresos, costos, domicilio, trabajadores, mucho menos han pagado impuestos. Como respuesta a esta situación, el gobierno mexicano a partir del año 2014 dio a conocer la reforma fiscal, que incentiva a estos millones de comerciantes a registrarse de manera voluntaria al padrón fiscal, la cual les brinda reducción de impuestos y facilidades administrativas. Esta investigación es de tipo descriptivo documental transversal. La población sujeta a estudio fueron 300 pequeños empresarios de Mexicali, Baja California. La investigación se realizó en leyes, decretos, revistas y artículos de especialistas, además se diseñó y aplicó un cuestionario a comerciantes, para saber si ellos consideran la reforma fiscal una estrategia que ha fomentado la formalidad, empleo, financiamiento, crecimiento y competitividad. La información se procesó mediante estadística descriptiva, los resultados permitieron conocer el efecto de la reforma fiscal y realizar las recomendaciones pertinentes.

PALABRAS CLAVE: Reforma Fiscal, Estrategia Administrativa, Formalidad, Generar Empleos

MEXICAN 2014 STRATEGY THAT PROMOTES BUSINESS FORMALITY, EMPLOYMENT GENERATION, FINANCING, GROWTH AND COMPETITIVENESS

ABSTRACT

This research addresses the issue of Fiscal reform in 2014. We examine an administrative strategy adopted by the Executive federal power to foster business formation, generation of employment, access to financing, growth and business competitiveness. For several decades in Mexico, millions of small business owners have conducted economic activities in an irregular way. They operate without registering to the fiscal register or expressing, revenues, costs, home, workers. They have generally not paid taxes. In response to this situation, the Mexican Government from the year 2014 unveiled a fiscal reform. This reform encourages these merchants to sign up voluntarily to the fiscal register, which gives them a reduction of taxes and administrative facilities. We considered 300 small businesses in Mexicali, Baja California. Research was carried out in laws, decrees, journals and articles by specialists. In addition,

we designed and a questionnaire and applied it to merchants. We wished to know if they consider tax reform strategy, which has fostered formality, employment, funding, growth and competitiveness. The information was processed using descriptive statistics, the results allowed to identify effect of the tax reform and make the relevant recommendations.

JEL: M14, O23, P11

KEYWORDS: Tax Reforms, Administrative Strategy, Formality, Create Employments

INTRODUCCIÓN

Durante décadas en México, los contribuyentes han sido testigos de una infinidad de cambios fiscales en las leyes que establecen la obligación de pagar impuestos. De acuerdo con la constitución mexicana, todos los mexicanos están obligados a contribuir con el pago de impuestos, en el lugar de su residencia, de una manera proporcional y equitativa, con la finalidad de contribuir al gasto público federal, estatal o municipal. Por su parte el Código Fiscal de la Federación (CFF) en su artículo primero establece la obligación a las personas físicas y morales de contribuir al gasto público conforme lo dicten las leyes fiscales del país. En el mismo sentido la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), confirma la obligación de las personas físicas y morales residentes en el país de pagar impuestos, por todos los ingresos que obtengan, con independencia de la ubicación de la fuente de la cual provengan, incluye a los extranjeros la obligación de pagar impuestos por los ingresos que obtengan de una fuente establecida en México.

Uno de los principales retos para cada nueva administración que gobierna el país, es recaudar suficientes recursos financieros para cubrir las necesidades de la población. Si bien, la normatividad mexicana establece la obligación de pagar impuestos a todos los residentes en México, de una manera proporcional y equitativa, el logro de este propósito no ha sido una tarea fácil para los gobernantes. Aun cuando cada administración ha establecido estrategias para alcanzar sus objetivos de recaudación, la informalidad en que millones de mexicanos desarrollan actividades mercantiles, dificulta se alcancen las metas de recaudación. Por consiguiente, a pesar de los esfuerzos del gobierno y de las oficinas recaudadoras, queda pendiente lograr que todos los obligados cumplan con el pago de sus impuestos, de esta manera el reto queda latente para la presente y futuras administraciones que han de coordinar la vida económica del país. El tema de esta investigación es fundamental para la economía mexicana, considerando que las disposiciones de la Reforma Fiscal 2014, aplicables al Régimen de

Incorporación Fiscal (RIF), por su facilidad de operación, sus facilidades administrativas y los altos porcentajes de reducción en el pago de diversas contribuciones como Impuesto Sobre la Renta (ISR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios (IESPyS) e Importe de Cuotas Obrero Patronales al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), estimulan a las personas físicas que realizan actividades empresariales a inscribirse al padrón fiscal, ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) en el RIF. De esta manera, los empresarios que escojan esta opción tendrán diversas facilidades administrativas y financieras para cumplir con sus obligaciones fiscales y pagar sus impuestos, entre las que se encuentran: llevar una relación simple de sus operaciones, ingresar cada mes o cada bimestre a la página de internet del SAT, al programa mis cuentas y registrar de manera simplificada sus ingresos y deducciones; de manera automática el sistema realizará el cálculo del impuesto causado, la reducción del mismo y la cantidad a pagar, también generará el formato de pago que podrá ser cubierto en cualquier banco.

Las actividades empresariales a las que se refiere el régimen de incorporación fiscal son las comerciales e industriales, las de agricultura que se dediquen a la siembra, cultivo, cosecha y primera enajenación, también las de ganadería que se dediquen a la crianza, engorda de ganado y animales en primera

enajenación siempre y cuando no hayan sufrido transformación industrial, además, las de industrias pesqueras que críen, cultiven, fomenten y cuiden la reproducción de toda clase de especies marinas siempre que no hayan sufrido transformación industrial. Las industrias silvícolas que son las de cultivo de los bosques o montes, así como la cría, conservación, restauración, fomento y aprovechamiento de la vegetación, en su primera enajenación siempre que no hayan sufrido transformación industrial.

Los beneficios de pertenecer al RIF son diversos, destacan el poder desarrollarse en la formalidad, poder promocionar y publicar los productos y servicios de la empresa, tener acceso a fuentes de financiamiento bancarias y operativas, transmitir confianza y seguridad a la clientela y obtener prestigio empresarial. Los contribuyentes de este régimen podrán cumplir con la obligación de registrar a sus trabajadores ante el Seguro Social, de esta forma ellos y su familia tendrán derecho a medicinas y servicios médicos cuando sea necesario, además de una pensión, también tendrán acceso a crédito para adquirir una vivienda por parte del Instituto Nacional de Fomento a la Vivienda para los trabajadores (INFONAVIT). Otras prestaciones adicionales a las que tienen acceso contribuyentes del RIF son: Financiamiento a través de la red de intermediarios de Nacional Financiera, S.N.C., por medio del programa especial dirigido a pequeños negocios incorporados a este régimen fiscal, esta institución dará a conocer los términos y condiciones que los contribuyentes deben cumplir para tener acceso a los créditos; también podrán acceder a financiamiento a través del Instituto Nacional del Emprendedor, los recursos que se otorguen tendrán como objetivo fomentar la cultura emprendedora, y deberán destinarse a programas de capacitación administrativa y a la adquisición de tecnologías de la información y comunicaciones.

Además de lo anterior, los contribuyentes del RIF recibirán capacitación fiscal impartida por el SAT, con el fin de fomentar la cultura contributiva y el cumplimiento de obligaciones. Las actividades de capacitación serán las siguientes: Capacitación fiscal a las entidades federativas que se coordinen con la Federación para administrar el RIF, para que a su vez orienten a los contribuyentes ubicados dentro de su territorio respecto de la importancia del pago de contribuciones para la obtención de bienes y servicios públicos, y en materia operativa para que puedan cumplir de manera correcta con sus obligaciones fiscales; conferencias y talleres a instituciones públicas y privadas, así como programas de acompañamiento a las diversas cámaras y agrupaciones, que concentran a contribuyentes que se integren al RIF, con el fin de difundir las herramientas, obligaciones y facilidades para que sus agremiados puedan cumplir con sus obligaciones fiscales; eventos de capacitación colectiva para el público en general y programas de educación fiscal con universidades que impartan materias dirigidas a emprendedores, profesionistas e incubadoras de empresas para su incorporación al RIF.

Entre los grandes beneficios de este régimen se encuentran los estímulos fiscales para disminuir el importe a pagar de los impuestos de ISR, IVA e IESPyS, cuando realicen sus operaciones con el público en general, los cuales se encuentran regulados a través del Artículo Séptimo Transitorio del Decreto que compila diversos beneficios fiscales y establece medidas de simplificación administrativa, publicado en el DOF el 26 de diciembre de 2013; de la misma manera este decreto otorga facilidades para el pago de las cuotas obrero patronales a las personas físicas que tributan en el RIF y a sus trabajadores.

En sí la reforma fiscal es una estrategia administrativa establecida por el Ejecutivo de la Unión, con la finalidad de incorporar al padrón oficial de contribuyentes a quienes se encuentran trabajando en la informalidad; misma que permitirá a las empresas trabajar dentro de un marco legal, desarrollar actividades en un estado de derecho sin limitación legal u operativa alguna, ya que tendrán capacidad legal para realizar toda clase de operaciones con cualquier tipo de empresas, tener acceso a fuentes de financiamiento, y aprovechar los diferentes tipos de crédito que ofrecen programas oficiales, cuya finalidad de los mismos es apoyar el aumento de la productividad de las pequeñas empresas para que éstas puedan generar condiciones que les ayuden a alcanzar un sano crecimiento y lograr su competitividad en el mercado. Como parte

importante la reforma establece la reducción de impuestos, beneficio fiscal que se verá reflejado a corto y mediano plazo en un ahorro económico, hasta por el importe del desembolso dispensado, recursos que podrán ser reinvertidos en la misma operación de la empresa. Como consecuencia de lo anterior la empresa podrá generar flujos de efectivos saludables y con ello condiciones financieras favorables que le permitirán tener un sano crecimiento y ser más competitiva. Al término de la investigación se espera obtener como resultado, la opinión de diferentes autores y especialistas sobre el tema, así como de pequeños empresarios que realizan actividades mercantiles incorporados en el RIF, con la finalidad de tener elementos resultado de sus actividades que permitan contestar a la pregunta, ¿debe considerarse que la reforma fiscal mexicana a través del RIF es una estrategia que fomenta la formalidad empresarial, la generación de empleos, el acceso al financiamiento, el crecimiento económico y la competitividad empresarial?

Este trabajo en su apartado de introducción da a conocer la obligación de todos los residentes en el país de contribuir al gasto público federal, estatal o municipal, a través del pago de impuestos. Se comenta el tema de la recaudación de impuestos como un reto para todos los gobernantes de lograr captar los recursos suficientes para cubrir el gasto público; se aborda el tema de la Reforma Fiscal 2014 como una estrategia de facilidades administrativas y beneficios económicos para los contribuyentes que tributen en el RIF siempre que realicen actividades empresariales; en el apartado de revisión literaria se da a conocer de manera específica los beneficios fiscales que contempla éste régimen, así como la forma en que deben aplicarse los mismos en el transcurso de los años, se analizan la reglamentación que regula el cálculo y pago de impuestos, las principales facilidades administrativas y obligaciones fiscales, también se presentan comentarios de diferentes autores sobre los resultados que este régimen ha logrado como estrategia para fomentar y lograr la formalidad empresarial, la generación de empleo, la obtención de crédito, así como el crecimiento económico y competitividad de las empresas, desde el inicio de su vigencia y hasta la fecha; en el apartado de metodología se describe el tipo de investigación, el método aplicado, la población de estudio, la muestra encuestada, la obtención de la información y el procesamiento y análisis de la misma; en el apartado de resultados se hace una descripción de los resultados obtenidos de la investigación documental y de campo; en la conclusiones se da respuesta a la pregunta de investigación y se hacen las recomendaciones pertinentes.

REVISIÓN LITERARIA

A partir de enero de 2014, entró en vigor la reforma fiscal mandada por el Ejecutivo Federal al Congreso de la Unión para su aprobación, la cual tiene como finalidad combatir la informalidad en la que hoy día trabajan millones de mexicanos, las nuevas disposiciones pretenden sensibilizar y motivar a los empresarios informales, para que tomen conciencia de su responsabilidad, se incorporen a la formalidad empresarial y aprovechen las facilidades administrativas y beneficios fiscales que les ofrece la reforma fiscal a través del RIF. Esta reforma permitirá a los empresarios desarrollar actividades dentro de un marco legal, sus operaciones mercantiles las podrán realizar con cualquier tipo de empresa sin limitaciones, de operatividad, además del respaldo que encuentran al trabajar en la legalidad, al tener la oportunidad de realizar todo tipo de operaciones mercantiles a nivel nacional o de comercio exterior, a convenir todo tipo de contratos con cualquier tipo de proveedor o cliente, a tener acceso a crédito, a seguridad social, así mismo a la reducción de sus impuestos. Las operaciones anteriores les permitirán lograr un flujo de efectivo sano que se reflejará en una mayor productividad, creación de empleos y generación de utilidades, dando como resultado un mayor crecimiento y competitividad en el mercado.

Los contribuyentes del nuevo régimen, podrán disminuir el pago de Impuesto Sobre la Renta (ISR) propio, el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios (IESPyS), así como las cuotas obrero patronal por concepto de seguridad social, por los trabajadores que hayan registrado a sus servicio ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), las presentes

facilidades administrativas y económicas tienen como finalidad, motivar a que se registren en el padrón de causantes millones de comerciantes que realizan operaciones de manera irregular, con la finalidad de contar con un padrón de causantes más apegado a la realidad nacional, e incrementar de manera gradual la recaudación en el país con la participación de los nuevos contribuyentes.

Las personas físicas que estuvieron tributando como pequeños contribuyentes durante 2013 y años anteriores, a partir de 2014 pasarán de manera automática al RIF con todas las ventajas que éste contiene. También podrán solicitar su cambio al nuevo régimen, los contribuyentes que en 2013 estuvieron tributando en el Régimen Intermedio, para ello deberán presentar aviso de cambio de régimen ante las autoridades fiscales. En resumen puede decirse que el RIF pretende concentrar a los contribuyentes del anterior régimen de Pequeños Contribuyentes, así como a los que tributaban en el régimen intermedio, cuyos ingresos del ejercicio fiscal anterior no excedieron de \$ 2,000,000.00 de pesos y a los contribuyentes personas físicas del régimen de actividades empresariales, cuyos ingresos en el ejercicio inmediato anterior no hayan rebasado el límite de ingresos señalado en este párrafo; estos últimos deberán realizar su trámite ante las autoridades fiscales, solicitando su cambio al nuevo régimen fiscal.

De acuerdo con la Tabla 1, los principales trámites que pueden realizar las personas físicas ante la Administración Local de Asistencia al Contribuyente de su localidad al incorporarse al RIF, serán: solicitud de inscripción cuando se registre por primera vez en del padrón fiscal, cambio de domicilio fiscal cuando ya se encuentra registrado y en adelante realizará actividades en un domicilio distinto al que manifestó cuando se inscribió, actualización y cambios de obligaciones fiscales cuando deje de realizar alguna actividad o realice otras adicionales a las que venía realizando, suspensión o reanudación de actividades cuando se deje de realizar actividades durante cierto periodo o cuando se dejó de operar y se desea volver a reanudar, apertura o cierre de establecimiento cuando se quiere abrir una sucursal o si se tienen sucursales y se desea cerrar alguna de ellas, obtención de contraseña cuando se solicita a la autoridad fiscal la clave y contraseña para tener acceso a la página del SAT, obtención de la e-firma electrónica cuando se solicita a la autoridad archivos electrónicos de identificación personal para firmar de manera electrónica toda clase de trámites, solicitudes y declaraciones fiscales. Los documentos o requisitos que deben presentarse varían según el trámite, los más comunes son: acta de nacimiento, identificación oficial, comprobante de domicilio y Cuenta Única del Registro de Población.

Tabla 1: Principales Trámites Que Podrán Realizarse Ante la Administración Local de Asistencia al Contribuyente

No.	Tipo de Trámite	Requisitos
1	Solicitud de inscripción al RFC	Acta de nacimiento, Cuenta única de registro de población (CURP), identificación oficial, comprobante de domicilio.
2	Cambio de domicilio fiscal	Identificación oficial y comprobante del nuevo domicilio fiscal actualizado, (antigüedad no mayor a tres meses).
3	Actualización y cambios de obligaciones fiscales	Identificación oficial.
4	Suspensión o reanudación de actividades	Identificación oficial, y tener pagados sus impuestos hasta el ejercicio inmediato anterior.
5	Apertura y cierre de establecimiento	Identificación oficial, comprobante del domicilio fiscal actualizado.
6	Obtención de la contraseña	Identificación oficial, acta de nacimiento, comprobante de domicilio.
7	Obtención de la e-firma electrónica	Identificación oficial, acta de nacimiento, comprobante de domicilio, dispositivo de memoria electrónica.

La tabla 1, presenta los principales trámites que podrán realizar los contribuyentes en el Régimen de Incorporación Fiscal.

Los beneficios fiscales de acuerdo con la LISR (2014), para microempresarios del RIF, consisten en aplicar una reducción al monto de su impuesto causado, hasta en un 100% de los mismos durante el primer año de operaciones, por consiguiente, no pagará nada en el primer año; de igual manera podrán disminuir el 90% en el segundo año y pagar solo el 10%; en el tercer año de operar en este régimen disminuirán el 80%, por lo que pagará solo el 20%; en los siguientes años seguirá disminuyendo la

reducción en un 10% cada año, en consecuencia cada año se incrementará el porcentaje de impuesto que debe pagar, hasta el décimo año en que deberá transitar al régimen general de actividades empresariales. No obstante lo establecido en la LISR 2014, durante 2015 los contribuyentes del RIF, seguirán gozando de una disminución del 100% del subsidio al igual que en 2014, gracias al Decreto de fecha 9 de septiembre de 2014 del ejecutivo federal, a través del cual y en apoyo del microempresario que realiza operaciones con el público en general, amplía también para 2015, la reducción de los impuestos causados al 100%. De acuerdo con el artículo 111 de la LISR (2014), los contribuyentes del RIF determinarán sus pagos provisionales de ISR de manera bimestral, mismos que deberán presentar a través de los programas electrónicos que el SAT ponga a disposición del contribuyente para estos fines, el impuesto deberá ser pagado a más tardar el día 17 de mes posterior al del bimestre que se calcule.

El mismo artículo 111 de la LISR (2014) en su fracción V, da a conocer las principales facilidades y beneficios que tienen los contribuyentes que realicen operaciones con el público en general y que se incorporen a éste régimen, entre la que se encuentran: reducción del 100% del impuesto durante el primer año (incluye ISR, IVA e IEPyS), salvo que emitan facturas desglosando impuestos (IVA e IEPyS). El impuesto se disminuirá gradualmente hasta por 10 años. Expedirán comprobantes de venta en forma simplificada por las ventas que realice al público en general. Las retenciones realizadas a sus trabajadores sí deben ser pagadas a la autoridad. Presentan declaraciones bimestrales durante los meses de: (marzo, mayo, julio, septiembre, noviembre y enero del siguiente año). De acuerdo con el artículo 112 de la LISR (2014), las obligaciones de los contribuyentes serán, inscribirse en el RFC, solicitar y conservar comprobantes fiscales de sus gastos, expedir notas de venta, registrar sus operaciones en el sistema de registro fiscal “mis cuentas”, entregar a sus clientes comprobantes fiscales por las operaciones que realicen, los cuales podrá expedir a través del sistema registro fiscal “mis cuentas”, emitir comprobante fiscal por las remuneraciones que efectúen por sueldos y salarios y las retenciones de contribuciones que realicen, el pago de nómina podrá generarse en la opción de “generar factura”, con tipo de comprobante “gasto” y el RFC del empleado.

Por otra parte la Resolución Miscelánea Fiscal (2014) en su numeral 1.3.12.5. Dispone que los Contribuyentes, podrán calcular y enterar el pago mediante un programa electrónico pre llenado con la información que proporcione, además no estarán obligados a la presentación de la declaración con información de las operaciones con sus proveedores en el bimestre inmediato anterior, siempre y cuando utilicen el sistema de registro fiscal “Mis Cuentas”. Además no estarán obligados a presentar declaración anual ni declaraciones informativas, salvo la de retenciones de salarios. Por las declaraciones que envíe el contribuyente, obtendrá recibo electrónico como comprobante del cumplimiento de sus obligaciones.

La misma resolución miscelánea establece en su numeral 1.3.12.6 como facilidad administrativa que los contribuyentes del RIF podrán pagar en efectivo el gasto de gasolina cuando este sea por un importe menor de 2,000.00, siempre que la erogación se realice en vehículos utilizados en la actividad empresarial. La Tabla 2 muestra las actividades y porcentajes establecidas en el Decreto por el que se otorgan beneficios fiscales a quienes tributen en el RIF, publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 10 de septiembre de 2014, el cual establece en su artículo primero, numeral 1 que dichos contribuyentes si realizan operaciones con el público en general, podrán optar por pagar el IVA, aplicando a los ingresos que obtengan, en lugar de la tasa del 16%, los siguientes porcentajes: quienes realicen actividades de minería aplicarán 8%, manufacturas y construcción 6%, comercio 2%, servicios 8% y venta de alimentos y bebidas 0%.

Tabla 2: Porcentajes Para Determinar el IVA a Pagar

Descripción	Porcentaje
Minería	8.0
Manufacturas y construcción	6.0
Comercio	2.0
Prestación de servicios (incluye restaurantes, fondas, bares y demás negocios similares)	8.0
Negocios dedicados únicamente a la venta de alimentos y bebidas	0.0

La tabla 2, muestra las diferentes actividades y la tasa de IVA que por ellas deben pagar los contribuyentes del RIF, en sustitución del procedimiento establecido en la ley, misma que contempla la tasa general del 16%.

Además del beneficio anterior, consistente en la aplicación de porcentajes reducidos para efectos de IVA; la Tabla 3 muestra otro beneficio adicional que otorga el propio decreto en su artículo primero, numeral II a los contribuyentes del RIF para reducir el IESPyS, al establecer que los contribuyentes pagarán sobre los ingresos cobrados los siguientes porcentajes: en la comercialización de alimentos no básicos de alta densidad calorífica 1%, en la fabricación de alimentos no básicos de alta densidad calorífica 3%, por comercializar bebidas alcohólicas 10%, por la fabricación de bebidas alcohólicas 21%, por la fabricación de bebidas saborizadas 4%, por la fabricación de cerveza 10%, por comercializar plaguicidas 1%, por la fabricación de puros y otros tabacos hechos a mano 23% y por la fabricación de tabacos en general 120 %.

Tabla 3: Porcentajes Para Determinar el IESPyS

Descripción	Porcentaje
Por comercializar alimentos no básicos de alta densidad calorífica	1.0
Por la fabricación de alimentos no básicos de alta densidad calorífica	3.0
Por comercializar bebidas alcohólicas	10.0
Por la fabricación de bebidas alcohólicas	21.0
Por la fabricación de bebidas saborizadas	4.0
Por la fabricación de cerveza	10.0
Por comercializar plaguicidas	1.0
Por la fabricación de puros y otros tabacos hechos enteramente a mano	23.0
Por la fabricación de tabacos en general	120.0

La tabla 3, muestra las diferentes actividades y las tasas que por ellas deben pagar los contribuyentes sujetos al IESPyS que tributan en el RIF.

El numeral IV del artículo primero del mismo decreto establece que el pago de los impuestos a que se refiere el numeral I y II anteriores será bimestral. El artículo segundo del decreto en comento, establece el estímulo fiscal que podrán aplicar los contribuyentes que realicen operaciones con el público en general, para el pago de los impuestos a que se refieren el numeral I y II (IVA e IESPyS), los cuales podrán ser reducidos por contribuyentes del RIF. La Tabla 4 muestra la secuencia de reducción de impuestos de acuerdo con el segundo decreto de estímulo fiscal, que establece, los contribuyentes inscritos en el RIF durante el primer año de actividades, por cada 100 pesos de impuesto causado, aplicarán la reducción del 100% y la cantidad a pagar será cero pesos; en el segundo año de actividades, por cada 100 pesos de impuesto causado aplicarán la reducción del 90% y el pago a realizar será de diez pesos; en el tercer año de actividades por cada 100 pesos de impuesto causado, aplicará la reducción del 80% y el pago a realizar será de \$ 20.00; en el cuarto año de operaciones por el mismo importe de impuesto, aplicará la reducción del 70% y la cantidad a pagar será de \$ 30.00; así sucesivamente el pago del impuesto se irá incrementando en un 10% cada año, hasta llegar en el décimo año en el cual la reducción sólo será del 10%, por consiguiente deberá pagarse el 90% del impuesto causado, dando como resultado que de cien pesos de impuesto deberán pagarse \$ 90.00 pesos.

Tabla 4: Porcentaje de Reducción de Impuesto Para IVA E IESPyS

Años	Porcentaje de Reducción (%)	Porcentaje de Impuesto a Pagar (%)
1	100	0
2	90	10
3	80	20
4	70	30
5	60	40
6	50	50
7	40	60
8	30	70
9	20	80
10	10	90

La tabla 4 muestra el porcentaje de reducción que pueden aplicar los contribuyentes que realicen operaciones con el público en general, de acuerdo al número de años que tenga el contribuyente tributando en el RIF.

De acuerdo con el último párrafo del artículo 111 de la LISR, los contribuyentes incorporados al RIF al término de 10 años deberán emigrar al Régimen de Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales, conforme a la Sección I del Capítulo II del Título IV de la LISR. Aunado a los porcentajes de reducción de impuestos comentados con anterioridad, el decreto a que hacen referencia los párrafos anteriores, establece que los contribuyentes del mencionado RIF, cuyos ingresos en el ejercicio inmediato anterior no hayan excedido la cantidad de \$ 100,000 pesos, durante cada uno de los años en que tributen en el régimen mencionado y no excedan la cantidad anterior, el porcentaje de reducción de impuesto aplicable para IVA e IESPyS será de 100%.

Con fecha 11 de marzo de 2015 se establece el decreto (2015), por el que se amplían los beneficios fiscales a los contribuyentes del RIF, respecto del ISR, IVA e IESPS, que durante 2014 tuvieron una reducción del 100% en dichos impuestos y que para el segundo año les correspondería una disminución del 90 %; el ejecutivo de la unión con el ánimo impulsar la incorporación de los pequeños negocios a éste régimen, fomentar la formalidad y fortalecer el crecimiento empresarial, así como la facilidad en la determinación y pago de los impuestos, considera oportuno también durante 2015 en lugar del 90% de reducción que corresponde al segundo año de actividades, aplicar de nuevo el 100% de reducción del impuesto durante el segundo año de tributación en el RIF; por consiguiente, a partir del tercer año se aplicarán los descuentos establecidos con anterioridad.

En adición a lo anterior, en el decreto del 11 de marzo de 2015, expone el Ejecutivo de la Unión que con el ánimo de ampliar el acceso a la seguridad social que permita una vida digna para las familias mexicanas, se establece un descuento del 50% aplicable durante 2015 en el pago de las cuotas obrero patronales, a los dueños de los negocios participantes incorporados al RIF y por sus trabajadores, descuento que se extenderá durante 2016. A partir de 2017 la reducción será del 40% y se reducirá en 10 puntos porcentuales por cada dos años que el contribuyente cumpla en el RIF. En el mismo tenor, la Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2016 (LIF, 2016), dando apoyo y mayores facilidades a los contribuyentes del RIF, establece que los empresarios registrados en éste régimen que realicen operaciones con el público en general, cuyos ingresos en el ejercicio fiscal inmediato anterior por su actividad empresarial no hayan excedido de \$ 300,000, durante cada uno de los años en que continúen tributando en el mismo y sus ingresos no excedan el importe anterior, el porcentaje aplicable de deducción de impuestos para IVA, e IESPyS será del 100%.

Estrategia Para Fomentar la Formalidad Empresarial

En su comentario Gómez, (2015), sostiene que el RIF fue establecido para promover la formalidad de los contribuyentes personas físicas, dirigido de manera principal para que aquellos que han operado en la informalidad regularicen su situación fiscal. De esta forma se incrementará de manera sostenida y a largo plazo la capacidad de crecimiento de la economía mexicana, al incorporar a un mayor número de

contribuyentes consientes de la importancia de cumplir con sus obligaciones fiscales. En cuanto a la formalidad, comenta Kaplan, en Luna (2015), el programa RIF establecido por el SAT para incorporar a la economía formal a los pequeños negocios, ha logrado incorporar 4.42 millones de causantes a junio de 2015, entre los que se encuentran los pertenecientes al régimen anterior y los que han decidido adherirse a la formalidad, para tener acceso a servicios que ofrece el IMSS y a los diversos incentivos fiscales, menciona que para él el programa RIF puede considerarse exitoso al haber disminuido la informalidad e incorporar más de cuatro millones de contribuyentes.

Por su parte, Contreras y Ramírez (2015, mayo) del CEFP en el renglón de fomento e incremento de la formalidad empresarial, comentan que el padrón del Régimen de Pequeños Contribuyentes (REPECOS) a diciembre 2013 estaba conformado por 3,886,294 de causantes, cifra que se incrementó al término del primer trimestre de 2015 en el nuevo Régimen de Incorporación Fiscal a 4,356,478, importes que demuestran que un total de 470,184 nuevos contribuyentes se incorporaron a la formalidad, esto significa un incremento del 12.09% de incremento en la base de contribuyentes a partir de enero 2014 inicio de vigencia del régimen a la fecha de la presente publicación (mayo 2015), en un promedio de 31,346 nuevos registros por mes, mismos que ya están hoy gozando de los beneficios que otorga este nuevo régimen. En complemento a lo anterior, la Gaceta (2015, julio) de la Cámara de Diputados publicó que a julio de ese año se tenían registrados 4.4 millones de contribuyentes en el RIF, de los cuales 1.1 millones son nuevos en el régimen y no pertenecían al de Pequeños Contribuyentes; a esa fecha los contribuyentes de ese nuevo régimen habían presentado más de 16.2 millones de declaraciones y emitido más de 100 millones de facturas electrónicas.

Estrategia Para el Fomento de la Generación de Empleo Formal

En cuanto a la generación de empleos, según los comentarios de Casilla (2014), la reforma fiscal establecida tendrá beneficios positivos a mediano plazo para la economía mexicana, entre ellos, atraerá la inversión y generación de empleos que serán detonados por la reforma energética, otro beneficio será la disminución de la tasa de interés, lo cual repercutirá en la disminución de los costos de financiamiento. Por otro lado y de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo para México (2013-2018), Como parte de las reformas estructurales consideradas se proyecta una generación adicional de empleos formales de 300 mil por año, superando en su totalidad el millón de plazas anuales. En su reporte Mejía (2014, mayo) del CEFP, con información de la LXII Legislatura de la Cámara de Diputados, en su informe sobre la situación económica al primer trimestre de 2014, da a conocer que el número de trabajadores afiliados al IMSS al 31 de marzo del mismo año fueron 16,577,136 la cifra anterior muestra que durante este primer trimestre de 2014 se crearon 221,585 plazas, cifra mayor al mismo periodo de 2013 que fue de 32,562 nuevos empleos. En estudio posterior Contreras (2015, septiembre) del mismo CEFP da a conocer que a julio de 2015, el número de trabajadores afiliados a ese mes ascendió a 17,090,750 trabajadores, cantidad que representa un incremento de 737,605 nuevos empleos respecto del mes de julio 2014, cifra que equivale a un crecimiento anual de 4.38 por ciento.

Reforzando la información anterior el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2016), (INEGI), en su encuesta nacional de empleo dio a conocer que durante el cuarto trimestre (octubre-diciembre) de 2015, la Población Económicamente Activa (PEA) del país se ubicó en 53.8 millones de personas, cifra que corresponde al 60.4% de la población de 15 años o más, la cual es mayor en 1.7 millones de personas ocupadas con relación al cuarto trimestre de 2014. Como complemento a lo antes expuesto, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) dio a conocer información obtenida del INEGI (2016), que el salario promedio registrado durante febrero de 2016 por los trabajadores ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), fue en promedio \$ 317.68 pesos diarios, cantidad que resulta mayor en un 3.8% al sueldo promedio registrado en el mismo mes de 2015, de esta forma el sueldo promedio de los trabajadores evoluciona de manera favorable en México.

Estrategia Para el Fomento de Fuentes de Financiamiento

De acuerdo con el Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo (2013-2018) publicado en el Diario Oficial de la Federación el día 16 de diciembre de 2013, se tiene como política democratizar el acceso al financiamiento para aquellos proyectos que tengan potencial de crecimiento. Este programa prevé un mayor ahorro financiero interno que será fuente principal para financiar al sector privado. Entre sus objetivos se encuentran fomentar la inclusión, competencia y transparencia de los sistemas financieros y ampliar el crédito de la banca de desarrollo para facilitar el acceso al financiamiento a los sectores estratégicos, aumentado la participación del sector privado. De esta manera la reforma financiera prevé apoyar a familias y empresas mediante la otorgación de mayor crédito para que puedan materializar proyectos productivos.

El gobierno de la República a través de Nacional Financiera (2008) “Banca de Desarrollo”, ha puesto en marcha diferentes programas de financiamiento en apoyo a programas empresariales, entre los que destacan: Financiamiento para modernización tecnológica, Crédito PyME, Crédito joven, Crédito para crecer juntos (RIF), Proyectos sustentables, Cadenas productivas, Garantías, Taxi extra, Financiamiento a la industria de la construcción, Mujer PyME, Crédito productivo, Financiamiento universitario Nafinsa, Cuero y calzado, Programa microcrédito, Financiamiento de contratos, Financiamiento al hombre camión, Programa de desarrolladora de software, Eco crédito empresarial, Midas, Garantías sobre fianzas, Financiamiento para distribuidores automotrices y Emergente de apoyo en desastres naturales. Entre los objetivos de estos programas se tiene: Facilitar el acceso al crédito, ofertar diversos productos para financiar necesidades de capital de trabajo, para comprar tecnología y equipamiento, brindar apoyo y asesoría financiera, con atención permanente y personal.

En el mismo sentido, con fecha 24 de diciembre de 2014 se publicaron las Reglas de Operación del Fondo Nacional del Emprendedor para el ejercicio fiscal 2015, en el Diario Oficial de la Federación, esta institución pone recursos a disposición de quienes inician un nuevo negocio, con la finalidad de fomentar y apoyar la cultura emprendedora, recursos que el contribuyente podrá adquirir, previo cumplimiento de los términos y condiciones requeridos. También se cuenta con el programa mujeres PYME, el cual permite el acceso al financiamiento preferencial en apoyo al desarrollo y consolidación de las micros y pequeñas empresas creadas y administradas por mujeres.

Estrategia Para el Fomento del Crecimiento Económico y Competitividad

En el mismo sentido Fitch Ratings comenta a través de sus analistas Rodríguez y Moreno (2014), la reforma fiscal tendrá efectos positivos en el área de telecomunicaciones a partir del segundo semestre de 2014, al aumentar su nivel de competencia; las reformas fiscales aprobadas pretenden atender las debilidades estructurales que han limitado el crecimiento económico de México, al tener como objetivo impulsar la generación de empleos y disminuir los niveles de pobreza; de igual forma las finanzas tendrán una mayor intermediación bancaria a mediano a mediano y largo plazo, impulsando el crecimiento económico a través del aumento de créditos por el sector financiero y la banca de desarrollo; a la vez las empresas de acuerdo con la reforma laboral, verán mejorada su competitividad al tener la posibilidad de contratar y reemplazar con mayor facilidad a sus trabajadores, a través de la subcontratación y transparencias sindical, entre otros.

En su participación Contreras y Ramírez (2015, mayo) del CEFP, realizan una evaluación de los resultados obtenidos por el RIF, respecto de los ingresos que éste programa ha generado, con relación al desaparecido Régimen de Pequeños Contribuyentes (REPECOS), comentan que de acuerdo a datos publicados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), éste último régimen durante el primer trimestre de 2013 generó ingresos por \$ 897 millones de pesos, mientras que la recaudación en el nuevo régimen (RIF), durante el primer trimestre de 2015 alcanzó la cifra de \$ 1,191 millones de pesos,

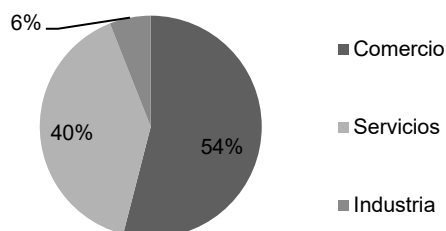
cantidad mayor en un 23.7% más en términos reales, con relación a los captados durante el mismo periodo de 2013. Por su parte el periódico El Financiero (2016, Enero), da a conocer información obtenida del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), a través de la cual informa que la economía de México creció 2.5 por ciento durante el año 2015, crecimiento mayor al del año 2014 que fue de 2.3 por ciento y también superior al obtenido durante 2013 que se ubicó en 1.3 por ciento, según datos oficiales sobre el comportamiento de la economía nacional.

En su reporte Sáenz, C. (2016) de MVS noticias, informa que de acuerdo con Luis Madrazo Lajous, titular de la Unidad de Planeación Económica de la SHCP, durante el primer trimestre de 2016 la recaudación tributaria creció 6.1%, recursos permitieron amortiguar la caída del 24.3% de los ingresos petroleros en el mismo periodo, indicador que muestra que la economía mexicana mantiene su dinamismo. Como puede apreciarse en este apartado, con la finalidad de incentivar la legalidad entre los grupos de comerciantes informales, las autoridades mexicanas establecieron el RIF, mismo que contiene diversas ventajas, facilidades e incentivos fiscales en diversos impuestos y contribuciones, con la finalidad de incorporar al mayor número posible de personas al padrón de contribuyentes.

METODOLOGÍA

El presente estudio es cuantitativo, de tipo descriptivo documental, explicativo y transversal; para su desarrollo se consultó información sobre el RIF en la LISR 2014, 2015 y 2016, la resolución miscelánea fiscal 2014, así como decretos emitidos por el ejecutivo federal durante 2014 y 2015. La población de estudio fueron los pequeños empresarios de la ciudad de Mexicali, Baja California, de los cuales se tomó una muestra aleatoria de 300 de ellos, quienes participaron voluntariamente. La figura 1 muestra que del total de la muestra de empresarios el 54% de ellos se dedican a realizar actividades mercantiles, un 40% se dedica a la prestación de servicios y el 6% restante se dedican a la industria.

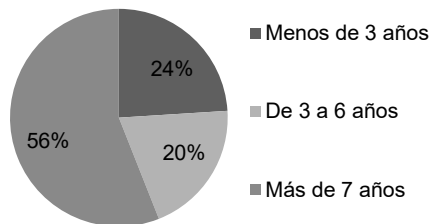
Figura 1: Giro o Actividad de la Empresa



La Figura 1 presenta la forma en que está constituida la muestra de estudio en esta investigación, donde el 54% se dedican al comercio, 40% prestan servicios y los 6% restantes son industriales.

En el mismo sentido la Figura 2 da a conocer que de los 300 empresarios que componen la muestra de estudio, el 56% tienen más de 7 años de antigüedad en el mercado, un 20% tiene entre tres y seis años y el 24% restante tiene menos de 3 años.

Figura 2: Antigüedad en el Mercado



La figura 2 muestra la antigüedad en el mercado de las empresas que forman parte de la muestra de este estudio.

En la Tabla 5 se llevó a cabo la operacionalización de la variable de investigación, sus dimensiones e indicadores, vinculadas con la técnica aplicada y las fuentes utilizadas en el desarrollo de este estudio. Para el desarrollo de este estudio se llevó a cabo una minuciosa investigación documental en leyes fiscales, revistas especializadas del área fiscal, decretos del ejecutivo federal, artículos de diversas fuentes de información y difusión, oficiales y públicas, a través de los cuales se pudo conocer el comportamiento y los resultados parciales derivados de la aplicación de la reforma fiscal, vista como una medida administrativa cuyo objetivo es promover la formalidad empresarial (ampliar la base de contribuyentes), la creación de empleo, el financiamiento, el crecimiento económico y la competitividad del país; las cifras que se presentan hacen referencia a algunos resultados de enero 2014 a marzo de 2016.

Se elaboró un instrumento para recabar información integrado por 30 preguntas, el cual fue aplicado a los participantes para conocer su punto de vista, sobre la importancia de la reforma fiscal como estrategia que fomenta la formalidad empresarial, empleo, financiamiento, crecimiento y competitividad; mismo que fue analizado en su confiabilidad a través del coeficiente de medición Alfa de Cronbach, obteniendo como resultado .934 con lo cual se tiene la certeza de la consistencia interna en la medición de realizada. La aplicación del cuestionario se realizó de manera directa en las empresas de los participantes, previa cita en la cual se acordó el día y la hora. La información recabada fue organizada y procesada a través de estadística descriptiva, los resultados permitieron conocer la opinión de los contribuyentes incorporados al RIF, respecto del funcionamiento del régimen como estrategia administrativa, mismos que servirán de base para poder realizar las conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

Tabla 5: Operacionalización de la Variable de Investigación

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica Aplicada	Fuentes Consultadas		
Importancia de la reforma fiscal mexicana 2014 como estrategia administrativa que fomenta la formalidad, empleo, crédito, crecimiento y competitividad empresarial	Formalidad	1.-Hacienda le ha dado a conocer sus derechos constitucionales?	Encuesta y revisión documental	Primaria Micro empresarios	secundaria Leyes, decretos y artículos	
		2.-Hacienda le ha informado que debe pagar impuestos?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		3.-Hacienda le ha invitado a registrar su empresa?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		4.-Hacienda le ha orientado para registrar su empresa?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		5.-Hacienda le ha asesorado para pagar sus impuestos?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		6.-Hacienda le ha otorgado subsidio para pagar menos impuesto?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		7.- La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de administración?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		8.- La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de compras?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		9.- La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de producción?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
	Empleo	10.- La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de ventas?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		11.- La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de distribución?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		12.- Considera que la formalidad le llevará a necesitar personal en un futuro próximo?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		13.- La formalidad le ha servido para obtener crédito bancario?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		14.-La formalidad le ha servido para obtener crédito de algún programa de gobierno?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
	Crédito	15.- Ha acudido a la Secretaría de Economía a solicitar un crédito?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		16.- Ha solicitado el crédito PyME	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		17.- Ha solicitado el crédito de financiamiento al microempresario (PRONAFIM)?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		18.- Ha solicitado el crédito para emprendedores (INADEM)?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
	Crecimiento	19.- La formalidad le ha ayudado a tener mejores proveedores?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		20.- La formalidad le ha ayudado a aumentar su número de clientes?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		21.- La formalidad le ha ayudado a aumentar su ventas?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		22.-La formalidad le ha ayudado a comprar tecnología para su empresa?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		23.- La formalidad le ha ayudado a aumentar sus utilidades?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		24.- La formalidad le ha ayudado al crecimiento de su empresa?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		25.- La formalidad le ha ayudado a que su empresa sea más reconocida?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		26.- La formalidad le ha ayudado a vender productos de mayor calidad?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		27.- La formalidad le ha ayudado a ser empresa líder en su ramo?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos	
		Competitividad	28.- La formalidad le ha ayudado a obtener el reconocimiento de los clientes?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos
			29.- La formalidad le ha ayudado a duplicar sus ventas?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos
			30.- La formalidad le ha ayudado a obtener altas utilidades?	Encuesta y revisión documental	Micro empresarios	Leyes, decretos y artículos

La tabla 5 muestra la operacionalización de la variable de investigación, sus dimensiones, indicadores, técnica aplicada y fuentes consultadas.

RESULTADOS

Las aportaciones específicas de este estudio consisten en dar a conocer las opiniones sobre el tema de diferentes investigadores, especialistas, economistas, dependencias oficiales de gobierno y empresarios, mismas que dan respuesta a la pregunta, ¿debe considerarse que la reforma fiscal mexicana a través del RIF es una estrategia que fomenta la formalidad empresarial, la generación de empleos, el acceso al financiamiento, el crecimiento económico y la competitividad empresarial? En este sentido en la investigación documental, se encontró respecto de la reforma fiscal como estrategia para la formalidad, que de acuerdo con Gómez (2015) el RIF promueve la formalidad en los contribuyentes, lo cual se verá reflejado en un incremento sostenido y a largo plazo de la capacidad de la economía mexicana; en el mismo sentido comenta Kaplan en Luna (2015) que el programa RIF ha logrado incorporar 4.42 millones de causantes a junio de 2015, por esa razón lo considera exitoso al lograr disminuir la informalidad y aumentar el padrón de causantes; por su parte los investigadores Contreras y Ramírez (2015) del CEFP informan que de diciembre 2013 a al primer trimestre de 2015, la base de contribuyentes en el país se incrementó en un total de 470,184 nuevos causantes que se incorporaron a la formalidad, cifra que representa un promedio de 31,346 por mes; Así mismo la Gaceta (2015, julio) de la cámara de diputados informa que a esa fecha, se tenían registrados en el RIF 4.4 millones de causantes, de los cuales 1.1 millones son nuevos y no pertenecían al anterior régimen de pequeños contribuyentes.

Por otra parte al considerar la reforma fiscal como estrategia para fomentar el empleo, se encontraron artículos como el de Casilla (2014), quien comenta que la reforma fiscal tendrá beneficios positivos para la economía mexicana a mediano plazo, al atraer la inversión y generar empleos como resultado de la reforma energética, así como la disminución de la tasa de interés y de los costos de financiamiento; en el mismo sentido Mejía (2014) del CEFP, da a conocer que según las cifras del IMSS, en el primer trimestre 2014 el número de trabajadores afiliados fue de 16,577,136 esta cifra muestra que se crearon 221,585 plazas en el periodo, cantidad mayor a la cifra en el mismo periodo de 2013 en el cual se generaron 32,562 nuevos empleos; de igual manera Contreras (2015, septiembre) del mismo CEFP da a conocer que a julio de 2015 los trabajadores afiliados al IMSS fueron 17,090,750 cantidad mayor en 735,605 al mismo mes del año anterior, cifra que representa un crecimiento anual en la generación de empleos de 4.38 por ciento; aunado a lo anterior el INEGI como resultado de la encuesta nacional de empleo dio a conocer que al cuarto trimestre de 2015 la PEA del país se ubicó en 53.8 millones de personas cifra mayor en 1.7 millones más de personas ocupadas con relación al mismo periodo de 2014; También la Secretaría del Trabajo y Previsión Social informó con cifras del INEGI que el salario promedio registrado a febrero de 2016 ante el IMSS fue de \$ 317.68 importe que resulta mayor en un 3.8% al sueldo promedio registrado en el mismo mes de 2015.

En cuanto a la reforma fiscal como estrategia para el fomento del financiamiento, el Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo (2013-2018) publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 16 de diciembre de 2013, prevé un mayor ahorro financiero como fuente principal para financiar al sector privado, fomentar la inclusión, competencia y transparencia de los sistemas financieros y ampliar el crédito de la banca de desarrollo y facilitar el acceso al financiamiento a los sectores estratégicos; el Gobierno de la República a través de Nacional Financiera “Banca de Desarrollo” ha puesto a disposición de los diferentes sectores y núcleos económicos más de una veintena de programas que ofrecen acceso al financiamiento, como apoyo para la adquisición de equipo y tecnología para aumentar el crecimiento de la productividad; con la finalidad de fomentar y apoyar la cultura emprendedora, con fecha 24 de diciembre de 2014 se publicaron las Reglas de Operación del Fondo Nacional del Emprendedor para el ejercicio fiscal 2015, en el Diario Oficial de la Federación, esta institución pone recursos a disposición de quienes inician un nuevo negocio; también se tiene en operación el programa mujeres PYME con acceso al financiamiento preferencial a mujeres que crean y administran su propia empresa.

Entre los indicadores que muestran el desempeño de la reforma fiscal como estrategia que fomenta el crecimiento y la competitividad, se encontraron diversas opiniones, entre ellas Fitch Ratings comenta a través de sus analistas Rodríguez y Moreno (2014) que ésta tendrá efectos positivos que le permitirán aumentar su nivel de competencia al atender niveles estructurales que se verán reflejados en mayor empleo, disminución de la pobreza, mayor intermediación bancaria con aumento de créditos, así como mayor competitividad derivada de los cambios en la reforma laboral; por su parte Contreras y Ramírez (2015, mayo) del CEFP, realizan una evaluación de los resultados obtenidos por el RIF en comparación con el REPECOS respecto de ingresos generados, donde encontraron que de acuerdo con las cifras publicadas por la SHCP, durante el primer trimestre de 2015 el RIF captó un 23.7% más en términos reales, en comparación con los generados por el REPECOS durante el mismo periodo en 2013; en información publicada por El Financiero (2016, Enero) informa con cifras del INEGI que la economía de México creció 2.5% durante el año 2015, mayor a 2014 que fue de 2.3% y mayor a 2013 que fue de 1.3% resultados de acuerdo con la cifras oficiales; aunado a lo anterior Sáenz, C. (2016) de MVS noticias, da a conocer que de acuerdo con Luis Madrazo Lajous, titular de la Unidad de Planeación Económica de la SHCP, la recaudación tributaria durante el primer trimestre 2016 creció 6.1% recursos que permiten amortiguar la disminución del 24.3% en la captación de recursos petroleros, indicador que muestra el dinamismo que sostiene la economía mexicana.

Los datos obtenidos de la investigación de campo (Tabla, 6) una vez procesados muestran lo siguiente: la respuesta a las preguntas tendientes a conocer desde la percepción del contribuyente, si están de acuerdo en que la reforma fiscal es una estrategia que fomenta la formalidad empresarial, el 23 % de los entrevistados estuvo totalmente de acuerdo, un 22% dijo estar bastante de acuerdo, otro 23% estuvo regularmente de acuerdo en que sí se fomenta, un 13% coincidió en que se fomenta poco y el 19% restante dijo no estar de acuerdo en que la reforma fomenta la formalidad empresarial; por otra parte al realizar las preguntas que permitieran conocer si los contribuyentes están de acuerdo en que la reforma fiscal es una estrategia que fomenta la generación de empleos, el 13 % de ellos contestó estar totalmente de acuerdo, un 16% más mencionó estar bastante de acuerdo, en la opinión de un 24% se fomenta en forma regular, según el 16% se fomenta poco y de acuerdo con el 31% restante la reforma fiscal no fomenta la creación de empleos; en el mismo sentido al hacer las preguntas para conocer si los contribuyentes están de acuerdo en que la reforma fiscal fomenta el crédito empresarial, un 5% de los entrevistados estuvo totalmente de acuerdo, un 9 % mencionó estar bastante de acuerdo, otro 9% dijo que el fomento es regular, un 9% más consideró que lo fomenta poco y el 68% restante sostuvo que la reforma fiscal no fomenta el crédito empresarial; por otra lado, como respuesta a las preguntas hechas a los contribuyentes para saber si están de acuerdo en que la reforma fiscal fomenta el crecimiento económico, el 12 % de ellos estuvo totalmente de acuerdo, el 22% dijo que sí se fomenta, un 28% coincidió en que el fomento es regular, para un 16% se fomenta poco y el 22% restante coincidió en que la reforma fiscal no fomenta el crecimiento económico; por último al realizar las preguntas para conocer si los empresarios están de acuerdo en que la reforma fiscal fomenta la competitividad, el 10% dijo estar totalmente de acuerdo, un 20% manifestó que sí la fomenta, para un 28% el fomento es regular, otro 20% coincidió en que la fomenta poco y para el 22% restante manifestó la reforma fiscal no fomenta la competitividad empresarial.

Tabla 6: Opiniones de 300 Entrevistados Sobre el Programa Oficial de Fomento a la Formalidad

Indicadores	Totalmente %	Bastante %	Regular %	Poco %	Nada %
1.-Hacienda le ha dado a conocer sus derechos constitucionales?	28	23	35	9	5
2.-Hacienda le ha informado que debe pagar impuestos?	32	33	19	7	9
3.-Hacienda le ha invitado a registrar su empresa?	31	26	17	9	17
4.-Hacienda le ha orientado para registrar su empresa?	21	22	23	14	20
5.-Hacienda le ha asesorado para pagar sus impuestos?	19	20	26	15	20
6.-Hacienda le ha otorgado subsidio para pagar menos impuesto?	8	8	18	25	41
7.-La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de administración?	19	22	21	16	22
8.-La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de compras?	10	13	25	18	34
9.-La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de producción?	9	14	28	12	37
10.-La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de ventas?	11	16	25	13	35
11.-La formalidad le ha llevado a necesitar personal para el área de distribución?	9	13	18	16	44
12.-Considera que la formalidad le llevará a necesitar personal en un futuro próximo?	13	20	29	20	18
13.- La formalidad le ha servido para obtener crédito bancario?	13	24	22	13	28
14.-La formalidad le ha servido para obtener crédito de algún programa de gobierno?	7	12	13	15	53
15.- Ha acudido a la Secretaría de Economía a solicitar un crédito?	2	6	8	10	74
16.- Ha solicitado el crédito PyME	3	6	7	8	76
17.-Ha solicitado el crédito de financiamiento al microempresario (PRONAFIM)?	1	4	2	4	89
18.- Ha solicitado el crédito para emprendedores (INADEM)?	2	3	3	5	87
19.- La formalidad le ha ayudado a tener mejores proveedores?	12	21	16	12	39
20.- La formalidad le ha ayudado a aumentar su número de clientes?	13	25	32	12	18
21.- La formalidad le ha ayudado a aumentar su ventas?	16	22	26	17	19
22.-La formalidad le ha ayudado a comprar tecnología para su empresa?	9	18	31	19	23
23.- La formalidad le ha ayudado a aumentar sus utilidades?	10	20	30	21	19
24.- La formalidad le ha ayudado al crecimiento de su empresa?	12	23	31	17	17
25.-La formalidad le ha ayudado a que su empresa sea más reconocida?	11	21	26	22	19
26.-La formalidad le ha ayudado a vender productos de mayor calidad?	11	25	23	17	24
27.- La formalidad le ha ayudado a ser empresa líder en su ramo?	9	18	24	19	30
28.-La formalidad le ha ayudado a obtener el reconocimiento de los clientes?	11	27	30	14	18
29.- La formalidad le ha ayudado a duplicar sus ventas?	9	16	32	21	22
30.- La formalidad le ha ayudado a obtener altas utilidades?	8	14	32	24	22

La Tabla 6 muestra las opiniones de los entrevistados sobre la reforma fiscal como estrategia administrativa que fomenta la formalidad empresarial, el empleo, el financiamiento, el crecimiento y la competitividad.

Una vez descritos los resultados obtenidos de la investigación documental, en leyes, decretos y reglamentos, así como artículos publicados en revistas especializadas, reportes de dependencias oficiales y comentarios de diferentes especialistas sobre el área fiscal y económica, además de la percepción de los 300 empresarios entrevistados; se cuenta con la información y elementos suficientes para realizar las conclusiones y recomendaciones sobre el presente estudio.

CONCLUSIONES

Primera: De acuerdo con las opiniones e información presentada por investigadores, especialistas del área fiscal, economistas y dependencias oficiales de gobierno; sobre la reforma fiscal como estrategia para fomentar el empleo, se encontró que tanto Gómez (2015) como Kaplan en Luna (2015), así como Contreras y Ramírez (2015) del CEFP e información de la Gaceta (2015, Julio) de la Cámara de Diputados; todos ellos manifestaron y dieron a conocer información que demuestra que la reforma fiscal sí es una estrategia que fomenta la generación de empleos a través del Régimen de Incorporación Fiscal.

Segunda: Por otra parte, los resultados encontrados sobre la reforma fiscal como estrategia para fomentar el empleo, autores como Casillas (2014), Mejía (2014) del CEFP con cifras oficiales del IMSS, Contreras (2015, Septiembre) también del CEFP con datos actualizados del IMSS, así como la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (2016) con cifras de INEGI; todos coinciden en que se ha incrementado la generación de más y mejores empleos, ya que aumentó el número de trabajadores registrados y el nivel del sueldo promedio diario de los últimos tres meses también se incrementó; por consiguiente, con base en la información de los investigadores anteriores y las dependencias de gobierno, puede afirmarse que la reforma fiscal sí es una estrategia que ha permitido generar más y mejores empleos en México.

Tercera: En cuanto a los resultados obtenidos sobre la reforma fiscal como una estrategia que fomenta el financiamiento, se pudo conocer que el Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo (2013-2018), a través de Nacional Financiera “Banca de Desarrollo” ha puesto en operación más de una veintena de programas de financiamiento, en apoyo a los diversos giros o actividades de contribuyentes, como crédito a mujeres PYME o crédito a emprendedores; con base en esa información se concluye que sí existe una estrategia para fomentar el financiamiento en apoyo de los empresarios para una mayor productividad.

Cuarta: Respecto de los resultados que muestran el desempeño de la reforma fiscal como estrategia que fomenta el crecimiento y la competitividad, según las opiniones de Fitch Ratings a través de sus analistas Rodríguez y Moreno (2014), Contreras y Ramírez (2015, mayo) del CEFP, El Financiero (2016, Enero) con cifras de INEGI, y Sáenz, C. (2016) de MVS noticias con información de Luis Madrazo Lajous, titular de la Unidad de Planeación Económica de la SHCP; coinciden en que los beneficios de la reforma fiscal se han visto reflejados en una mayor competitividad, una mayor captación de impuestos del RIF en comparación con el anterior régimen de REPECOS, un mayor crecimiento de la economía durante los años 2014 y 2015 en comparación con 2013 y un incremento en la recaudación tributaria durante el primer trimestre de 2016 que permite amortiguar la disminución en la captación de recursos petroleros; con base en los comentarios e información anterior dada a conocer, se está en la posibilidad de asegurar que la reforma fiscal sí es una estrategia que fomenta el crecimiento y competitividad de la economía mexicana.

Quinta: De acuerdo con los resultados de la investigación de campo, se encontró que los empresarios entrevistados el 68% estuvo de acuerdo en que se fomenta la formalidad, un 53% en que sí se fomenta el empleo, solo un 24% coincidió en que se fomenta el financiamiento, para el 62% sí se fomenta el crecimiento empresarial y un 58% afirmó que si se promueve la competitividad empresarial; con base en los datos obtenidos de la investigación de campo se puede asegurar que la reforma fiscal 2014 sí promueve la formalidad, el empleo, el crecimiento económico, y la competitividad; sin embargo con base en opiniones de los empresarios se pudo confirmar que éstos aún no han tenido acceso al financiamiento.

En la presente investigación se encontró como limitación la falta de investigaciones que abordan el tema como una estrategia administrativa en apoyo a los empresarios y a la economía nacional. Es recomendable estar al pendiente del comportamiento y resultados que se obtengan durante la aplicación la reforma fiscal, para ello es necesario completar esta investigación al término de la presente administración federal, para conocer el alcance de los beneficios de la misma.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Código Fiscal de la Federación (CFF, DOF. 14-03-2014)

Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR, DOF. 11-12-2013)

Resolución Miscelánea 20414 (RM, DOF. 30-12-2013)

Decreto por el que se otorgan beneficios fiscales a quienes tributen en el Régimen de Incorporación Fiscal (10-09-2014) http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5359611&fecha=10/09/2014

Casilla Gabriel (2014). El Financiero. Perspectiva económica, PyMes, reforma fiscal. <http://www.elfinanciero.com.mx/opinion/costos-y-beneficios-de-la-reforma-fiscal.html>

Contreras López, Pedro (2015, septiembre) Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. Aspectos Relevantes del Paquete Económico 2016. <http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2015/septiembre/cefp0192015.pdf>

Contreras López, P. y Ramírez Fontes, J. (2015, mayo). Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. Régimen de Incorporación Fiscal. <http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2015/mayo/cefp0102015.pdf>

El Financiero (2016, Enero). México crece 2.5% en 2015. <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/pib-de-mexico-crecimiento-4t15-2015-inegi.html>

Gómez González, Martha (2015). Reforma Hacendaria: la importancia del régimen de incorporación fiscal como medida de desarrollo económico en México y posibles impactos. El Cotidiano. Redalyc.org. <http://www.redalyc.org/pdf/325/32536845008.pdf>

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, (2016). Resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo. http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/enoe_ie/enoe_ie2016_02.pdf

Luna, Carmen (2015) La economía informal cobra fuerza en México. Expansión en alianza con CNN. <http://expansion.mx/economia/2015/08/15/informalidad-laboral-retoma-fuerza-en-mexico>

Mejía González, Raúl (2014, mayo) Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. Análisis de los informes sobre situación económica, las finanzas públicas y la deuda pública al primer trimestre de 2014. <http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2014/mayo/cefp0052014.pdf>

Nacional Financiera (2008). México, avance contra la informalidad 2016 http://www.nafin.com.mx/portalfn/content/productos-y-servicios/programas-empresariales/cred_crecer_juntos.html

Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo (2013-2018). D.O. F. (2013-12-16) http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5326476&fecha=16/12/2013

Reglas de operación del Fondo nacional Emprendedor ejercicio fiscal 2015. (D.O.F.,2014-12-24). http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5377259&fecha=24/12/2014

Rodríguez, S. y Moreno, A. (2014). Fitch Ratings. Reformas estructurales. Positivo para México, negativo para corporativos a corto plazo. http://www.fitchratings.mx/ArchivosHTML/RepEsp_12375.pdf

Sáenz Citlali (2016-04-29). Economía mexicana registra su mayor crecimiento en los últimos siete trimestres: SHCP. MVS noticias.

<http://www.noticiasmvs.com/#!/noticias/economia-mexicana-registra-su-mayor-crecimiento-en-los-ultimos-siete-trimestres-shcp-283>

Secretaría de Trabajo y Previsión Social, (2016). Salario promedio asociado a trabajadores asegurados al IMSS. http://www.conasami.gob.mx/inf_eco_mensual_2016.html

BIOGRAFÍA

Leonel Rosiles López, es Contador Público por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) México en 1988, realizó estudios de especialidad en fiscal terminados en 1996; obtuvo grado de Maestro en Contaduría en 2003 por UABC; obtuvo grado de Doctor en Ciencias Administrativas en 2011, por UABC. Es Académico Certificado en Contaduría por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) y es Profesor Investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Autónoma de Baja California. leonelrosilesl@uabc.edu.mx

Cruz Elda Macías Terán, es Licenciada en Administración de Empresas por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) México en 1987; Maestra en Docencia y Administración Educativa en 2004 por la UABC; Doctora en Ciencias de la Educación en 2009 por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Obtuvo el grado de Doctora en Ciencias Administrativas en 2014 por UABC. Es Académica Certificada en Administración por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) y es Profesor Investigador en la Facultad de Ciencias Administrativas de la UABC. cruz_elda_m@uabc.edu.mx

Santiago Pérez Alcalá, es Contador Público por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) en 1993; obtuvo diploma de Especialidad en Fiscal de la UABC en 2007; obtuvo el grado de Maestro en Contaduría por la UABC en 2008 y se desempeña como profesor de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UABC. santiago_perez@uabc.edu.mx

Julio Cesar León Prieto, es Profesor-Investigador de la UABC, Doctor en Derecho, Profesor con Perfil PROMEP vigente, Académico Certificado por ANFECA, miembro del Cuerpo Académico “Gestión económico-administrativa para la competitividad empresarial e institucional” de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UABC, miembro de la Red Nacional de Colaboración Económico-Administrativa UABC-UTEZ-UAZ registrada en PROMEP, miembro del Comité Arbitral Internacional de la Revista Latinoamericana de Investigaciones sobre Organización, Ambiente y Sociedad TEUKEN BIDIKAY de Colombia. jleon@uabc.edu.mx

Raúl González Núñez, es Licenciado en Administración de Empresas, Profesor-Investigador de la UABC, Doctor en Ciencias Administrativas, Profesor con Perfil PROMEP vigente, Académico Certificado por ANFECA, participante en el Cuerpo Académico “Gestión económico-administrativa para la competitividad empresarial e institucional” de la Facultad de Ciencias Administrativas de la UABC. raul.gonzalez@uabc.edu.mx

EGRESADOS DE LICENCIATURA Y HÁBITOS DE ESTUDIO: EVIDENCIA DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Juan Carlos Román Fuentes, Universidad Autónoma de Chiapas
Ángel Esteban Gordillo Martínez, Universidad Autónoma de Chiapas
Rafael Timoteo Franco Gurría, Universidad Autónoma de Chiapas

RESUMEN

Aún cuando los problemas de rezago y bajo rendimiento son multifactoriales; este trabajo coincide con quienes señalan que tratándose de Educación Superior, inadecuados hábitos de estudio representan una de las principales causas del fracaso escolar; por ello, diagnosticar los hábitos adquiridos por estudiantes para desarrollar actividades de aprendizaje debieran ocupar espacios importantes dentro de la agenda educativa de quienes toman decisiones; a partir de lo anterior, esta investigación presenta diagnóstico sobre hábitos de estudio con que egresan profesionistas matriculados en seis licenciaturas contempladas dentro de la Dependencia de Educación Superior Ciencias Administrativas y Contables; la cual está conformada por tres facultades y tres escuelas, pertenecientes a la Universidad Autónoma de Chiapas; construido a partir de la aplicación de test, compuesto de 39 reactivos con respuestas dicotómicas, que miden ocho variables, a tres cohortes de seis programas de licenciatura, cuyo universo se integra por 1,970 egresados; los resultados muestran que solo 7% de egresados declaran niveles aceptables en cuatro o más variables; siendo “aplicación de técnicas de estudio” la mejor ponderada, seguida de “estado fisiológico” mientras que “actitud hacia el estudio” y “distribución de tiempo”, resultan mal evaluadas; destaca la necesidad de incorporar estos indicadores en los procesos de desarrollo curricular, de tal forma que se atiendan las áreas de oportunidad detectadas.

PALABRAS CLAVE: Hábitos de Estudio, Egresados, Educación Superior

STUDY HABITS AND GRADUATES. EVIDENCE FROM AN INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION

ABSTRACT

problems of backlog and poor performance are multifactorial; This paper agrees with those who say that in higher education, inadequate study habits are a leading cause of school failure. Therefore, diagnosing study habits should be an important component of the educational agenda of decision-makers. This research identifies study habits of professional graduates in six disciplines observed in the Unit for Higher Education Management and Accounting Sciences. This Unit is made up of three faculties and three schools belonging to the Autonomous University of Chiapas. We consider 39 reactions with dichotomous responses. We measure eight variables, and three cohorts of six degree programs, totaling 1,970 graduates. The results show that only 7% of graduates report acceptable levels in four or more variables. The variables "application of study techniques" being the best weighted, followed by "physiological state" while "attitude towards study" and "time distribution" are poorly evaluated. This finding stresses the need to incorporate these indicators in the curriculum development processes, so that the areas of opportunity are identified.

JEL: A22, I21, I23

KEYWORDS: Study Habits, Undergraduates, Higher Education

INTRODUCCIÓN

Saber aprender, representa una aspiración implícita en la educación superior que aspira a la formación integral de los estudiantes; sin embargo, aprender a aprender va más allá de simples hábitos de estudio, pues “requiere de un trabajo didáctico, sistemático y serio, en el que se contemplan por igual aspectos cognitivos, metacognitivos, afectivos y sociales” (Díaz & Hernández, 2010, p. 176), sin embargo el diagnosticar los hábitos de estudio, adquiridos por los estudiantes durante su paso por la universidad; representa un primer paso para instrumentar acciones insertas en procesos de mejora continua que incidan en la práctica de estrategias de aprendizaje efectivas, pues si bien los problemas de deserción y rezago de los estudiantes matriculados en Educación Superior son multifactoriales, diversas voces (ANUIES, 2003; Castañeda & Ortega, 2002; Castañeda & Martínez, 1999) coinciden que tratándose de problemas que afectan al rendimiento escolar primordialmente tienen que ver con inadecuados perfiles de ingreso y con falta de hábitos de estudio, reconocidos estos últimos como componentes importantes de éxito académico y profesional, pues las nuevas demandas de aprendizaje permanente plantean retos a los estudiantes que implican el desarrollo de habilidades que puedan aplicar tanto en la escuela como en la vida diaria, de tal forma que sean capaces de desarrollar procesos autogestivos, críticos y reflexivos (Díaz & Hernández, 2010).

Bajo estas consideraciones, en este trabajo se describe la valoración de hábitos de estudio obtenidos a través de la aplicación de *test* que identifica hábitos que los estudiantes poseen en el momento de realizar actividades relacionadas con el estudio, de quienes egresan de seis programas de licenciatura ofertados por tres escuelas y tres facultades que conforman a la Dependencia de Educación Superior (DES) Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), pertenecientes a tres ciclos escolares, con el propósito de identificar áreas de oportunidad en los procesos de formación profesional e incorporarlos en los procesos de reestructuración curricular. Se toman como referencia las prácticas declaradas por la propia universidad (UNACH, 2005), en el sentido de formar a profesionales de las áreas administrativas, cuyo perfil de egreso involucra conocimientos relacionados a la naturaleza del conocimiento y los paradigmas de su construcción, con habilidades para utilizar críticamente nuevas tecnologías en el área de su competencia y para sintetizar, analizar e interpretar información propia de su disciplina, asumiendo de manera responsable las tareas en las que puedan desempeñarse, con deseos de superación constante, criterio amplio y de apertura al aprendizaje; suponiendo que ese perfil se ha construido a partir de las necesidades que tratará de solucionar el profesional en el potencial mercado ocupacional, en el análisis disciplinario que puede enriquecer las soluciones de los problemas del entorno y en la investigación de la propia universidad respecto a las actividades que realizará el futuro egresado (Díaz, 2011). Para cumplir el propósito planteado, el documento se ha conformado bajo la estructura siguiente: enseguida a esta introducción, se presenta la revisión de literatura, en donde se desarrollan conceptos centrales del marco de análisis sobre hábitos y prácticas de estudio, considerados como actividad y actitud fundamental a lo largo de toda la vida de las personas, pues aún al finalizar los estudios escolares y ser un profesional, habrá de recurrirse sistemáticamente a técnicas y hábitos de estudio que les permitan enfrentar exitosamente los retos que les planteará el ejercicio disciplinar; debiendo desarrollar las competencias necesarias para “seleccionar, organizar, reelaborar, jerarquizar, reflexionar y valorar críticamente la información para transformarla en genuino y relevante conocimiento personal y social” (Díaz & Hernández, 2010).

Concluidos los referentes teóricos, se describe la aproximación al método de colecta, análisis y procesamiento de datos, enfatizando las características del instrumento empleado, así como las variables analizadas, sin dejar de señalar las características generales de la población estudiada. Posterior a ello se

presenta el apartado de discusión de resultados en donde se pone de relieve las principales áreas de oportunidad detectadas, como insumo a utilizar en los procesos de mejora continua; al final las conclusiones recapitulan sobre el tema central y la importancia de considerar estos resultados como insumo básico de planeación de acciones académicas, insertas en programas de mejora continua, señalando algunas limitantes y futuras líneas de investigación.

REVISIÓN DE LITERATURA

En principio debe señalarse que las estrategias de aprendizaje, debieran enseñarse de manera conjunta con las otras disciplinas involucradas en los planes de estudio, (Monereo, 2008); superando la idea de que el aprendizaje está limitado a contextos formales, institucionalizados y regulados; de tal forma que el aprendizaje sea valorado como una actividad que se desarrolla en esferas de la vida diaria, en aspectos personales, familiares y por supuesto, profesionales (Castillo & Palomo, 2008); por lo que es necesario fomentar en los alumnos, competencias que involucren procesos de pensamiento y autorregulación eficientes, pues independiente al campo del conocimiento de que se trate, una constante existe en los buenos estudiantes: no solo poseen gran cantidad de conocimiento sobre la disciplina de que se trate, sino que lo asocian a estrategias cognitivas y autorregulatorias que apoyan ejecuciones exitosas, adquiridas con base a previas experiencias (Castañeda & Ortega, 2002).

Desde el último tercio del siglo pasado (Rowntre, 1978) se afirmaba que la capacidad para estudiar no es algo con lo que se nace (como puede ser respirar), sino que se construye al incorporar un conjunto de técnicas que se aprenden a lo largo de la vida; considerando que independiente a la conclusión de la formación escolarizada, los individuos habrán de enfrentar en el ejercicio profesional y a lo largo de la vida exigencias que demandan destrezas sobre leer rápido, comprender y recordar lo leído, organizar y distribuir el tiempo en forma adecuada, así como prepararse para resolver problemas cotidianos, que precisan de hábitos de estudio eficaces, al igual que en la vida universitaria; es decir, se busca la autonomía del aprendizaje, entendida como una facultad para tomar decisiones, orientadas a regular el propio aprendizaje aproximándolo a determinadas metas, (Monereo, 2008) de tal forma que aprender una estrategia no solo es saber ejecutar las operaciones de un procedimiento o técnica de aprendizaje, como pudieran ser la elaboración de esquemas, la técnica de subrayado, elaboración de resúmenes, mapas o diagramas; implica identificar cuando y porqué debe emplearse.

De tal forma que el aprendizaje efectivo, involucra de acuerdo con De Corte (citado por Castañeda & Martínez, 1999) el desarrollo de situaciones educativas caracterizadas como procesos constructivos, acumulativos, auto-regulados, orientados a la meta, situados, colaborativos e individualmente diferentes, sobre la construcción del conocimiento y su significado. En ese sentido se afirma (Chaín & Jácome, 2007) que quien desarrolla habilidades para resolver exámenes o hacer tareas, asiste con regularidad a bibliotecas, sabe consultar libros, elabora apuntes y acude a diversos profesores; habrá construido un conjunto de rutinas de trabajo que potencialmente contribuirán al aprendizaje sistemático de contenidos e impactará en su desempeño cotidiano. En el caso específico de la competencia lectora en estudiantes, se afirma (Durán, 2011) que está relacionada con la calidad de la educación, misma que plantea retos para las instituciones en el diseño y desarrollo de estrategias que la fortalezcan, a partir de considerar que su dominio conlleva un aprendizaje continuo que habrá de fortalecerse a lo largo de la vida académica y profesional (González, 2014). Así, de acuerdo con Garrido (2014, p. 148) “existe una relación directa, probada, entre el nivel de lectura de los estudiantes y su rendimiento escolar. Los mejores alumnos son mejores lectores que sus compañeros”. De tal forma que es de esperarse que los universitarios, en palabras de Backhoff, Velasco & Peón (2013), además de contar con la capacidad para comprender textos simples, desarrollen habilidades intelectuales para, entre otras cosas: discriminar ideas centrales, inferir conclusiones, resumir información, identificar ideas clave y argumentos de autores diferentes, sustentar una postura personal sobre temas específicos y expresarse en forma escrita de manera eficaz utilizando correctamente las normas del lenguaje.

Bajo esas consideraciones adquiere relevancia este estudio cuyos resultados aquí se socializan; que considera como referentes al realizado en la Universidad Veracruzana (UV) (Sarabia & Garizurieta, 2006) sobre hábitos de estudio en estudiantes de Contaduría y Administración; que mostraron deficiencias en “distribución y administración del tiempo”, “técnicas de lectura”, “capacidad de concentración” y “métodos de estudio”. Asimismo el desarrollado en la Universidad Juárez del Estado de Durango (UJED) (Lerma, Garrido & Hernández, 2008) cuya valoración global sobre hábitos de estudio aceptables, alcanza 68% (en escala del 1 al 100), en donde las dimensiones “planeación”, “lectura” y “métodos de estudio”, obtienen bajas ponderaciones. En este sentido, un estudio similar realizado en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) (Ireta, González & Pérez, 2008) detectó que las áreas problemáticas en la práctica de estudios y actitudes para el aprendizaje en estudiantes de Ciencias Económico-Administrativas, se relacionan con “estrategias de aprendizaje y estudio para el logro”; “control y distribución del tiempo”; “técnicas de estudio” y “estrategias de examen”.

Por último, el estudio para evaluar la competencia de expresión escrita argumentativa que tienen los alumnos que concluyen la etapa de tronco común en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California, (UABC), Campus Ensenada (Backhoff, Velasco & Peón, 2013), que entre otros hallazgos afirma que en general los estudiantes universitarios poseen habilidades muy pobres de expresión escrita argumentativa, en donde la puntuación promedio en escala de 0 a 10 equivaldría a menos de 2.5 y que solo uno de cada diez estudiantes realizan apuntes, diagramas o esquemas para organizar la redacción de un artículo y solo tres de cada 100 hace uso de vocabulario técnico adecuado; estudios que coinciden no solo en las dimensiones exploradas sino el metodología empleada para su desarrollo.

METODOLOGÍA

Se presentan los resultados obtenidos a partir de realizar trabajo de investigación siguiendo una serie de pasos controlados con la posibilidad de ser manipulados por el investigador y tomando en cuenta solo los datos que aportan evidencias sobre los temas a estudiar (Gil & Rosas, 2010). A partir de la clasificación del método científico propuesta por Eyssautier (2006), se recurrió al submétodo deductivo, utilizando el método de observación, a través de las técnicas de observación específica: investigación documental e investigación de campo; de acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2014), se tiene alcance exploratorio y descriptivo, pues se busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas o grupos, sometidos a análisis.

Diseño

Este estudio se realizó con egresados de tres cohortes: Agosto-Diciembre 2014; Enero-Junio 2015 y Agosto-Diciembre 2015; matriculados en seis programas de Licenciatura relacionados con: Contaduría (LC), Administración (LA), Gestión Turística (LGT), Sistemas Computacionales (LSC), Agronegocios (LAG) y Comercio Internacional (LCI), ofertados por tres facultades y tres escuelas que pertenecen a la Dependencia de Educación Superior (DES): Ciencias Administrativas y Contables, adscrita a la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH). El instrumento empleado es adaptación de *test* para identificar hábitos de estudio propuesto por García-Huidobro, Gutiérrez y Condemarín (2000), traducido originalmente por Soto, con base al denominado “Inventario de Hábitos de Estudio”, creado por Wrenn, Eagle & Whright (citados por González, 1985). Consta de 39 reactivos con respuestas dicotómicas (Sí/No), a través de las cuales se miden ocho dimensiones, relacionadas con: ambiente físico, estado fisiológico, distribución de tiempo, lectura, técnicas de estudio, preparación de pruebas, concentración y actitud hacia el estudio. El estudio es no experimental con aplicación autoadministrada de la encuesta, utilizando plataforma electrónica; se aplicó de manera censal alcanzando la cobertura descrita en la Tabla 1, la que muestra las unidades académicas participantes; los programas educativos de licenciatura involucrados y el número de egresados de cada cohorte.

Tabla 1: Cobertura Alcanzada En Aplicación del *Test* Para Identificar Hábitos de Estudio

Unidad Académica	Lic.	Número de Egresados	Egresados Por Ciclo Escolar			
			A-D-2014	E-J-2015	A-D-2015	
Facultad de Contaduría y Administración, Campus I (FCA, CI)	Lic. En Contaduría	275	92	84	99	
	Lic. En Administración	326	117	106	103	
	Lic. Gestión Turística	283	107	72	104	
	Lic. Sistemas Computacionales	142	48	43	51	
	TOTAL	1,026	52%	364	305	357
Facultad de Ciencias de la Administración, Campus IV-Tapachula (FCA, CIV)	Lic. En Administración	150	41	31	78	
	Lic. Gestión Turística	111	34	47	30	
	Lic. Agronegocios	47	12	22	13	
	Lic. Comercio Internacional	47	16	18	13	
	TOTAL	355	18%	104	118	134
Escuela de Contaduría y Administración, Campus VII-Pichucalco (ECA, CVII)	Lic. En Contaduría	56	29	0	27	
	Lic. En Administración	56	26	0	30	
	TOTAL	112	6%	55	0	57
Facultad de Ciencias Administrativas, Campus VIII-Comitán (FCA, CVIII)	Lic. En Contaduría	137	56	28	53	
	Lic. En Administración	99	49	17	33	
	TOTAL	236	12%	105	45	86
Escuela de Ciencias Administrativas, Campus IX-Arriaga (ECA, CIX-A)	Lic. En Contaduría	41	26	0	15	
	LA	65	37	0	28	
	TOTAL	106	5%	63	0	43
Escuela de Ciencias Administrativas, Campus IX-Tonalá (ECA, CIX-T)	Lic. En Contaduría	61	30	0	31	
	Lic. En Administración	74	37	0	37	
	TOTAL	135	7%	67	0	68
TOTALES POR DES	Lic. En Contaduría	570	29%	233	112	225
	Lic. En Administración	770	39%	307	154	309
	Lic. Gestión Turística	394	20%	141	119	134
	Lic. Sistemas Computacionales	142	7%	48	43	51
	Lic. Agronegocios	47	2.5%	12	22	13
	Lic. Comercio Internacional	47	2.5%	16	18	13
	TOTAL	1,970	100%	757	468	745

A través de esta tabla puede observarse que el universo total de egresados se compone por 1,970 estudiantes; de los cuales, en su mayoría provienen de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I (52%); seguidos por: Facultad de Ciencias de la Administración, Campus IV-Tapachula, con 18%; Facultad de Ciencias Administrativas, Campus VIII-Comitán, con 12%; Escuela de Ciencias Administrativas, Campus IX-Región Istmo-Costa-Tonalá con 7%; Escuela de Contaduría y Administración, Campus VII-Pichucalco 6% y Escuela de Ciencias Administrativas, Campus IX-Arriaga, con 5%; a nivel programa educativo, es la Licenciatura en Administración, la que más egresados aporta con 39%; seguido de Contaduría (29%); Gestión Turística (20%); Sistemas Computacionales (7%); Agronegocios y Comercio Internacional (2.5%). Fuente: elaboración propia.

Metodología de Análisis

En el caso de los datos obtenidos que presentan conjuntos de etiquetas de respuesta afirmativa o negativa, tienen un nivel de medición que corresponde a datos ordinales, que aun cuando “tienen valores relativos, se pueden ordenar o clasificar” (Lind, Marchal & Wathen, p. 11, 2012). Para concentrar la información se construyó base de datos, que derivó en tablas de contingencias generadas a través del Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS, por su siglas en inglés) versión 20.0. Debe destacarse que para el procesamiento de los datos los criterios establecidos para la valoración de las dimensiones del universo de preguntas que las integran al menos 75% de ellas, deben ser correctas; con excepción de “Lectura”, que requiere del 100% de respuestas correctas.

Operacionalización de Variables

En la Tabla 2, se muestra la denominación de las ocho variables exploradas, la forma en que se dimensiona cada una de ellas, así como el número de indicadores y número de preguntas de cada una de las dimensiones que contempla el *test* aplicado.

Tabla 2: Operacionalización de Variables

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Número de Preguntas
Ambiente físico	Condiciones de espacios utilizados para estudiar (lugar) y el entorno que prevalece al estudiar.	Estudio con radio y tv prendida o conversando con personas en el mismo cuarto. Lugar definido para estudiar. Estudio en cama acostado. Estudio con interrupciones por el timbre, llamadas telefónicas y visitas que atender.	4
Estado Fisiológico	Condiciones físicas y de salud que prevalecen cuando se realizan actividades de estudio.	Cansancio o distracción para estudiar con ganas. Dificultad para levantarse e ir a la escuela. Desánimo al estudiar. Nervios y temor al contestar interrogatorios.	4
Distribución de tiempo	Actividades de organización y distribución del tiempo destinado al estudio.	Horario definido para estudiar. Tiempo necesario y suficiente para estudiar todas las materias. Preparación de pruebas y trabajos con anticipación. Pérdida de tiempo durante el día, dejando el estudio para la noche. Tiempo dedicado al estudio por día.	5
Lectura	Condiciones cognitivas que permiten analizar, interpretar, comprender y sintetizar las ideas leídas.	Lectura de varias veces del texto, pues las palabras no tienen significado la primera vez. Revisión de lo que se encuentra dudoso, sin avanzar hasta entender. Repetición de ideas importantes, subrayado de ideas principales. Dificultad para encontrar ideas importantes. Equivocaciones constantes, cambio de palabras, significado y puntuación.	5
Técnicas de estudio	Empleo de esquemas o estrategias para el abordaje del objeto de estudio, que se consideren útiles para facilitar la comprensión de los temas de estudio.	Revisión general; análisis de títulos, subtítulos, índice, resumen; para obtener ideas generales. Estudio activo, obteniendo apuntes, resumen, subrayado o esquemas. Relación entre lo aprendido en una materia con otras. Conclusión de una tarea antes de iniciar otra. Privilegio de la memorización, sin entender significado. Repaso periódico de lo estudiado.	6
Preparación de pruebas	Refiere los procedimientos adoptados para prepararse antes de una evaluación, anticipando los contenidos posibles.	Anticipación a las preguntas de la prueba. Información de todo el contenido a evaluar y material necesario para estudiar. Atención inicial de instrucciones y preguntas antes de iniciar con el estudio. Nervios que impiden demostrar lo que se conoce. Estudio solo para las pruebas.	5
Concentración	Mecanismos empleados que contribuyen en los estudiantes a enfocar la atención en actividades de estudio.	Estudio y realización de otras actividades (pararse, caminar). Dificultad para mantener atención y para comprender. Distracción fácil ante ruidos o situaciones imprevistas. Mantener atención en clases. Inicio de otras actividades, sin concluir la anterior.	5
Actitud hacia el estudio	Prejuicios formulados con base a los sujetos que intervienen en el proceso educativo y el rol del sujeto que aprende en los diversos escenarios áulicos.	Disgusto con catedráticos que perjudican el rendimiento. Aburrimiento al estudiar. Contribuyo al desorden en clases. Participación activa en el trabajo en clases. Participación activa en trabajo del grupo y expresión de opinión.	5

En esta Tabla se muestran las ocho dimensiones contempladas en el instrumento aplicado; mismo que a través de 39 preguntas dicotómicas (Si o No) los encuestados expresan con libertad su acuerdo o desacuerdo con la afirmación que se les plantea; se parte de la premisa de que un estudiante que domina las ocho dimensiones sobre las que gira el test, demostrará los hábitos de estudio que ha construido a lo largo de su proceso de formación profesional, de tal forma que aun cuando concluya los procesos escolarizados de formación, los hábitos adquiridos permitirán desarrollar actitudes favorables para el estudio y el aprendizaje para toda la vida; considerando las condiciones físicas en las que estudia, el estado de salud que facilita el estudio, la habilidad para distribuir el tiempo dedicado al estudio; las habilidades de lectura y comprensión; la aplicación de técnicas de estudio al involucrarse en procesos de aprendizaje; los procedimientos utilizados para anticiparse a las pruebas a resolver; la capacidad de concentración y en general el mantenimiento de una actitud positiva hacia el estudio. Fuente: elaboración propia a partir de lo propuesto por García-Huidobro, Gutiérrez & Condemarín (2000)

RESULTADOS

Los resultados generados, se presentan en las siguientes cuatro tablas; en la Tabla 3 se muestran los resultados acumulados por estudiantes sobre dimensiones valoradas como aceptables por cada una de las Unidades Académicas involucradas en el proyecto; la Tabla 4, refiere estos mismos resultados acumulados por egresados, sobre dimensiones consideradas aceptables, pero a nivel Programa Educativo; por su parte la Tabla 5 muestra la valoración de cada una de las dimensiones exploradas con el test, por Unidad Académica; clasificadas en aceptables y no aceptables; en ese mismo sentido la Tabla 6 presenta las ocho dimensiones exploradas valoradas en aceptables y no aceptables, pero a nivel Programa Educativo; destaca que a nivel global únicamente 6.4% del universo de egresados participantes acumula 4 o más dimensiones consideradas aceptables y cerca del 12% no alcanzan valoración aceptable en ninguna de las ocho dimensiones analizadas.

Tabla 3: Resultados Acumulados de Dimensiones Aceptables Por Unidad Académica (UA)

UA	Recuento	No. de Egresados Con Dimensiones Aceptables Acumuladas								Total
		0	1	2	3	4	5	6	7	
FCA CI	Número de estudiantes	135	349	307	171	43	17	2	2	1,026
	% Dentro de Dim. Aceptables	59.0%	51.2%	49.8%	53.8%	45.7%	63.0%	100%	100%	52.1%
	% del Total	6.9%	17.7%	15.6%	8.7%	2.2%	0.9%	0.1%	0.1%	52.1%
FCA CIV	Número de estudiantes	42	121	114	58	17	3	0	0	355
	% Dentro de Dim. Aceptables	18.3%	17.7%	18.5%	18.2%	18.1%	11.1%	0%	0%	18.0%
	% del Total	2.1%	6.1%	5.8%	2.9%	0.9%	0.2%	0%	0%	18.0%
ECA CVII	Número de estudiantes	10	37	44	16	3	2	0	0	112
	% Dentro de Dim. Aceptables	4.4%	5.4%	7.1%	5.0%	3.2%	7.4%	0%	0%	5.7%
	% del Total	0.5%	1.9%	2.2%	0.8%	0.2%	0.1%	0%	0%	5.7%
FCA CVIII	Número de estudiantes	20	89	75	35	15	2	0	0	236
	% Dentro de Dim. Aceptables	8.7%	13.0%	12.2%	11.0%	16.0%	7.4%	0%	0%	12.0%
	% del Total	1.0%	4.5%	3.8%	1.8%	0.8%	0.1%	0%	0%	12.0%
ECA CIXA	Número de estudiantes	10	42	32	14	8	0	0	0	106
	% Dentro de Dim. Aceptables	4.4%	6.2%	5.2%	4.4%	8.5%	0%	0%	0%	5.4%
	% del Total	0.5%	2.1%	1.6%	0.7%	0.4%	0%	0%	0%	5.4%
ECA CIXT	Número de estudiantes	12	44	44	24	8	3	0	0	135
	% Dentro de Dim. Aceptables	5.2%	6.5%	7.1%	7.5%	8.5%	11.1%	0%	0%	6.9%
	% del Total	0.6%	2.2%	2.2%	1.2%	0.4%	0.2%	0%	0%	6.9%
TOTAL	Número de estudiantes	229	682	616	318	94	27	2	2	1,970
	% Dentro de Dim. Aceptables	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	% del Total	11.6%	34.6%	31.3%	16.1%	4.8%	1.4%	0.1%	0.1%	100%

En esta tabla puede apreciarse el comportamiento de los egresados a nivel escuela o Facultad; refiere el acumulado del total de dimensiones consideradas como aceptables, a partir de las respuestas proporcionadas en la prueba; a nivel DES; existen 229 egresados (11.6% del total) que no obtuvieron valoración aceptable en ninguna de las dimensiones exploradas; 682 estudiantes (34.6%) únicamente obtuvieron nivel aceptable en una dimensión; 616 egresados (31.3%) reportaron niveles aceptables en dos de las ocho dimensiones analizadas; 318 alumnos (16.1%) acumularon tres dimensiones aceptables; sobresalen además, los siguientes datos: sólo 94 egresados (4.8%) alcanzaron niveles aceptables en cuatro de las ocho dimensiones exploradas; 27 (1.4%) egresados obtuvieron calificación aceptable en cinco de las ocho dimensiones exploradas y únicamente dos estudiantes obtuvieron seis y siete dimensiones exploradas, respectivamente; ningún egresado alcanzó valoración aceptable en las ocho dimensiones. Fuente: elaboración propia

Estos resultados reflejan la necesidad de intervención los procesos académicos de formación de los estudiantes, pues en todas las UA participantes en el estudio la mayor tasa de hábitos aceptables solo alcanza dos y tres dimensiones (Tabla 3) y a nivel PE, el Contaduría y Administración; explicado en parte porque son los programas que con mayores egresados contribuyen al universo de participantes (Tabla 4); asimismo la dimensiones “actitud hacia el estudio”, “distribución del tiempo”, “preparación de pruebas”, “concentración” y “lectura”, son las que presentan las tasas más bajas aceptables; es decir cinco de ocho dimensiones (Tablas 5 y 6). En términos generales estos resultados evidencian la urgencia de intervención en los procesos de formación de quienes estudian licenciatura en el área de Ciencias Administrativas y Contables de la UNACH, presentando en algunos casos mayores áreas de oportunidad; en donde destaca la necesidad de reforzar la “distribución del tiempo” que se dedica para el estudio; lo cual coincide con lo encontrado en los trabajos realizados por Sarabia & Garizurieta, (2006) en la UV; por, Ireta, González & Pérez, (2008) en la UJAT y por Lerma, Garrido & Hernández, (2008) de la UJED; “preparación de pruebas”, similar a lo encontrado por Ireta, González & Pérez, (2008) en la UJAT; “concentración” y “lectura” semejante a lo identificado por Sarabia & Garizurieta, (2006) en la UV. Con todo, existen diferencias con los estudios similares, pues el *test* aplicado adicionalmente incluye la dimensión “actitud hacia el estudio”; la cual es la peor ponderada por los egresados, pues solo uno de cada diez egresados expresa actitud favorable; asimismo este estudio permite identificar las mayores oportunidades de mejora a nivel programa educativo; así, quienes egresan de Comercio Internacional, presentan mayores deficiencias en “ambiente físico”, “estado fisiológico”, “preparación de pruebas” y “concentración”; por su parte egresados de Gestión Turística en “técnicas de estudio”, mientras que los de Administración en “distribución de tiempo” y los de Sistemas Computacionales en “lectura”.

Tabla 4: Resultados Acumulados de Dimensiones Aceptables Por Programa Educativo (PE)

Pe	Recuento	No. de Egresados Con Dimensiones Aceptables Acumuladas							Total	
		0	1	2	3	4	5	6		7
Lc	Número de estudiantes	70	189	175	91	35	9	1	0	570
	% Dentro de Dim. Aceptables	30.6%	27.7%	28.4%	28.6%	37.2%	33.3%	50%	0%	28.9%
	% del Total	3.6%	9.6%	8.9%	4.6%	1.8%	0.5%	0.1%	0%	28.9%
La	Número de estudiantes	69	287	255	116	32	8	1	2	770
	% Dentro de Dim. Aceptables	30.1%	42.1%	41.4%	36.5%	34.0%	29.6%	50%	100%	39.1%
	% del Total	3.5%	14.6%	12.9%	5.9%	1.6%	0.4%	0.1%	0.1%	39.1%
Lgt	Número de estudiantes	58	129	112	70	19	6	0	0	394
	% Dentro de Dim. Aceptables	25.3%	18.9%	18.2%	22.0%	20.2%	22.2%	0%	0%	20%
	% del Total	2.9%	6.5%	5.7%	3.6%	1.0%	0.3%	0%	0%	20%
Lsc	Número de estudiantes	18	47	41	28	6	2	0	0	142
	% Dentro de Dim. Aceptables	7.9%	6.9%	6.7%	8.8%	6.4%	7.4%	0%	0%	7.2%
	% del Total	0.9%	2.4%	2.1%	1.4%	0.3%	0.1%	0%	0%	7.2%
Lag	Número de estudiantes	7	13	17	7	1	2	0	0	47
	% Dentro de Dim. Aceptables	3.1%	1.9%	2.8%	2.2%	1.1%	7.4%	0%	0%	2.4%
	% del Total	0.4%	0.7%	0.9%	0.4%	0.1%	0.1%	0%	0%	2.4%
Lci	Número de estudiantes	7	17	16	6	1	0	0	0	47
	% Dentro de Dim. Aceptables	3.1%	2.5%	2.6%	1.9%	1.1%	0%	0%	0%	2.4%
	% del Total	0.4%	0.9%	0.8%	0.3%	0.1%	0%	0%	0%	2.4%
To-Tal	Número de estudiantes	229	682	616	318	94	27	2	2	1,970
	% Dentro de Dim. Aceptables	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	% del Total	11.6%	34.6%	31.3%	16.1%	4.8%	1.4%	0.1%	0.1%	100%

Esta tabla muestra la distribución de frecuencias obtenida con la aplicación del test a nivel programa educativo; puede observarse que el valor máximo alcanzado por los egresados corresponde a siete dimensiones, es decir, ningún estudiante obtuvo valores aceptables en las ocho dimensiones que conforman la prueba y tratándose de quienes obtuvieron siete dimensiones, solo fue alcanzada por dos estudiantes de Administración y quienes obtuvieron seis dimensiones aceptables, se presentó con un egresado de Contaduría y uno de Administración; el mayor número de frecuencias se obtiene en egresados con una dimensión aceptable (34.6%), seguida de quienes alcanzaron dos aceptables (31.3%) y quienes obtuvieron tres dimensiones aceptables (16.1%); destaca el dato que cerca del 12% de los egresados (11.6) no calificaron con nivel aceptable, en ninguna de las dimensiones; en términos generales el comportamiento observado entre egresados de los diferentes programas es similar. Fuente: elaboración propia

Tabla 5: Valoración de Resultados Por Dimensiones Exploradas Por Unidad Académica (UA)

Ua	Ambiente Físico		Estado Fisiológico		Dist. de Tiempo		Lectura	
	NO ACEP	ACEPT	NO ACEP	ACEPT	NO ACEP	ACEPT	NO ACEP	ACEPT
Fca, Ci	748	278	710	316	871	155	834	192
Fca, Civ	253	102	242	113	305	50	283	72
Eca, Cvii	85	27	66	46	100	12	90	22
Fca, Cviii	172	64	150	86	202	34	195	41
Eca, Cix-A	83	23	69	37	86	20	86	20
Eca, Cix-T	94	41	80	55	109	26	115	20
Totales	1,435 (73%)	535 (27%)	1,317 (67%)	653 (33%)	1,673 (85%)	297 (15%)	1,603 (81%)	367 (19%)
Ua	Técnicas de Estudio		Prep. de Pruebas		Concentración		Act. Hacia Estudio	
	NO ACEP	ACEPT	NO ACEP	ACEPT	NO ACEP	ACEPT	NO ACEP	ACEPT
Fca, Ci	683	343	845	181	840	186	918	108
Fca, Civ	228	127	307	48	283	72	333	22
Eca, Cvii	68	44	97	15	87	25	108	4
Fca, Cviii	150	86	199	37	190	46	216	20
Eca, Cix-A	69	37	91	15	85	21	99	7
Eca, Cix-T	86	49	114	21	113	22	118	17
Totales	1,284 (65%)	686 (35%)	1,653 (84%)	317 (16%)	1,598 (81%)	372 (19%)	1,792 (91%)	178 (9%)

A través de esta Tabla puede apreciarse que las dimensiones en donde los egresados alcanzan mayores valoraciones aceptables corresponden al siguiente orden: Técnicas de Estudio (35%); Estado Fisiológico (33%); Ambiente Físico (27%); Lectura (19%); Concentración (19%); Preparación de Pruebas (16%); Distribución del Tiempo (15%); Actitud hacia el estudio (9%); a partir de estos resultados, sin dejar de considerar que todas las dimensiones representan áreas de oportunidad para desarrollarlos y/o reforzarlos en los procesos educativos; deben realizarse acciones orientadas a mejorar la actitud hacia el estudio; técnicas de distribución del tiempo; elementos básicos para la preparación de pruebas; técnicas de concentración; técnicas de lectura, por citar algunas. Fuente: elaboración propia

Tabla 6: Valoración de Resultados Por Dimensiones Explorada Por Programa Educativo (PE)

Pe	Ambiente Físico		Estado Fisiológico		Dist. de Tiempo		Lectura	
	NO ACEPT	ACEPT	NO ACEPT	ACEPT	NO ACEPT	ACEPT	NO ACEPT	ACEPT
Lc	407(71%)	163(29%)	371(65%)	199(35%)	476(84%)	94(16%)	474(83%)	96(17%)
La	566(74%)	204(26%)	500(65%)	270(35%)	668(87%)	102(13%)	628(82%)	142(18%)
Lgt	286(73%)	108(27%)	287(73%)	107(27%)	337(86%)	57(14%)	310(79%)	84(21%)
Lsc	103(73%)	39(27%)	92(65%)	50(35%)	116(82%)	26(18%)	119(84%)	23(16%)
Lag	36(77%)	11(23%)	32(68%)	15(32%)	36(77%)	11(23%)	36(77%)	11(23%)
Lci	37(79%)	10(21%)	35(74%)	12(26%)	40(85%)	7(15%)	36(77%)	11(23%)
Totales	1,435 (73%)	535 (27%)	1,317 (67%)	653 (33%)	1,673 (85%)	297 (15%)	1,603 (81%)	367 (19%)

Pe	Técnicas de Estudio		Prep. de Pruebas		Concentración		Act. Hacia Estudio	
	NO ACEPT	ACEPT	NO ACEPT	ACEPT	NO ACEPT	ACEPT	NO ACEPT	ACEPT
Lc	376(66%)	194(34%)	478(84%)	92(16%)	464(81%)	106(16%)	511(90%)	59(10%)
La	495(64%)	275(36%)	652(85%)	118(15%)	608(79%)	162(21%)	710(92%)	60(8%)
Lgt	264(67%)	130(33%)	320(81%)	74(19%)	321(81%)	73(19%)	358(91%)	36(9%)
Lsc	93(65%)	49(35%)	119(84%)	23(16%)	124(87%)	18(13%)	123(87%)	19(13%)
Lag	29(62%)	18(38%)	42(89%)	5(11%)	38(81%)	9(19%)	45(96%)	2(4%)
Lci	27(57%)	20(43%)	42(89%)	5(11%)	43(91%)	4(9%)	45(96%)	2(4%)
Totales	1,284 (65%)	686 (35%)	1,653 (84%)	317 (16%)	1,598 (81%)	372 (19%)	1,792 (91%)	178 (9%)

La utilidad de esta Tabla radica al ilustrar por programa educativo, el comportamiento de cada una de las subdimensiones exploradas, de acuerdo a las respuestas proporcionadas por los egresados; de tal forma que tratándose de Ambiente Físico y Estado Fisiológico el PE con mayor tasa de no aceptables fue Comercio Internacional (79 y 74% respectivamente); Distribución de Tiempo, fue Administración con (87%); Lectura, fue Sistemas Computacionales (26%); Técnicas de Estudio, fue Gestión Turística (67%); Preparación de Pruebas fueron Agronegocios y Comercio Internacional (ambos con 89% de no aceptables); Concentración, Comercio Internacional con 91% y Actitud hacia el Estudio, fueron nuevamente Agronegocios y Comercio Internacional, ambos con el 4%. Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

Conocer las áreas de oportunidad que presenta la práctica de hábitos de estudio de futuros profesionistas, representa aspecto medular en la mejora continua para optimizar los procesos de aprendizaje, cuyos resultados deben incorporarse a los trabajos de rediseño y reestructuración curricular y representar una constante en las actividades de aprendizaje; de tal forma que las prácticas declaradas en los documentos institucionales, se acerquen a las prácticas de uso; pues desarrollar hábitos y estrategias eficaces para el estudio en los universitarios, no solo permitirá concluir exitosamente la licenciatura, sino que sentará las bases para un desempeño eficaz en el campo profesional, no se trata solo de enseñar técnicas, métodos y procedimientos para el estudio eficaz, sino que éstas sean apropiadas por los estudiantes, constituyan su práctica cotidiana y obtengan las competencias para identificar los momentos apropiados en que deben utilizarlas, es decir debe fomentarse la autonomía del aprendizaje y la facultad para tomar decisiones, regulando el propio aprendizaje y en consecuencia la consecución de metas; implica no solo la ejecución de procedimientos estandarizados, sino el cuándo y por qué han de utilizarse.

De acuerdo con el *test* aplicado, los resultados globales muestran, que únicamente 6.4% de los egresados dominan cuatro o más dimensiones exploradas y que cerca del 12% no alcanzó valoración aceptable en ninguna de las dimensiones; por otro lado las dimensiones “técnicas de estudio”, “estado fisiológico” y “ambiente físico”, resultan mejor valoradas, en contraposición “preparación de pruebas”, “distribución del tiempo” y “actitud hacia el estudio”, muestran las ponderaciones más bajas. Existe coincidencia con estudios similares y hallazgos encontrados en la Universidad Veracruzana, cuyas deficiencias detectadas están relacionadas con “distribución y administración del tiempo para estudiar”, “concentración” y “técnicas de lectura”; asimismo con la Universidad de Durango, cuyas áreas de oportunidad se centran en

“planeación” (involucrada en la distribución del tiempo), “lectura” y “métodos de estudio”. De igual forma existe similitud en la dimensión “control y distribución del tiempo” y “estrategias de examen” halladas en la Universidad de Tabasco y al confirmarse las deficiencias en la dimensión “lectura” hallada en este estudio, se coincide con las insuficiencias encontradas en la investigación realizada por Backhoff, Velasco & Peón, (2013) en la UABC. Estos resultados deben traducirse en acciones a incorporar en procesos de mejora continua y en las acciones de actualización y rediseño curricular.

Limitaciones y Sugerencias

Futuros estudios podrían comprender estudiantes en semestres intermedios y no solo a egresados, o en su caso podrá analizarse la conveniencia de utilizar otro instrumento que permita ahondar más en las dimensiones exploradas, de tal forma que se obtengan mayores elementos de análisis.

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. ANUIES. (2003). “Programas Institucionales de tutoría. Una propuesta de la ANUIES para su organización y funcionamiento en las Instituciones de Educación Superior”. Serie Investigaciones. 2ª Edición corregida. México.
- Castañeda, F., S., & Martínez, R., R. (1999). “Enseñanza y aprendizaje estratégicos. Modelo integral de evaluación e instrucción” en *Revista Latina de Pensamiento y Lenguaje*. No. 4. México.
- Castañeda, F., S., & Ortega, I. (2002). “Guía integral para el Tutor de Educación Superior”. Universidad Autónoma de México. México.
- Castillo, A., S. & Palomo, G., L. (2008). “Enseñar a estudiar... Aprender a aprender. Didáctica del estudio”. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Chaín, R., R. & Jácome, A., N. (2007). “Perfil de ingreso y trayectoria escolar en la Universidad”. Universidad Veracruzana. Veracruz.
- Backhoff, E., E., Velasco, A., V., & Peón, Z., M. (2013). “Evaluación de la competencia de expresión escrita argumentativa de estudiantes universitarios” en *Revista de la Educación Superior No. 167*. ISSN 0185-2760. Vol. XLII (3). No. 167. Julio-Septiembre. Págs. 9-39. ANUIES. Disponible en: <http://publicaciones.anuiem.mx/revista/167/5/1/es/evaluacion-de-la-competencia-de-expresion-escrita-argumentativa-de>
- Díaz, B., F. (2011). “Metodología de diseño curricular para Educación Superior”. México: Trillas.
- Díaz, B., F. & Hernández, R., G. (2010). “Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una Interpretación constructivista” (3ª Edición). México: Mc Graw Hill
- Durán, D. (Coord.). (2011). “Leemos en pareja, Tutoría entre iguales para la competencia lectora”. Barcelona: Horsori
- Eyssautier de la M., M. (2006). “Metodología de la Investigación. Desarrollo de la inteligencia” (5ª Ed). México: Thomson.
- García-Huidobro, B., C., Gutiérrez, G., M., & Condemarín, G., E. (2000) “A estudiar también se aprende. Metodología de estudio, sesión por sesión”(4ª Ed.). México: Editorial Alfa Omega.

Garrido, F. (2014). “Leer y escribir para ingresar a la Educación Superior” en *Revista de la Educación Superior No. 172*. ISSN 0185-2760. Vol. XLIII (4). No. 172. Agosto-Diciembre. Págs. 145-150.

ANUIES. Disponible en: http://publicaciones.anui.es.mx/pdfs/revista/Revista172_S4A1ES.pdf

Gil, D. & Rosas, M. (2010). “El arte de investigar y sus implicaciones” en *El arte de investigar*. Coordinado por Mejía, Juárez y Comboni. México: UAM.

González, A. (1985). “Los hábitos de estudio y su relación con el rendimiento académico”. Tesis de Licenciatura. Universidad Francisco Marroquín. Guatemala. Disponible en: <http://www.tesis.ufm.edu.gt/pdf/223.pdf>

González, R., R. (Coord.) (2014). “Habilidades Lingüísticas de los estudiantes de primer ingreso a las Instituciones de Educación Superior. Área Metropolitana de la Ciudad de México”. México: ANUIES.

Hernández, S. R.; Fernández, C. & Baptista L. (2014). “Metodología de la Investigación” (6ª Ed). México: Mc Graw Hill.

Ireta, L., H., González, L. O., & Pérez, C., M. (2008). “Prácticas de estudio-aprendizaje y actitudes de estudiantes universitarios”. Ponencia presentada en el XI Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas. Memoria electrónica. Guanajuato.

Lerma, M., V., Garrido, P., & Hernández, V., H. (2008). “Habilidades y métodos de estudio: competencia vigente”. Ponencia presentada en el XI Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas. Memoria electrónica. Guanajuato.

Lind, D., A., Marchal, W., G., & Wathen, S., A. (2012). “Estadística aplicada a los negocios y economía” (15ª Ed). México: Mc Graw Hill.

Monereo, C. (2008). La enseñanza estratégica: enseñanza para la autonomía. En Monereo C. (Coord.) *Ser estratégico y autónomo aprendiendo* (pp. 10-25) (3ª Ed). Barcelona: Grao

Rowntre, D. (1978). “Aprende a estudiar”. Barcelona: Editorial Herder.

Sarabia, R., M. & Garizurieta, M., M. (2006). “Segunda etapa de la investigación sobre hábitos de estudio en estudiantes de la Facultad de Contaduría y Administración”. Ponencia presentada en el IX Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas. Memoria electrónica. Tepic.

Universidad Autónoma de Chiapas. UNACH. (2005). “Plan de estudios de la Licenciatura en Contaduría”. México: UNACH.

RECONOCIMIENTO

Los autores agradecen el apoyo financiero recibido por parte del Programa de Fortalecimiento de la Calidad en Instituciones Educativas (PROFOCIE, 2014); que permitió la presentación y publicación de resultados.

BIOGRAFÍA

Juan Carlos Román Fuentes; docente adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, México. Correo electrónico juancrf@gmail.com. Líder del Cuerpo Académico en Consolidación: “Evaluación de procesos organizacionales”.

Ángel Esteban Gordillo Martínez, docente adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, México. Correo electrónico aegomar14@live.com.mx. Miembro del Cuerpo Académico en Consolidación: “Evaluación de procesos organizacionales”.

Rafael Timoteo Franco Gurría; docente adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, México. Correo electrónico rfrank36@hotmail.com. Miembro del Cuerpo Académico en Consolidación: “Evaluación de procesos organizacionales”.

CARACTERIZACIÓN DE LA CADENA DE VALOR DEL TOMATE ROJO FRESCO EN MÉXICO

María Trinidad Álvarez Medina, Instituto Tecnológico de Sonora
Marco Alberto Núñez Ramírez, Instituto Tecnológico de Sonora
Teodoro Rafael Wendlandt Amezaga, Instituto Tecnológico de Sonora

RESUMEN

La agricultura es una actividad económica muy importante a nivel global por su contribución a la producción de alimentos para consumo humano y pecuario. Razón suficiente para procurar la calidad en cada una de las etapas del proceso, desde la producción hasta la comercialización, de tal forma que se proporcionen productos saludables y a un precio acorde con la calidad. Por esto es importante el estudio de las Cadenas de Valor y es a partir de la globalización cuando su estudio adquiere mayor relevancia por su impacto en la economía local, considerando los diferentes participantes en los eslabones de la cadena. El objetivo del presente trabajo fue realizar la caracterización de la Cadena de Valor del tomate fresco en México propuesto por el Consejo Nacional de Productores de Tomate A.C. mediante un análisis documental que consideró el análisis del sector de este producto, así como la identificación y caracterización de los eslabones que intervienen en el proceso productivo y de comercialización. Después del análisis de las Cadenas de Valor de tomate se identificaron las actividades primarias, así como las de soporte y apoyo. En el eslabón de comercialización se observó una alta dependencia del intermediario para hacer llegar el producto al consumidor final, siendo este el que tiene el poder de negociación, por esto se pueden clasificar en cadenas agroalimentarias, orientadas al comprador (buyer driven) y Cadenas de Valor relacionales. Para potencializar la operación equilibrada, eficiente y eficaz de la cadena es de importancia la intervención del Estado a través de la política pública que incentive la conformación de Cadenas de Valor para contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades en donde tienen presencia.

PALABRAS CLAVE: Cadena de Valor, Producción y Comercialización de Tomate

CHARACTERIZATION OF THE OF RED FRESH TOMATO VALUE CHAIN IN MEXICO

ABSTRACT

Agriculture is an important activity globally for its contribution to food production for human and livestock consumption. It is important to ensure quality at every stage of the process, from production to marketing, so that healthy products are provided and priced according to quality. Value Chain study becomes more important for its impact on the local economy. Therefore, it is important to study value chains considering the different participants in the chain links. The aim of this study was to perform the characterization of the Value Chain of fresh tomato in Mexico proposed by the National Council of Producers of Tomato NPO (Consejo Nacional de Productores de Tomate A.C. in Spanish). This was done through a documentary analysis that considers this product sector, as well as the identification and characterization of links involved in the production process and marketing. When the analysis of tomato Value Chains was completed, primary activities were identified, as well as support. In the link marketing a high dependence of intermediaries is required to get the product to the consumer.

JEL: M11, M110, Q10, Q130

KEYWORDS: Value Chain, Production and Marketing of Tomato

INTRODUCCIÓN

La agricultura es una de las actividades económicas importantes a nivel global por su contribución a la producción de alimentos y creación de empleos, la producción agrícola promueve el surgimiento y desarrollo de agroindustrias (Da Silva y Baker, 2013). La apertura de los mercados agroalimentarios al comercio internacional ha provocado impactos positivos y negativos, por una parte ha generado una mayor competencia y el aumento en los ingresos de la población en los sectores con vocación exportadora y por otra los pequeños productores compiten en condiciones desiguales en cuanto a tecnología y acceso al financiamiento (De Felipe, s.f.). Al respecto de los mercados agropecuarios Bastiaensen y Marchetti (2010) mencionan que, a nivel mundial, estos tipos de mercados han sufrido cambios significativos debido a la disminución de la producción agrícola de productos básicos no diferenciados y ha surgido una agricultura orientada a productos diferenciados y procesados con valor agregado y hacia productos especializados para ciertos sectores de mercado; haciéndose necesaria la coordinación entre los diferentes participantes del mercado a fin de aumentar la competitividad de las cadenas en las que participan. A nivel mundial los productos agrícolas más importantes son los cereales, seguidos de las hortalizas y las frutas. La papa y el tomate contribuyen con el 50% de la producción en el mundo, por lo que su valor es de suma importancia en el sistema alimentario mundial. En México, como en otras partes del mundo, se consume preferentemente el tomate fresco, sin embargo también se procesa industrialmente para la elaboración de pastas, salsas, purés y jugos, entre otros productos. El tomate rojo es uno de los productos hortícolas más importantes en México debido al valor de su producción y a la demanda de mano de obra que genera, siendo el principal producto hortícola de exportación.

Actualmente el entorno global enfrenta múltiples desafíos de carácter económico, social y ambiental; ante esta situación es necesaria la procuración del desarrollo sostenible, de tal forma que permita preservar un digno nivel de vida a la población actual sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, esto se logrará en la medida del desarrollo económico, ambiental y social de los Países. Al respecto la Comisión para el desarrollo Económico de América Latina y el Caribe [CEPAL], 2012, citada por Padilla (2014), explica que el desarrollo económico y social demanda cambios significativos en la organización productiva de los países que les permitan dirigirse hacia actividades y sectores más dinámicos en producción y tecnología, requiriendo para este efecto del diseño de políticas públicas integrales donde converjan el Estado, el sector privado y la sociedad.

Lo anterior contribuirá a la competitividad internacional mediante la capacidad de un país para diseñar, producir y comercializar bienes y servicios de mayor calidad y mejor precio que sus competidores, favoreciendo la mejora en la calidad de vida de la sociedad. En relación a esto Porter y Kramer (2011) mencionan que las políticas y las prácticas operacionales implementadas por las organizaciones contribuyen a la competitividad, a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde estas operan, orientándose en identificar y ampliar los vínculos entre el progreso económico y social. Sin embargo Porter (2010) señala que existen dos tipos de ventaja competitiva (1) liderazgo en costos y (2) diferenciación; siendo así como las empresas crean valor para sus clientes. En ese sentido Porter y Kramer (2011) refieren que las empresas pueden generar valor económico al crear valor social mediante lo siguiente: (1) Reconcibiendo productos y mercados que sean pertinentes a las necesidades de la sociedad; (2) Redefiniendo la productividad en la Cadena de Valor, de tal forma que exista congruencia entre el progreso social y la productividad en la Cadena de Valor, procurando disminuir los efectos secundarios en cada una de las actividades de la cadena y (3) Conformando un clúster de apoyo a través de agrupamientos de empresas vinculadas entre sí, de tal forma que contribuyan

al desarrollo local mediante la conformación de alianzas de trabajo para ofrecer mejores productos, sin afectar al medio ambiente o a la sociedad.

Para Porter y Kramer es así como las empresas crearán ventajas competitivas sin olvidar la importancia de que sean empresas sostenibles. En ese sentido Vera (2014), citando a UNCTAD (2013), refiere que la sostenibilidad, el aumento en la calidad de vida y la reducción de la pobreza son factores que los diferentes agentes económicos consideran para llevar a cabo estrategias que les permitan lograrlo. Una de esas estrategias es la de trabajar en la integración de cadenas productivas bajo el enfoque de Cadena de Valor, que contribuye a la generación de impactos económicos y sociales positivos. De acuerdo a lo anterior, la conformación de Cadenas de Valor en el sector agrícola es de suma importancia por el impacto que tiene en la economía local, regional y nacional, permitiendo la procuración de la eficiencia en cada una de las actividades que desarrollan los diferentes participantes en la cadena. El objetivo del presente trabajo fue realizar un análisis de las Cadenas de Valor del tomate fresco en México, caracterizando al sector de este producto, así como los eslabones que intervienen en la cadena durante el proceso productivo y de comercialización, con el propósito de la identificación de aspectos internos y externos que afectan el óptimo desempeño de la cadena. Es importante mencionar que este trabajo forma parte de los avances del macro proyecto de investigación “Adopción de criterios de sostenibilidad en las Cadenas de Valor en Latinoamérica” de la Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ALAFEC).

En el presente artículo se presenta, además de la introducción, la revisión de la literatura en donde se abordaron aspectos, tales como los antecedentes de las Cadenas de Valor y sus tipos. Posteriormente se mostraron algunas políticas públicas implementadas en México en apoyo a las Cadenas de Valor. Se caracterizó el producto tomate rojo fresco y se presentaron algunos casos sobre las Cadenas de Valor de este producto en el mundo. Con este marco de referencia se procedió a presentar la metodología que permitió la obtención de los resultados así como las conclusiones y recomendaciones, con respecto al análisis del sector del producto tomate rojo fresco y la las características de la Cadena de Valor de este producto en México.

REVISIÓN DE LITERATURA

El contexto actual se caracteriza por la existencia de estrategias de apertura comercial, de flujos significativos de inversión extranjera y de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que establecen limitaciones a los instrumentos de política pública disponibles para fomentar el desarrollo productivo. El Estado a través de la política industrial, utiliza una serie de instrumentos encaminados a la promoción y el fortalecimiento de actividades específicas o de agentes económicos, de acuerdo con las prioridades del desarrollo nacional (Padilla y Alvarado, 2014). En ese sentido la globalización ha traído consigo cambios significativos en las formas de hacer negocios, lo que ha ocasionado cambios importantes en la tecnología, organización industrial y la división internacional. Al respecto Jones y Kierzkowski (1990), citados por Romero (2009), explican que los sistemas productivos tienen dos perspectivas complementarias: (1) Perspectiva espacial, en donde los procesos de producción se dividen en diferentes fases o bloques de funciones que se realizan separadamente en diferentes lugares del mundo y (2) Perspectiva funcional, donde las grandes empresas externalizan con frecuencia ciertos procesos o actividades hacia empresas más pequeñas y especializadas. De esta manera señalan que las funciones y actividades que anteriormente se realizaban dentro del ámbito de la empresa pasan a ser realizadas por varias organizaciones coordinadas entre sí a través de operaciones en el mercado. Es por esto que las grandes, pequeñas y medianas empresas participan en procesos de producción ubicados en diferentes espacios geográficos, dando lugar a la formación de cadenas globales de valor. Las Cadenas de Valor deben estar orientadas a la generación de valor económico, social y sostenible de tal manera que las personas más pobres que conforman los eslabones en la cadena productiva se vean beneficiadas (Padilla, 2014; Pérez, Gil-Casares, Vernooij, Loyola, Loro y Costa, 2010).

A partir de la globalización el estudio de las Cadenas de Valor se ha tornado importante por el impacto que el desarrollo de las actividades tiene en la economía local (Romero, 2006) en cada uno de sus eslabones. Por una parte Fernández-Stark y Gereffi (2011) comprenden la cadena productiva como todas las actividades que tanto trabajadores como empresas llevan a cabo para crear un producto, su uso y desecho final. Por otra parte la Cadena de Valor, de acuerdo a Klapinsky y Morris (2009), considera todas las actividades necesarias para que un producto o servicio pase por las diferentes etapas de producción, se entregue a los consumidores y se dé su disposición final después de su uso. En ese orden de ideas Goletti (2004), citado por Bastiaensen y Marchetti (2010), refiere que las Cadenas de Valor representan conexiones o enlaces entre diversos actores económicos organizados en conjunto para aumentar la productividad y el valor agregado de sus actividades, generando beneficios y una competitividad más alta para los participantes. Las Cadenas de Valor tienen un enfoque integral ya que pueden converger diferentes participantes sociales como el gobierno, empresas, comunidades, academia y organismos no gubernamentales Pérez *et al*, (2010).

Por otra parte Boons, Baumann y Hall (2012) afirman que las redes que integran las cadenas productivas implican empresas, consumidores, agencias gubernamentales y organizaciones no gubernamentales. Todas estas relaciones afectan las decisiones operativas y estratégicas de las empresas, así como a los consumidores, y como consecuencia tienen un impacto social. A su vez Porter (1985) considera que las Cadenas de Valor representan ventajas competitivas para las organizaciones y clasifica las actividades que realizan las empresas en: primarias (producción, logística, marketing de ventas y servicios postventa) y secundarias o de apoyo (infraestructura empresarial, recursos humanos, desarrollo tecnológico y aprovisionamiento). Al respecto Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005) utilizan el concepto de cadena global de valor y su principal contribución al análisis de las Cadenas de Valor es el enfoque en las relaciones de poder, es decir la gobernanza y sus mecanismos de control a través de la coordinación global dispersa y eslabonada de los sistemas de producción y la interacción coordinada entre los eslabones. Además identifican cinco tipos de gobernanza; (1) mercados, donde se da la compra venta de productos, (2) Cadenas de Valor modulares, en esta Cadenas de Valor los proveedores fabrican productos o prestan servicios de acuerdo con las especificaciones del cliente; (3) Cadenas de Valor relacionales, un pequeño grupo de empresas interactúan compartiendo conocimiento con el apoyo de los socios de las cadenas globales de valor; (4) Cadenas de Valor en cautiverio, los pequeños proveedores son altamente dependientes de grandes compradores, teniendo estos su vez un alto grado de control y (5) jerárquica, que se caracteriza por la integración vertical, es decir las diferentes operaciones son realizadas por una sola empresa.

Tipos de Cadenas de Valor

Padilla (2014), citando a (Gereffi, 1994; Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial [ONUUDI], 2009), clasifica las Cadenas de Valor en las siguientes cuatro formas: (1) Por el número de actores involucrados; (2) Por los actores que determinan su gobernanza, distinguiendo las Cadenas de Valor dominadas por el comprador (*buyer driven*), de aquellas dominadas por el proveedor (*supplier-driven*); (3) Por su operación, aquí se presentan las Cadenas de Valor regionales y nacionales en donde los productos se comercializan en el País en donde se elaboran y las cadenas globales de valor, en donde los productos se producen y comercializan en países distintos a donde se elaboran; (4) Por el grado de transformación del producto, se refieren a los procesos productivos requeridos para transformar los productos, debido a que hay productos que requieren de procesos más sofisticados para su transformación. Respecto a los tipos de cadenas Romero (2006) menciona tres tipos: (1) Cadenas industriales, cuyo objeto es la transformación de la materia prima y una de las estrategias puede ser la diferenciación del producto por calidad y exigencias del mercado; (2) Cadenas agroalimentarias, se entiende como un encadenamiento de procesos donde intervienen diferentes actores, propiciando relaciones y acciones que permiten realizar una actividad agrícola en un espacio territorial determinado; (3) Cadenas de servicios, aquí se encuentra una diversidad de servicios, tales como educación, finanzas,

mercadeo, post venta y atención al cliente. Dichas cadenas pueden subclasificarse en cadenas básicas tradicionales y cadenas básicas modernas.

Política Pública en México en Apoyo a las Cadenas de Valor

Para el desempeño eficaz y eficiente de las Cadenas de Valor se requiere de mecanismos de gobernanza, en ese sentido la política pública implementada por los gobiernos es esencial. En el caso de México el plan Nacional de Desarrollo [PND] 2013 – 2018, en su eje México prospero, propone como uno de los objetivos el desarrollo de los sectores estratégicos, el cual tiene como una de las estrategias el “Reactivar una política de fomento económico enfocada en incrementar la productividad de los sectores dinámicos y tradicionales de la economía mexicana, de manera regional y sectorialmente equilibrada”, así mismo considera como principales líneas de acción para lograrlo (1) “Implementar una política de fomento económico que contemple el diseño y desarrollo de agendas sectoriales y regionales, el desarrollo de capital humano innovador, el impulso de sectores estratégicos de alto valor, el desarrollo y la promoción de Cadenas de Valor en sectores estratégicos y el apoyo a la innovación y el desarrollo tecnológico”. (2) “Articular, bajo una óptica transversal, sectorial y/o regional, el diseño, ejecución y seguimiento de proyectos orientados a fortalecer la competitividad del país, por parte de los tres órdenes de gobierno, iniciativa privada y otros sectores de la sociedad” (pp. 137).

Por otra parte El PND en su eje 5, “México con Responsabilidad Global”, establece el objetivo de “Reafirmar el compromiso del país con el libre comercio, la movilidad de capitales y la integración productiva” mediante la estrategia de fomentar la integración regional de México a través de acuerdos económicos estratégicos, fortaleciendo así la alianza estratégica del tratado de libre comercio con los países de Norteamérica (Canadá, Estados Unidos y México) mediante la mejora de la logística de transporte, el cruce fronterizo, la homologación de normas en sectores productivos y la creación de nuevas Cadenas de Valor global para competir estratégicamente con otras regiones del mundo. En la política pública diseñada a través del PND se impulsa la conformación de Cadenas de Valor con el propósito de fomentar la productividad e incentivar la comercialización de los productos mexicanos en el exterior que contribuyan al desarrollo económico y social en nuestro País.

Caracterización del Producto Tomate

El tomate es originario de América del Sur, específicamente de Perú, Ecuador, Bolivia y Chile. Sin embargo es en México donde se domestica y se le da el nombre de tomate, palabra que proviene del náhuatl compuesta de las “*xictli*”, que significa ombligo, y “*tomatl*”, que significa tomate, es decir tomate de ombligo, es importante mencionar que el nombre científico es “*lycopersicon esculentum Mill*”. El número de días entre la plantación y la cosecha es de 55-65 días en cosecha temprana; de 66 a 80 días de mediana maduración y de mayor maduración de 80 días en adelante. El tomate se clasifica de acuerdo a las siguientes características: (1) forma, (2) madurez y (3) color. De acuerdo a su forma, existen 5 tipos, cherry, saladette, tipo pera, bola estándar y bola grande (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación [SAGARPA], 2010).

Algunos Estudios Sobre las Cadenas de Valor

El Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino (MARM, 2009) del Gobierno de España, a través del observatorio de precios, presenta un estudio de la Cadena de Valor y formación de precios del tomate. Es un estudio descriptivo cuyo objetivo es conocer la Cadena de Valor del tomate para favorecer la transparencia del mercado así como detectar posibles ineficiencias. Para ello se identificaron y analizaron los eslabones principales de la Cadena de Valor del sector y se estudió el proceso de formación de precios a lo largo de la misma por medio de la descripción de las actividades básicas en cada una de las etapas de la Cadena de Valor. El 88.77 % de la producción de tomate se consume fresco y el 11.23 %

envasado. El canal de comercialización más importante es el supermercado y la tienda tradicional que representan el 47.81 % de la comercialización total. En la Cadena de Valor de tomate se identifican cuatro eslabones: producción, comercialización en origen, comercialización en destino y tienda. Se observa que el poder de negociación lo tienen los grandes mayoristas y distribuidores, generando esto ventajas competitivas para los compradores porque les permite negociar precios, calidad y presentación del producto. Se observa la presencia de corredores que comercializan el tomate a nivel nacional e internacional, cobrando por sus servicios una comisión. Esta cadena está basada en el modelo de Cadena de Valor propuesto por Porter (1985).

METODOLOGÍA

Ya realizada la revisión de la literatura respecto de las Cadenas de Valor se procede a explicar la metodología para realizar la caracterización de la Cadena de Valor del tomate rojo fresco producido en México. La presente investigación es de tipo descriptivo, no experimental. Está basada en el manual para el desarrollo económico local y cadenas globales de valor de Fernandez-Stark y Gereffi (2011), donde proponen los siguientes pasos para el análisis de la Cadena de Valor: descripción de la industria a nivel global y local; estructura de la cadena; organización local de las empresas y gobernanza de la cadena global de valor. Para efectos de este proyecto se realizó el siguiente proceso:

Revisión Bibliográfica Sobre las Cadenas de Valor Para Realizar el Marco Conceptual Considerando los Sigüientes Autores

Autor/Año	Énfasis
Bastiaensen y Marchetti (2010)	Cadenas de Valor Agropecuarias
Boons, Baumann y Hall (2012)	Desarrollo sostenible y Cadenas Globales de Valor
Fernandez-Stark y Gereffi (2011)	Desarrollo económico local y Cadenas Globales de Valor
Gereffi, G., Humphrey, J., y Sturgeon (2005)	La Gobernanza en las Cadenas Globales de Valor
Kaplinsky y Morris (2009)	Manual para investigación de Cadenas de Valor
Padilla (2014)	Cadena de valor instrumento de la política industrial
Pérez, et.al (2010)	Cadenas de valor para la erradicación de la pobreza
Porter, M. (1985)	Competitive Advantage
Porter, M. (2010)	Ventaja competitiva
Porter, M., y Kramer, M. (2011)	Valor compartido
Romero, W. (2006)	Cadenas de valor. Aproximación conceptual y Metodológica
Romero, I. (2009)	Pymes y las Cadenas Globales de Valor

Caracterización de la producción y comercialización del tomate fresco en el mundo considerando las estadísticas de la FAO, durante los últimos cinco años;

Caracterización de la producción y comercialización del tomate fresco en México considerando las estadísticas de los últimos cinco años de SAGARPA;

Caracterización de la cadena del sistema producto tomate en México tomando como referencia el modelo de Cadena de Valor del Consejo Nacional de Productores de Tomate.

Las fuentes de información para la caracterización de la Cadena de Valor y el análisis del sector de este producto, son secundarias, tales como informes de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), SAGARPA y el Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). El procedimiento mencionado anteriormente permitirá elaborar las conclusiones y recomendaciones derivadas de la caracterización de las Cadenas de Valor agrícola del tomate en México.

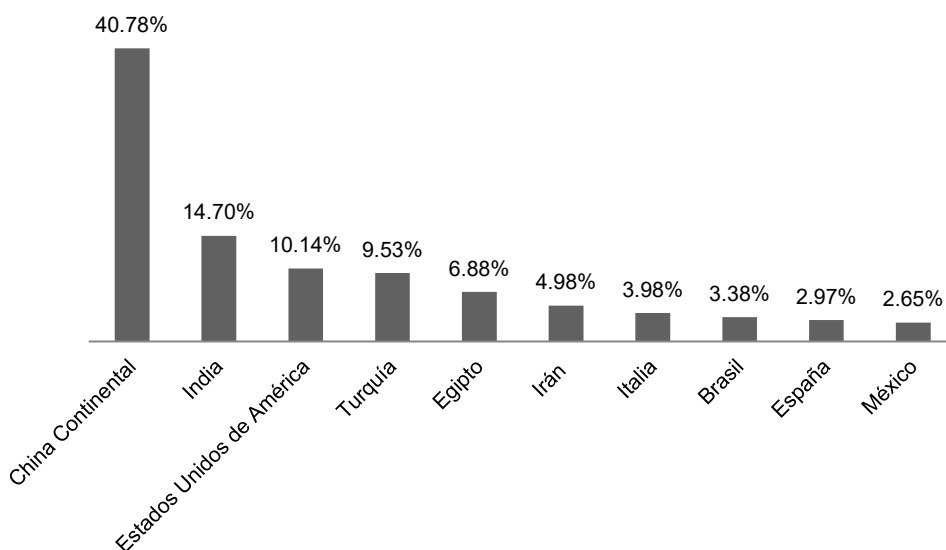
RESULTADOS

En este apartado se presenta la caracterización de la producción y comercialización del tomate fresco en el mundo y en México, así como la caracterización de la Cadena de Valor del sistema producto tomate, propuesta por el Consejo Nacional de Productores de Tomate, A.C., de México.

Situación de la Producción y Comercialización del Tomate en el Mundo

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura [FAO], 2015, los diez principales productores en el mundo de tomate fresco al 2013 son: China, India, Estados Unidos de América (EUA), Turquía, Egipto, Irán, India, Brasil, España y México. China Continental es el mayor productor con el 40.78%, seguido de la India con el 14.70%, Estados Unidos de América 10.14%, México ocupa el décimo sitio con una participación en la producción del 2.65%, ver figura 1.

Figura 1: Producción Mundial de Tomate Fresco Por el Año 2013



En esta figura se muestra el porcentaje de la producción mundial de toneladas de tomates frescos en el año 2013. La base para el cálculo del porcentaje es la sumatoria de la producción en toneladas de los diez principales productores de tomate. Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2015), disponible en <http://faostat.fao.org/>

En relación a las exportaciones e importaciones de tomate fresco a nivel mundial en el periodo 2013 México ocupa el primer lugar con el 33.03%, le siguen los países bajos con 21.81%, España 21.60%, Jordania 13.16%, Turquía 10.39%. En cuanto a la importación Estados Unidos de América ocupa el primer lugar con el 37.22% de los cinco principales países importadores de tomate en el mundo, seguido de la Federación Rusia 20.72%, Alemania 17.90%, Francia 13.50% y la Unión Europea 10.65% ver tabla 1.

En los datos presentados anteriormente (figura 1 y tabla 1) señalan a China como el principal productor de tomate fresco en el mundo desde hace casi veinte años, en tanto que Estados Unidos de América ocupaba el tercer lugar en la producción mundial de tomate fresco al año 2013. No obstante lo anterior estos dos países no son los principales exportadores debido a su alto consumo interno y a la alta industrialización de este producto en pastas, jugos, *ketchup*, entre otros, siendo México el principal exportador, por lo que se puede afirmar que a pesar de que EUA es un productor importante no es

autosuficiente, viéndose en la imperiosa necesidad de importar tomate, principalmente de México (FAO, 2015).

Tabla 1: Exportaciones e Importaciones en el Mundo de Tomate Fresco Por el Año 2013

País	Exportaciones		Importaciones		País	Toneladas		%
	Toneladas	%	Toneladas	%				
México	1,535,157	33.03%	Estados Unidos de América	1,537,403	37.22%			
Países Bajos	1,013,529	21.81%	Federación de Rusia	855,953	20.72%			
España	1,004,009	21.60%	Alemania	739,361	17.90%			
Jordania	611,519	13.16%	Francia	557,526	13.50%			
Turquía	483,046	10.39%	UE(27)ex.com	440,037	10.65%			
	4,647,260	100.00%		4,130,280	100%			

En esta tabla se presentan las exportaciones e importaciones de tomate fresco en el mundo. La base para el cálculo del porcentaje es la sumatoria de las toneladas exportadas e importadas, considerando a los cinco principales países productores. Elaboración propia con información de FAOSTAT (2015), disponible en <http://faostat.fao.org/>.

Situación de la Producción y Comercialización del Tomate en México

Al ser México un participante relevante en la exportación de tomate es importante analizar la producción y comercialización de este producto en este país. En relación a la producción en México para el periodo de 2009-2013 se observa una tendencia en aumento, excepto el 2011, año en donde se presentó una disminución de la producción del 9.50%, para posteriormente revertir esa tendencia con incrementos del 27.58% y 21.97% en 2012 y 2013 respectivamente, ver tabla 2.

Tabla 2: Producción de Tomate Fresco en México Para el Periodo 2009 -2013

Año	Toneladas	Porcentaje
2009	2,691,395	100%
2010	2,997,641	11.38%
2011	2,435,788	-9.50%
2012	3,433,567	27.58%
2013	3,282,583	21.97%
Promedio	2,968,195	12.86%

En esta tabla se presenta la producción del tomate en México para el periodo 2009 - 2013. El año base para el cálculo de la tendencia porcentual es el 2009. Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2015), disponible en: <http://faostat3.fao.org/>

Las exportaciones e importaciones de México en el periodo 2009 - 2013 se comportaron de la siguiente manera: (1) se exportaron en promedio 1,429,356 toneladas con una tendencia promedio de 8.66%, el año con mayor crecimiento fue 2010; (2) se importaron en promedio 29,590 toneladas, con una tendencia hacia la baja, disminuyendo las importaciones a partir del año 2010. Existe un comportamiento similar en ese año en cuanto a la exportación e importación siendo ese año el que presentó un crecimiento mayor, presentándose en los años posteriores disminuciones (SIAP, 2015).

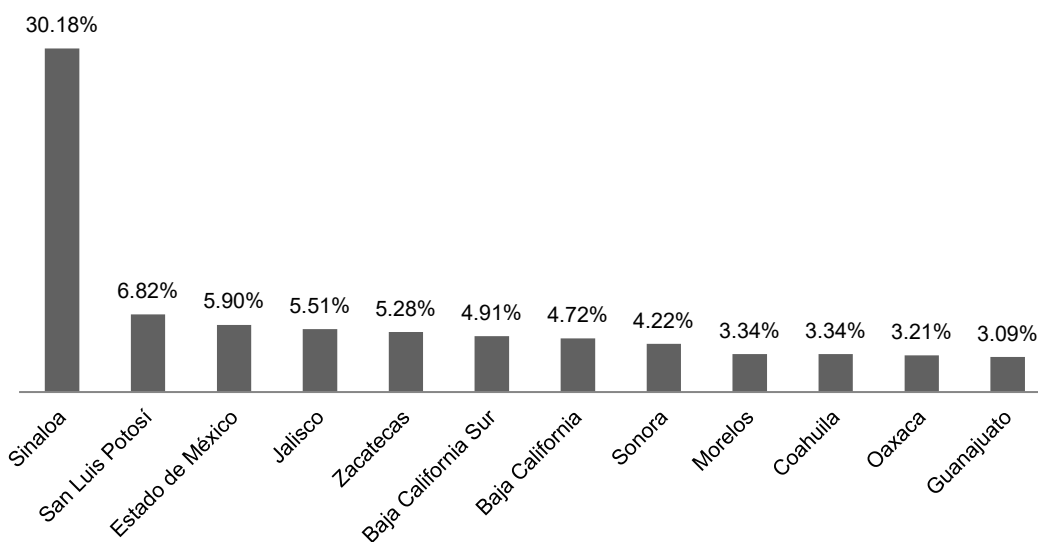
Tabla 3: Exportaciones e Importaciones de Tomate Fresco de México Para el Periodo 2009 - 2013

Exportaciones				Importaciones				
Año	Toneladas	Porcentaje	Valor	Porcentaje	Toneladas	Porcentaje	Valor	Porcentaje
2009					49,778		68,285	
2010	1,136,299	32.85%	1,210,757	31.76%	33,049	-33.61%	71,493	4.70%
2011	1,509,616	-1.08%	1,595,315	31.21%	23,726	-28.21%	47,439	-33.65%
2012	1,493,316	-1.40%	2,093,141	-19.68%	26,623	12.21%	32,240	-32.04%
2013	1,472,390	4.26%	1,681,274	9.15%	14,773	-44.51%	25,257	-21.66%
Promedio	1,535,157		1,835,175		29,590		48,943	
	1,429,356		1,683,132					

En esta tabla se presentan las toneladas y el valor de las exportaciones e importaciones de tomate fresco de México por los periodos del 2009 al 2013. La tendencia porcentual se calculó considerando como año base el año inmediato anterior. Fuente: Elaboración propia con información de FAOSTAT (2015), disponible en: <http://faostat3.fao.org/>

En relación a la producción de tomate por entidad federativa en México, el SIAP presenta que al año 2014 el estado de Sinaloa es el principal productor con una producción del 30.18%, además de su participación destacada en este rubro es también el principal exportador.

Figura 2: Producción en México Por Entidad Federativa de Tomate Rojo Fresco Para el Año 2014



En esta figura se presenta la producción de tomate fresco rojo de las doce entidades federativas con mayor producción. La base de cálculo es la sumatoria de los doce principales productores de tomate en el país, que en su conjunto suman el 80.54% de la producción total. Fuente: Elaboración propia con información de SIAP (2015), disponible en: www.siap.gob.mx

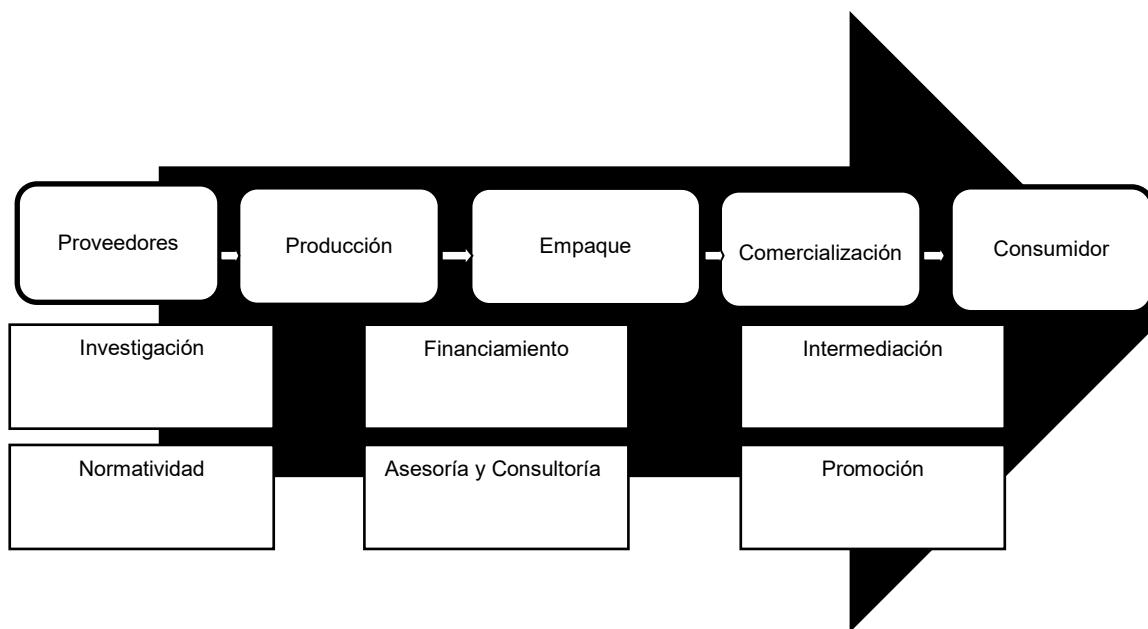
Cadena de Valor del Producto Tomate en México

En México el producto tomate ocupa el primer lugar entre los productos agroalimenticios de exportación, representando una oportunidad rentable de inversión por su gran valor económico y demanda agregada. La cantidad de hectáreas sembradas y cosechadas ha aumentado en forma paulatina, repercutiendo en el incremento de la producción en cantidad de toneladas por año. Es por ello que en México se ha constituido el sistema producto nacional tomate rojo (SPT), el cual está contemplado en el artículo

tercero, fracción XXXI, de la Ley de desarrollo rural sustentable, el cual define a este sistema como “el conjunto de elementos y agentes concurrentes de los procesos productivos de productos agropecuarios, incluidos el abastecimiento de equipo técnico, insumos y servicios de la producción primaria, acopio, transformación, distribución y comercialización”. Así surge el SPT, como parte de la estrategia de integración de Sistemas Producto y derivado de un proceso participativo de un gran número de productores de tomate de todo el país; naciendo así el Consejo Nacional de Productores de Tomate, A.C. (CNPT), quienes trabajaron en la conformación de la Cadena de Valor del producto tomate (CNPT, 2012)

Cadena de Valor del Sistema Producto Tomate en México: La Cadena de Valor del Sistema Producto Tomate Rojo está integrado por una serie de eslabones que se interrelacionan entre sí, considerando actividades primarias y de apoyo de acuerdo con lo propuesto por Porter (1985), el propósito de la misma es generar valor agregado a los productores en beneficio de los participantes de la cadena (CNPT, 2012).

Figura 3: Cadena de Valor del Sistema Producto Nacional Tomate Rojo



En esta figura se muestra las actividades primarias y de soporte de la Cadena de Valor del sistema producto tomate rojo. Fuente: Adaptado del (Consejo Nacional de Productores de Tomate, A.C. [CNPT], 2012).

Las actividades primarias de la Cadena de Valor del SPT son: Proveedores, Producción, empaque, comercialización y consumidor final, a continuación se describen cada uno de los eslabones de las actividades primarias de acuerdo al (CNPT, 2012).

Proveedores: estos proporcionan los principales insumos, semillas, maquinaria e infraestructura necesaria para la producción del tomate.

Producción: existen diferente tipos de productores, (i) organizados y producción a gran escala, orientados al mercado de exportación; (ii) productores de menor escala, cuya orientación es hacia mercados locales; dichos productores se caracterizan por sistemas de policultivos, lo cuales producen una buena parte para el autoconsumo o alimentación de su ganado y el restante se vende en los poblados cercanos, muchas veces vía intermediarios; (iii) productores que utilizan sistemas de agricultura protegida mediante invernaderos y malla sombra que les permite la obtención de altos rendimientos, comercializando sus

productos en mercados diferenciados, mismos que en México son de tamaño muy limitado todavía pero de acelerada expansión.

Empaque: en este eslabón de la cadena se da la clasificación del producto de acuerdo a su tamaño, variedad, sub-variedad y color. Cuando el producto es de exportación hacia los Estados Unidos de América, se consideran los estándares de calidad establecidos por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (*USDA*).

Comercializador: este eslabón de la cadena interviene como intermediario entre los productores oferentes y los demandante del tomate. Son estos los que hacen llegar el producto a los mercados internacionales y nacionales. Existen intermediarios que se limitan a colocar el producto en la central de abastos hasta otros que ofrecen el producto en toda la cadena productiva, incluyendo al consumidor final. El mismo SPT explica que este eslabón de la cadena asume menor riesgo. No obstante es el que en ocasiones obtiene mayores utilidades debido al débil poder de negociación del productor, debido a la producción de tomate con poca vida de anaquel y a la presencia de altos costos variables y fijos.

Un canal de comercialización que adquiere cada vez mayor importancia por los altos volúmenes de compra son los supermercados debido a que son estos los que hacen llegar el producto al consumidor final, otorgándoles esto un alto poder de negociación. Otro canal de comercialización son las tiendas de abarrotes, sin embargo estas han ido perdiendo fuerza por la expansión de las tiendas de autoservicio que tienen capacidad para ofrecer productos a menor precio y de mayor calidad.

El Consumidor final: requiere de productos de calidad (inocuidad) y a buen precio, siendo esto precisamente el objetivo final de la cadena agroalimentaria. Es el fin de la cadena, sin embargo este rige los demás eslabones solicitando un producto fresco, con larga duración y saludable (CNPT, 2012). Las actividades de soporte o apoyo, como las denomina Porter (1985), para la Cadena de Valor sistema producto tomate son la investigación, financiamiento, normatividad, asesoría y consultoría.

Investigación: es trascendental para generar conocimiento y mejorar la producción con nuevas tecnologías que permitan generar un producto de mayor calidad y con más rendimientos en equilibrio con los aspectos medioambientales, sociales y económicos, a través de la vinculación con los centros de investigación y universidades.

Financiamiento: es crítico para el desarrollo económico del sector, el disponer de acceso a otras alternativas de financiamiento, diferente a los proveedores y comercializadores, tales como créditos de la banca de desarrollo, apoyos gubernamentales, así como de intermediarios financieros no bancarios.

Intermediación: esta se da mayormente para el producto en fresco, llegando el producto a tener de dos a tres intermediarios, antes de llegar al consumidor final.

Normatividad: es importante la generación de políticas públicas que propicien el desarrollo de la producción de tomate en México, de tal forma que les permita la comercialización exitosa en los mercados existentes y diversificar las exportaciones, otorgando seguridad jurídica a las actividades que desarrollan.

Asesoría y consultoría: en esta actividad de soporte se proporcionan la asistencia técnica a las actividades primarias de producción y comercialización.

Promoción: este eslabón considera la implementación de mecanismos de difusión de los beneficios del consumo del producto tomate para posicionarlo en el mercado nacional e internacional.

La importancia de estos resultados estriba en la presentación de información relacionada con la producción y comercialización de tomate en el mundo y en México, en donde este país mantiene una posición privilegiada al ser el mayor exportador de este producto al mercado de los Estados Unidos de América. Además de la caracterización de ese producto se presenta la Cadena de Valor diseñada por el consejo nacional de productores de tomate rojo, donde se identifican las actividades primarias y secundarias, desde la proveeduría, producción, empaque, comercialización y distribución final. Es destacable que con la promulgación de la Ley de desarrollo rural sustentable el Gobierno de México da un paso importante para el apoyo en la conformación de sistemas producto, además el PND 2012-2018 considera el apoyo a la conformación de cadenas de valor para incentivar el desarrollo de los sectores económicos.

CONCLUSIONES

La Cadena de Valor del tomate en México del SPT, del Consejo Nacional de productores de Tomate, A.C., identifica las actividades primarias y las actividades de soporte y apoyo, sin embargo es importante destacar que el eslabón de comercialización tiene una alta dependencia del intermediario para hacer llegar el producto al consumidor final, siendo el intermediario el que tiene el poder de negociación, razón por la que es posible clasificarlas en cadenas *buyer driven* y Cadenas de Valor relacionales, de acuerdo a Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005), así mismo ambas son cadenas agroalimentarias (Romero, 2006). Por ser este producto altamente demandado en el mercado de exportación se inserta en una cadena global (Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2005; Kaplinsky y Morris, 2009). Los líderes de la cadena siguen siendo precisamente los comercializadores, al igual que la Cadena de Valor de España presentada por MARM (2009). Las actividades de investigación, financiamiento, normatividad y asesoría son eslabones que deben correr en forma transversal a lo largo de toda la cadena, teniendo estas actividades un amplio potencial para generar innovación en el proceso y la dotación de recursos para la mejora de los procesos de producción. Para potencializar la operación equilibrada, eficiente y eficaz de la cadena es de suma importancia la intervención del Estado a través de la política pública que incentive la conformación de Cadenas de Valor para contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades en donde tienen presencia.

Es importante en futuras investigaciones realizar lo siguiente: (1) La identificación del valor económico, ambiental y social que genera cada eslabón de la cadena, determinando así la contribución al desarrollo sostenible; (2) Estudiar las actividades de las empresas líderes (productores y comercializadores de tomate), a fin de la integración de sus actividades a un mayor número de pequeños productores a la Cadena de Valor de este producto, otorgando así mayor poder a los productores en la medida de su capacidad de organizarse. Por otra parte México debe hacer valer la ventaja competitiva que le ofrece la cercanía con EUA, principal exportador de este producto en el mundo y desarrollar cada uno de los eslabones de la cadena, contribuyendo de esta manera a la competitividad de este sector

REFERENCIA

Bastiaensen, J., y Marchetti, (2010). Microfinanzas rurales y cadenas de valor agropecuarias Estrategias desde el fondo de desarrollo Local en Nicaragua. Universitu of Antwerp. Institute of development policy and management. Working paper.

Boons, F., Baumann, H., y Hall, K. (2012). Conceptualizing Sustainable development and global supply chains. Ecological Economics. pp 134-143. 2012.

CNPT. (2012). Plan Rector del Producto Sistema Tomate. Consejo Nacional de Productores de Tomate

- Da Silva, C., y Baker, D. (2013). Introducción en Da Silva, C., Baker, D., Shepherd, A., Jenane, Ch., y Miranda, S. Agroindustrias para el desarrollo. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Desarrollo (FAO).
- De Felipe, I. (s.f.). El sistema agroalimentario en un contexto global. En: Briz, J., y De Felipe. La cadena de valor agroalimentaria. Análisis internacional de casos reales. Editorial Agrícola Española, S.A. de C.V.
- FAO. (2015). Statistics Report. from <http://www.fao.org/statistics/en/> y <http://faostat3.fao.org/>
- Fernández-Stark, K., y Gereffi, G. (2011). Manual desarrollo económico local y cadenas globales de valor. Center on Globalization, Governance and Competitiveness. Duke University.
- Fernandez-Stark, K., y Gereffi, G. (2011). Manual Desarrollo Economico Local y Cadenas Globales de Valor. Center on Globalization, Governance & Competitiveness. Duke University.
- Gereffi, G., Humphrey, J., y Sturgeon, T. (2005). The Governance og global value chains. Review of International Political Economy. pp. 78-104. 12:1.
- Goletti, F. (2004). The Participation of the Poor in Agricultural Value Chains. A draft Research Program Proposal. Ha Noi, Viet Nam, Agrifood Consulting International for Marking Markets Work Better for the Poor Project, Asian Development Bank.
- Jones, R., y Kierzkowzki (1990). The Role of Services in Production and International Trade. A Theoretical Framewrok. En Jones, R., and Krueger, A. (editores), The political Economy of International Trade. Essays in Honor of Robert E. Baldwin, Oxford. Basil Blackwell.
- Kaplinsky, R., y Morris, M. (2009). Un manual para investigación de cadenas de valor. Traducido por Guillermo Canale y Julieta Caló. IDRC.
- MARM. (2009). Estudio de la cadena de valor y formación de precios de tomate. En: Observatorio de precios de los alimentos.
- Padilla, R. (2014). Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la politica industrial. Metodología y experiencias de la CEPAL en Centroamérica. CEPAL. pp. 27. Santiago de Chile.
- Padilla, R., y Alvarado, J. (2014). Resurgimiento de la politica industrial. En Ramón Padilla (Editor). Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la politica industrial. Metodología y experiencias de la CEPAL en Centroamérica. CEPAL. pp. 33-76. Santiago de Chile.
- Pérez, M., Gil-Casarez, M., Vernooj, M., Loyola, R., Lara, S., y castro, J. (2010). Cadenas de valor. Creando vínculos comerciales para la erradicación de la pobreza. Edición Codespa.
- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Ewww.pnd.gob.mx
- Porter, M. (1985). Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. New York: Free Pass.
- Porter, M. (2010). Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. 9ª reimpression. Grupo Editorial Patria.

Porter, M., y Kramer, M. (2011). La creación de valor compartido. Harvard Business Review. Enero-Febrero 2011.

Romero, W. (2006). Cadenas de valor: Una aproximación conceptual y metodológica para su estudio. Universidad Rafael Landívar. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IDIES).

Romero, I. (2009). PYMES y cadenas de valor globales, implicaciones para la política industrial en las economías en desarrollo. Análisis Económico, Vol. XXIV, Num. 57.

SAGARPA. (2010). Monografías de Cultivos Jitomate. Subsecretaría de fomento a los agronegocios.

SIAP. (2015). En: www.siap.gob.mx.

Vera, P. (2014). Convocatoria a macroproyecto de investigación: Adopción de criterios de sostenibilidad en las cadenas de valor en Latinoamérica. Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ALAFEC) 2014.

BIOGRAFÍA

María Trinidad Álvarez Medina, es Profesora investigadora del Instituto Tecnológico de Sonora, adscrita al departamento de contaduría y finanzas. Contacto: talvarez@itson.edu.mx.

Marco Alberto Núñez Ramírez, es Profesor investigador del Instituto Tecnológico de Sonora, adscrito al departamento de ciencias administrativas. Contacto: marco.nunez@itson.edu.mx.

Teodoro Rafael Wendlandt Amezaga, es Profesor investigador del Instituto Tecnológico de Sonora, adscrito al departamento de ciencias administrativas. Contacto: teodoro.wendlandt@itson.edu.mx.

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CREACIÓN DE PATENTES EN MÉXICO

Rufina Georgina Hernández Contreras, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Rosa María Medina Hernández, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
José Francisco Tenorio Martínez, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

RESUMEN

En el presente artículo se hace un análisis de la creación de patentes por sector industrial en México desde 1993 a 2013. El objetivo es comparar las condiciones y perspectivas de las patentes en la competitividad de las empresas en México. Si bien las patentes por sí solas no tienen gran aportación a la competitividad, se trata de relacionar la competitividad con la creación de las mismas. Para poder realizar el análisis se usan herramientas estadísticas para reportar los comportamientos de las patentes en México, es decir, por sector industrial, por entidad emisora, por importación de tecnología al país, y por país de origen. Los resultados se vinculan con el índice de competitividad, con la finalidad de encontrar relaciones y causalidades del mismo.

PALABRAS CLAVE: Patentes, Competitividad, Innovación, Sectores Industriales, Importación de Tecnología

TECHNOLOGY TRANSFER AND PATENT CREATION IN MEXICO

ABSTRACT

In the present article analyze patent creation per industrial sector in Mexico from 1993 to 2013. The main objective is to compare the conditions and perspectives of patents in the competitiveness of Mexican industries. While patents alone do not have great contribution to competitiveness, the point of this work is to relate competitiveness with the creation of themselves. To perform this analysis, statistical tools will be used to report behaviors of patents in Mexico. The results are linked to the competitiveness index, in order to find relationships and causalities.

JEL: O31, O32, D24

KEYWORDS: Patents, Competitiveness, Innovation, Industrial Sectors, Technology Import

INTRODUCCIÓN

La transferencia de tecnología es una forma de obtención de conocimientos, ideas, métodos, diseños y técnicas para mejorar los procesos del país y con ello el desarrollo de las formas o procesos de producción favoreciendo la competitividad del país que recibe las entregas (Hassan, 2015). Muchas de las transferencias se hacen cuando después de que las ideas y técnicas han sido registradas como propiedad intelectual e industrial, que han sido registradas en México ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI), como invenciones y diseños o que han sido importadas de otros países con la finalidad de ser utilizadas para mejorar la producción. Las patentes debieran formar parte de la innovación para crear competitividad a través de la planeación; se tiene la aplicación de la tecnología, concretamente la tecnología de la información, para controlar firmemente la cadena de valor y lograr un alto grado de

coordinación, con proveedores, clientes (mercado), empresas relacionadas y el gobierno. En economías poco acostumbradas a la vinculación como lo es México, la creación sin vinculación se vuelve una problemática para la productividad y la competitividad. En *The World Economic Forum* (WEF), consultado en el sitio del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), México logró avanzar una posición del lugar 37 al 36 entre 2011 y 2013, aunque el país se encuentra entre los diez últimos lugares y persisten importantes rezagos (IMCO, 2015).

En el presente trabajo se muestran ejemplos de una institución de educación superior que ha tenido algunas transferencias de tecnología hacia el mercado, o que han sido motivo de emprendimiento, de tal forma que lleguen a ser innovaciones que beneficien a la sociedad y ofrecer soluciones a los clientes. El resto del trabajo es un análisis de los resultados de las principales variables que con datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) que tratan sobre la generación por área de conocimiento, por área tecnológica, por área tratado de cooperación, por gasto erogado, por comercio: y la importación y exportación de bienes tecnológicos. Las preguntas de investigación son ¿existe relación entre las variables antes mencionadas y la innovación por el hecho de crear patentes? ¿Existen casos exitosos de transferencia de tecnología por creación de tecnología?

REVISIÓN LITERARIA

En México es la Ley de la Propiedad Industrial (LPI) la encargada de otorgar el registro de patentes, "...sin perjuicio de lo establecido en los Tratados Internacionales de los que México sea parte (LPI, 2012)". En donde la administración tiene por objeto "Propiciar la participación del sector industrial en el desarrollo y aplicación de tecnologías.. y Tramitar y, en su caso, otorgar patentes de invención, y registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, y avisos comerciales, emitir declaratorias de notoriedad o fama de marcas, emitir declaratorias de protección a denominaciones de origen, autorizar el uso de las mismas (LPI, 2012)". Por lo cual se utilizan estadísticas del IMPI en el análisis, así como estadísticas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), organismo cuya visión es impulsar y fortalecer el desarrollo científico y la modernización tecnológica de México (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2015). El concepto de competitividad internacional es de uso frecuente en el análisis de los resultados macroeconómicos de los países (OCDE, 2000). La competitividad compara para un país y sus socios comerciales, una serie de características económicas más destacadas que pueden ayudar a explicar las tendencias del comercio internacional (OCDE, 2000). Este concepto abarca, primero de todos, los factores cualitativos o factores que no se prestan fácilmente a la cuantificación. Por lo tanto, la capacidad de innovación tecnológica, el grado de especialización de productos, la calidad de los productos involucrados, o el valor de los servicios de postventa, son factores que pueden influir en los resultados del comercio de un país favorable (OCDE, 2000). Del mismo modo, las altas tasas de crecimiento de la productividad a menudo se buscan como una manera de fortalecer la competitividad.

Algunos aspectos significativos para la productividad es que los factores son difíciles de medir en términos cuantitativos, la consideración aquí se limita a una noción más restringida de las posiciones competitivas relativas (OCDE, 2000), por lo que la productividad en los últimos tiempos puede derivarse de las vinculaciones entre los conocimientos generados, aplicados en la producción de bienes y servicios, por recursos humanos capacitados que pueden generar valor en cada caso. El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) es un centro de investigación aplicada basada en evidencia dedicado a elaborar propuestas viables para mejorar la capacidad de México para atraer y retener talento e inversiones. A través de documentos de análisis y el desarrollo y difusión de los índices de competitividad a nivel global, nacional y urbano, el IMCO aporta información útil para el diseño, monitoreo y seguimiento de políticas públicas nacionales para la competitividad y el desarrollo económico de México. (IMCO, 2015) De acuerdo al Índice Global de Competitividad 2014-2015 elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF) evalúa el panorama de competitividad de 144 economías a partir de su productividad y la prosperidad generada. El índice se basa en el análisis de 12 pilares de competitividad que incluyen instituciones, infraestructura, salud y

educación, eficiencia del mercado laboral, preparación tecnológica, innovación y sofisticación de negocios. Los países que encabezan la edición 2014-2015 del índice son: Suiza con la primera posición, seguido por Singapur, Estados Unidos, Finlandia y Alemania. Por su parte México cayó seis posiciones en el ranking al bajar de la posición 55 hasta la 61 (IMCO, 2015). La Secretaría de Economía de México, dedica una atención especial a la competitividad, de este modo “La Subsecretaria de Competitividad y Normatividad implementa políticas con el propósito de fortalecer la competitividad del país, generando una regulación eficiente y una estructura de normas simplificada que reduce los costos en su cumplimiento (Secretaría de Economía, 2015)”. Por lo cual el país trata de fomentar la competitividad, tratando de vincular a las empresas con los entes generadores de patentes tanto de procesos como de diseños patentados. Debido a que el objetivo de dicha subsecretaría “... es promover el crecimiento de la actividad económica, mediante el desarrollo y aplicación de una normatividad clara, eficaz y simplificada (Secretaría de Economía, 2015)”, en México se ha tratado de buscar una vinculación que no es tan fuerte como en Asia (Hernández, 2013). Aun tratándose de patentes generadas en cualquier lugar del mundo “... fortalecer la competitividad económica nacional y desarrollar las acciones necesarias para generar confianza y lograr el ingreso de la inversión extranjera que el país requiere en los términos del marco jurídico vigente (Secretaría de Economía, 2015)”. Sin embargo la transferencia de tecnología es más campo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, que tiene entre otros los Centros Públicos de Investigación CONACYT, cuyos objetivos son “generar conocimiento científico y promover su aplicación a la solución de problemas nacionales.

Formar recursos humanos de alta especialización, sobre todo a nivel de posgrado. Fomentar la vinculación entre la academia y los sectores público, privado y social. Promover la innovación científica, tecnológica y social para que el país avance en su integración a la economía del conocimiento. Promover la difusión y la divulgación de la ciencia y la tecnología en las áreas de competencia de cada uno de los Centros que integran el Sistema. Fomentar y promover la cultura científica, humanística y tecnológica de la sociedad mexicana (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2015)”. En las últimas décadas, los gobiernos en el mundo han puesto un gran interés por lograr ventajas competitivas en sus economías que les permitan alcanzar un crecimiento económico sustentable, equiparable o mayor que el de sus pares. Una de las formas a que se recurre con más frecuencia para lograr estas ventajas competitivas es el desarrollo de una mejor capacidad de innovar, es decir, de “generar nuevos productos, diseños, procesos, servicios, métodos u organizaciones o de incrementar valor a los existentes”. (Ley de Ciencia y Tecnología) Por otro lado el Programa Nacional de Innovación (PNI) tiene como objetivo establecer políticas públicas que permitan promover y fortalecer la innovación en los procesos productivos y de servicios para incrementar la competitividad de la economía nacional en el corto, mediano y largo plazo. (PNI, 2011) Así mismo existen otras iniciativas de innovación en México como el Fondo Sectorial de Innovación Tecnológica, cuyo objetivo es la realización de investigaciones científicas, desarrollo tecnológico, innovación; el registro nacional e internacional de propiedad intelectual, la formación de recursos humanos especializados; becas, creación, fortalecimiento de grupos o cuerpos académicos o profesionales de investigación, desarrollo tecnológico e innovación, divulgación científica, tecnología e innovación.

También fortalece el establecimiento de sistemas de gestión de tecnología en las empresas, la creación de fondos semilla y de capital de riesgo para la formación de empresas basadas en el conocimiento, así como la creación y consolidación de parques científicos y tecnológicos. (CONACYT, 2015) Por otro lado, la Secretaría de Economía y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) con fundamento en lo dispuesto por el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y la Ley de Ciencia y Tecnología (LCyT), tienen constituido un fideicomiso denominado “Fondo de Innovación Tecnológica (FIT) Secretaría de Economía-CONACYT” con el propósito de apoyar proyectos de innovación tecnológica de las empresas en México. (CONACYT, 2015) Entre los centros de enseñanza de educación superior públicos se encuentra la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), cuya aportación es significativa “... durante el último año ha solicitado el registro de 33 patentes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) y 6 ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) *World Intellectual Property Organization*, vía Ginebra Suiza, con el propósito de obtener su patente a nivel global, la denominada PCT

(*The International Patent System*) (Radilla, 2015)”. Sin embargo las patentes inscritas, no garantizan la vinculación con la producción.

Las instituciones de educación superior mexicanas crean patentes (a veces aisladas) de los requerimientos que las empresas tienen, sin embargo han logrado hacer innovaciones al introducirse en los procesos productivos, como el caso de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla “Gracias al talento y creatividad de los investigadores de la BUAP, tres productos han alcanzado el estatus de innovación: 1. Nanoderma, que es un talco cicatrizante para pie diabético, alivia a pacientes con cicatrices causadas por la diabetes y que tienen riesgo de perder algún miembro, el producto tiene componentes de nanopartículas para la cicatrización y secado de la herida. 2. Estimulador de crecimiento vegetal, es una formulación hecha a base de bacterias, la cual estimula el crecimiento de plantas de jitomate, frijol, papa y maíz, su uso permite un incremento en la productividad, gracias al aumento de la disponibilidad de nutrientes hacia las plantas. 3. Plataforma robótica, consiste en un brazo robótico que permite realizar múltiples funciones, como automatizar procesos de producción en la industria, al que es posible añadir aditamentos que le permiten pintar, trasladar objetos, soldar e incluso ayudar en acciones físicas a personas con discapacidad (Radilla, 2015)”, a través del esfuerzo se ha vinculado para el logro de la transferencia de conocimientos vía patentes. La innovación sigue un esfuerzo más institucional que empresarial “A través del Fondo Sectorial de Innovación (FINNOVA), la BUAP apoyó estos tres proyectos para impulsar su comercialización, ya que representan soluciones efectivas a diversos problemas de salud, producción agrícola y de tecnología. (Radilla, 2015)”, con su consecuente costo y a veces falta de recuperación de inversión.

METODOLOGÍA

Para poder realizar el análisis entre la creación de patentes y la competitividad a través de la transferencia de tecnología, se usan herramientas estadísticas para reportar los comportamientos de las patentes en México, es decir, por sector industrial, por entidad emisora, por importación de tecnología al país, y por país de origen. Los resultados se vinculan con el índice de competitividad, con la finalidad de encontrar relaciones y causalidades del mismo. Posteriormente se analiza un caso con el propósito de verificar que existe la posibilidad de transferir tecnología de forma directa. Las preguntas ¿existe relación entre las patentes generadas, otorgadas y creadas con la innovación por el hecho de crear patentes? ¿Existen casos exitosos de transferencia de tecnología por creación de tecnología? La información que se utiliza se presenta en la Tabla 1, misma que cita las fuentes en cada caso, para poder realizar el análisis del presente trabajo.

Tabla 1: Fuentes de la Información y Periodos Que Cubre

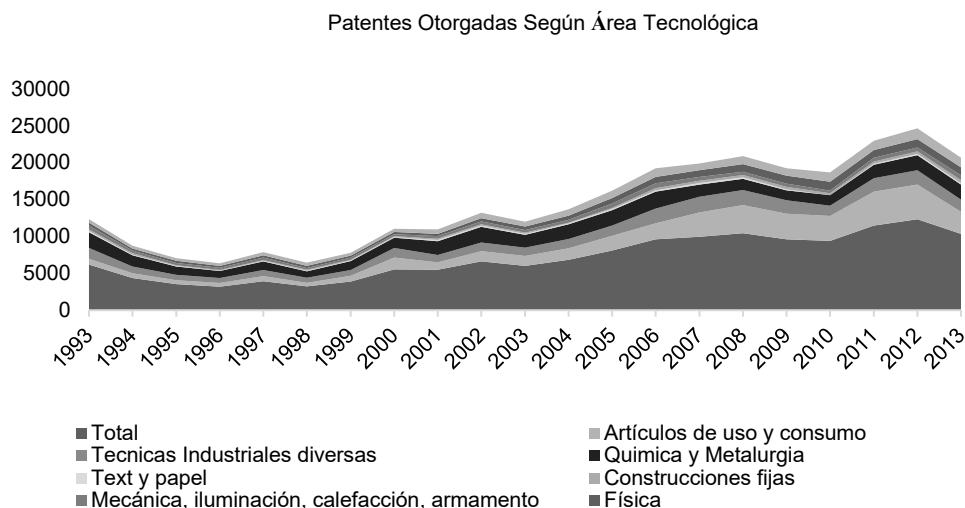
Concepto	Fuente	Periodo
Patentes otorgadas según área tecnológica anual	INEGI	1993-2013
Patentes solicitadas que ingresaron a México vía Tratado de Cooperación en materia de Patentes	INEGI	1996-2013
Patentes solicitadas por mexicanos vía Tratado de Cooperación en materia de Patentes	INEGI	1996-2013
Gasto Federal en Ciencia y Tecnología según sector de asignación	INEGI	1990-2012
Exportaciones de México de Bienes de Alta Tecnología	INEGI	1991-2012
Importaciones de México de Bienes de Alta Tecnología	INEGI	1991-2012
<i>Global Competitiveness Index</i>	<i>World Economic Forum (WEF)</i>	2001-2012

Fuente: elaboración propia con datos de las instituciones citadas en el cuadro.

De cada uno de los casos se obtuvieron figuras que se presentan a continuación.

RESULTADOS

Figura 1: Patentes Otorgadas Según Área Tecnológica Anual de 1993 a 2013



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), en INEGI 2015.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, clasifica las patentes otorgada según 8 áreas tecnológicas: Química y Metalurgia, Mecánica, iluminación, calefacción y armamento, Artículos de uso y consumo, Textil y papel, Física, Técnicas industriales diversas, Construcciones fijas y Electricidad; de estos 8 rubros donde más patentes se han otorgado desde 1993 a 2013 es en Química y Metalurgia; del año 2000 a 2013 se incrementaron las de Artículos de uso y consumo y las Técnicas industriales diversas y recientemente de los años de 2006 a 2013 aumentaron en Física y Electricidad como se muestra en la Figura 1.

Figura 2: Patentes Solicitadas Que Ingresaron a México Vía Tratado de Cooperación en Materia de Patentes



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) en INEGI, 2015.

Como se puede observar en la figura 2, las patentes solicitadas que ingresaron a México por medio del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes, se han ido incrementando paulatinamente desde 1996 a 2013, acrecentándose en los años 2006, 2007 y 2008, este último ha sido el año en el que más patentes se han solicitado, ascendieron a 14,160 según el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI, 2015).

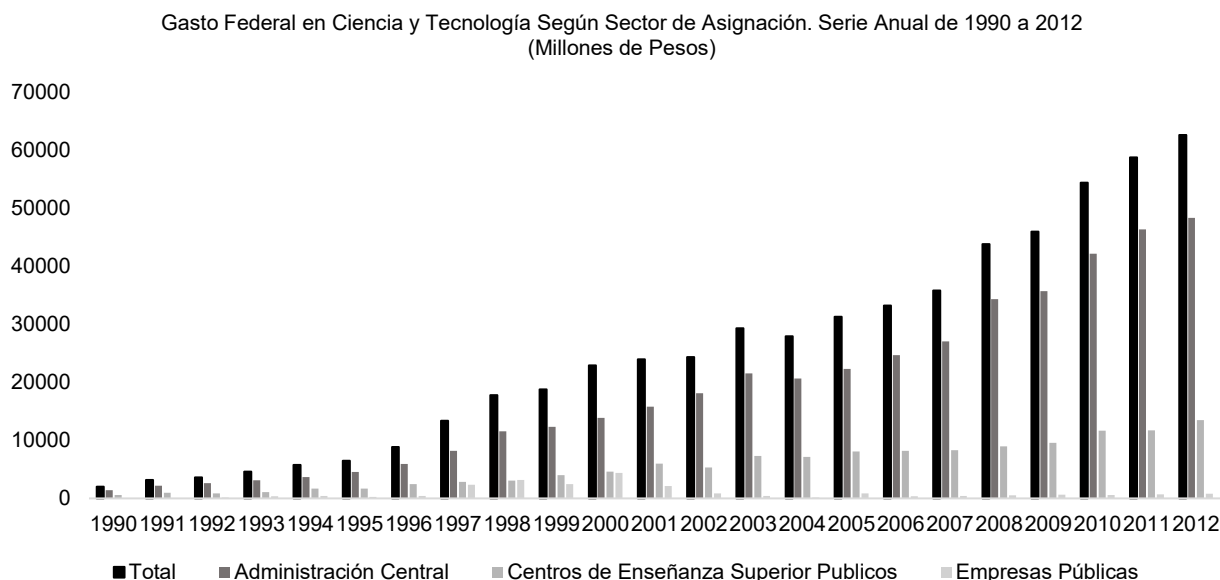
Figura 3: Patentes Solicitadas Por Mexicanos Vía Tratado de Cooperación en Materia de Patentes



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) en INEGI, 2015

Como se muestra en la figura 3, las patentes solicitadas vía el mismo tratado de Cooperación y por el mismo periodo, pero solicitadas únicamente por mexicanos, aunque se han ido incrementando al paso de los años, son mínimas, por ejemplo en 1996 tan solo se solicitaron 2, representando ese año tan solo el 0.078 por ciento del total; o en 2011 que fue el año que más patentes se solicitaron por mexicanos, fueron 73, apenas alcanza el 0.66 por ciento del total solicitadas, las cuales fueron de 11,000, según el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI, 2015))

Figura 4: Gasto Federal en Ciencia y Tecnología Según Sector de Asignación. Serie Anual de 1990 a 2012 Millones de Pesos

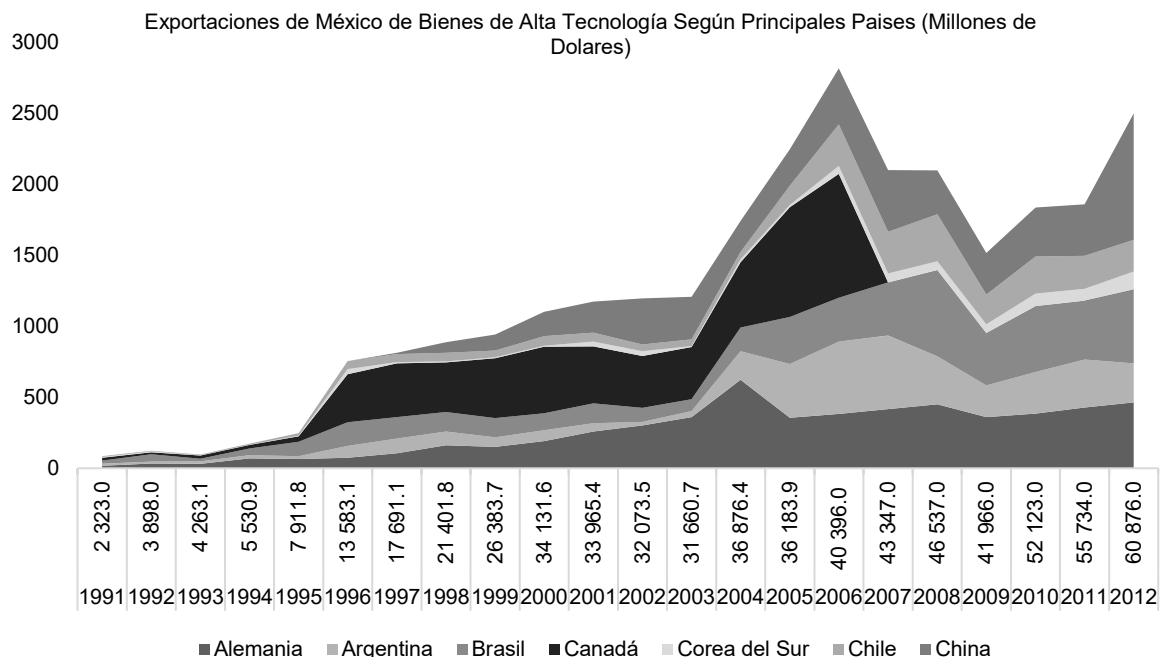


Fuente: Elaboración propia con datos de CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología, en INEGI, 2015.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) el gasto federal en ciencia y tecnología se ha ido incrementando paulatinamente año con año, aun así el porcentaje destinado a los centros de enseñanza superior públicos, respecto al gasto total ha ido disminuyendo, pasando de un 28.94

por ciento en 1990, a un 25.07 por ciento para el año 2001, y 21.55 por ciento en el año 2012 y comparado con el destinado a la administración central en esos mismos años, se observa lo siguiente: en el año 1990 el gasto de administración central representó el 70.42 por ciento, para 2001 representó el 66 por ciento y para 2012 representó el 77.14 por ciento, es decir, cada vez se va destinando más al gasto de la administración central y menos a los centros de enseñanza superior pública, como se indica en la figura 4 que muestra el gasto federal en ciencia y tecnología según sector de asignación Serie anual de 1990 a 2012 Millones de pesos.

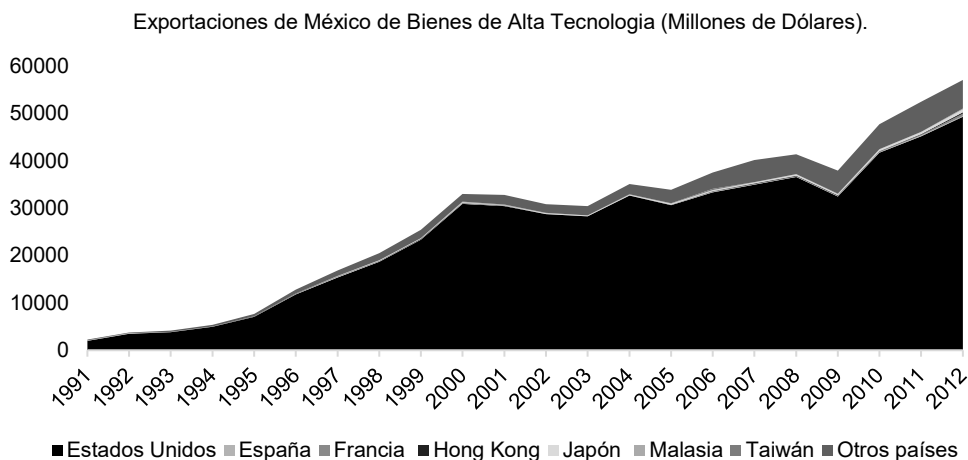
Figura 5: Exportaciones de México de Bienes de Alta Tecnología Según Principales Países



Fuente: Elaboración propia con datos de CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia y la Tecnología, en INEGI, 2015.

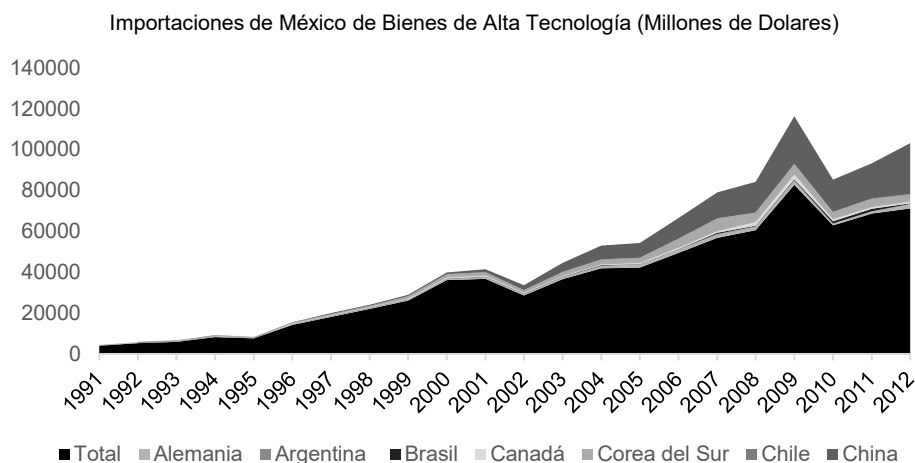
Por lo que concierne a las exportaciones de bienes de alta tecnología, a los países que México ha exportado más en los últimos años son: Canadá y China y en menor cantidad Alemania, Brasil, Francia y Japón, así mismo los países a los que México exporta menos bienes de alta tecnología son Argentina, Corea del Sur, Chile, España, Malasia y Taiwán. Véase figuras 5 y 6.

Figura 6: Exportaciones de México de Bienes de Alta Tecnología Según Principales Países



Fuente: Elaboración propia con datos de CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, en INEGI, 2015.

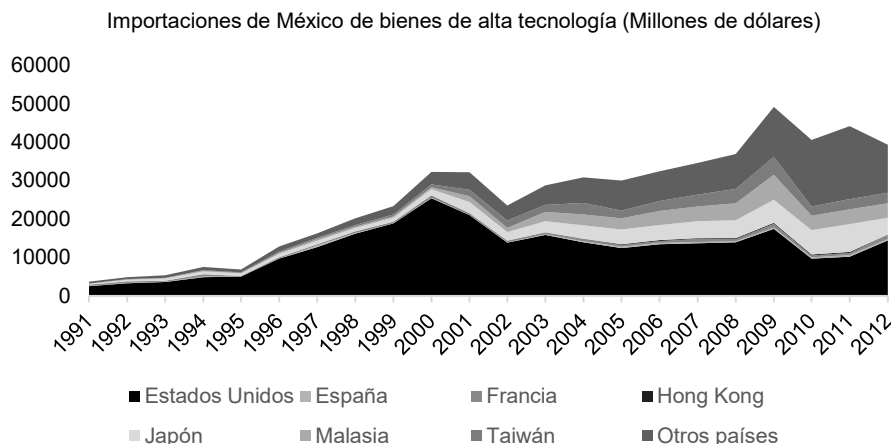
Figura 7: Importaciones de México de Bienes de Alta Tecnología Según Principales Países



Fuente: Elaboración propia con datos de CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, en INEGI, 2015.

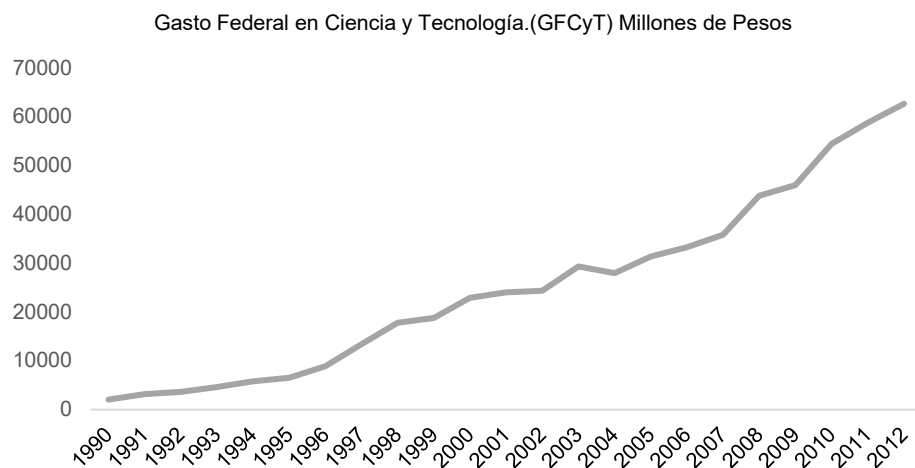
En lo referente a las importaciones de bienes de alta tecnología, en los últimos años definitivamente China es el país del que México recibe más importaciones, seguido por Estados Unidos y en menor cantidad Japón, Malasia, Taiwán, Corea del Sur y Alemania, en las figuras 7 y 8 se muestran las Importaciones de México de bienes de alta tecnología según principales países.

Figura 8: Importaciones de México de Bienes de Alta Tecnología Según Principales Países



Fuente: Elaboración propia con datos de CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, en INEGI, 2015.

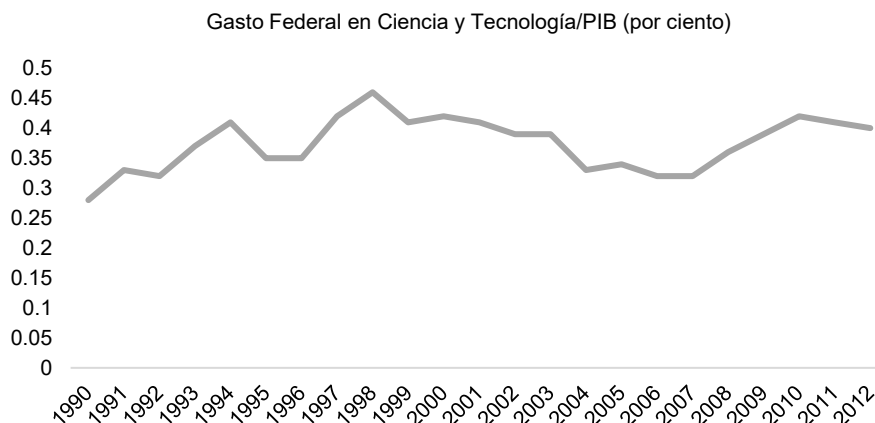
Figura 9: Gasto Federal en Ciencia y Tecnología Según Sector de Asignación



Fuente: Elaboración propia con datos de CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, en INEGI, 2015.

En lo que se refiere al gasto federal en ciencia y tecnología (GFCyT), se comparó con el producto interno bruto (PIB) y se obtuvo el porcentaje que representa dicho gasto en relación al PIB, determinando que ni siquiera se destinó el 1 por ciento del PIB a dicho gasto en los años de 1990 a 2012, véase figuras 9 y 10. Al relacionar el total de patentes otorgadas según el área tecnológica y el puntaje de competitividad otorgado al país por el Foro Económico Mundial (*The World Economic Forum*), consultado en el sitio del Instituto Mexicano para la Competitividad, en esta edición, México logró avanzar una posición del lugar 37 al 36 entre 2011 y 2013, aunque el país se encuentra entre los diez últimos lugares y persisten importantes rezagos (IMCO, 2015). Para la pregunta ¿existe relación entre las variables antes mencionadas y la innovación por el hecho de crear patentes? Se realizó el cálculo de una r de Pearson entre la posición otorgada por el WEF y la creación de patentes según el INEGI. En el primero los países mejor posicionados se encuentran en los puntajes menores, por ejemplo Suiza tiene 1 punto en el Reporte Global de la Competitividad 2012, emitido por el WEF.

Figura 10: Gasto Federal En Ciencia y Tecnología Según Proporción al PIB



Fuente: Elaboración propia con datos de CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, en INEGI, 2015.

Tabla 2: Gasto Federal en Ciencia y Tecnología (Millones de Pesos) Vs Reporte Global de Competitividad del World Economic Forum

Año	Gasto Federal en Ciencia y Tecnología (GFCyT)	Global Competitiveness Index
	(Millones de pesos)	(The World Economic Forum)
2001	23993	32
2002	24364	32
2003	29309	32
2004	27952	32
2005	31339	32
2006	33276	32
2007	35832	36
2008	43829	35
2009	45974	36
2010	54436	36
2011	58810	37
2012	62671	36

Fuente: Elaboración propia con datos del CONACYT. Informe General del Estado de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, en INEGI, 2015 y de WEF en IMCO.

La relación con r de Pearson entre los dos grupos de variables de la Tabla 2, reflejaron un 0.873 entre el Gasto Federal en Ciencia y Tecnología (GFCyT) en millones de pesos y el nivel de competitividad otorgado a México en el Reporte Global de la Competitividad 2012, emitido por el WEF, sin embargo no es relevante debido a que el puntaje es menor para los países más competitivos, por lo que debiera ser una relación negativa entre el nivel del gasto y el lugar obtenido en dicho reporte. Considerando al gasto como variable independiente y el GCI del WEF como si esa posición dependiera del GFCyT. Por lo anterior, no es significativo relacionar las variables, no se obtienen evidencias suficientes para poder concluir resultados acerca del fenómeno. La relación que se obtuvo fue de 0.873, no es relevante debido a que la relación debiera ser inversamente proporcional, es decir, México debería tener un puntaje menor cuando registrara más patentes, por lo cual no hay evidencia suficiente para determinar la relación cuantitativa entre dichas variables. Sin embargo al analizar la transferencia de algunas instituciones de educación superior con los apoyos del gobierno y llevados paso a paso, si se pueden observar transferencias reales de tecnología a productos que se ofertan en el mercado.

CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos tanto en los análisis gráficos como en la r de Pearson entre el GFCyT y el GCI del WEF se observa que no existe mucha relación cuantitativa entre ambas variables y que no tiene mucho que ver la competitividad con la transferencia de tecnología. La relación que debiera ser negativa entre el nivel de inversión y el lugar ocupado en el GCI en competitividad, el GFCyT ha sido irrelevante, por lo tanto no refleja la mejora debida al registro de patentes y el nivel de competitividad por el número de posición competitiva otorgada por el WEF, sin que eso signifique que el país no ha hecho esfuerzos para poder incrementar la capacidad productiva apoyada en el talento, sino más bien parece que el desfase entre éste y la planta productiva tienen su consecuencia natural. Probablemente debido a la falta de vinculación entre el sector productivo, la educación superior y el gobierno; situación que no se trata en este artículo pero que algunos autores han documentado como un problema económico del país, sin embargo, los tres principales sectores (educativo, gobierno y empresa), han hecho esfuerzos constantes para poder incrementar la productividad debido a la capacidad registrada en patentes. Situación que se documenta en el caso de la BUAP, aunque aún hay mucho por hacer en ese sector. Si bien el país ha obtenido cada vez más transferencias tecnológicas, éstas se han debido a innovaciones externas, y no a registros de patentes con innovaciones locales. A la larga puede ser grave para una economía prácticamente dependiente de la innovación exterior.

REFERENCIAS

- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (2015), Sitio Web. Consultado el 30 de octubre de 2015 en: <http://www.conacyt.mx>
- CONACYT (2015) Fondo Sectorial de Innovación, Secretaría de Economía, consultado el 5 de marzo de 2016 en: <http://www.conacyt.mx/index.php/fondos-sectoriales-constituidos2/item/economia-conacyt-2>
- CONACYT (2015) Fondo de Innovación Tecnológica, Secretaría de Economía, consultado el 5 de marzo de 2016 en: <http://www.conacyt.mx/index.php/el-conacyt/convocatorias-y-resultados-conacyt/convocatorias-fondos-sectoriales-constituidos/convocatoria-se-conacyt-innovacion-tecnologica/convocatorias-abiertas-se-conacyt-innovacion-tecnologica/convocatoria-2015-1/9280-bases-convocatoria-fit-2015/file>
- Hassan, A., Jamaluddin, M., & Menshawi, K. (2015), “International Technology Transfer Models: a Comparison Study”. *Journal Of Theoretical & Applied Information Technology*, 78(1), 95-108.
- Hernández-Conteras, R. (2013), *Los clústeres chinos un modelo de fabricación vinculado a la educación superior en China*. IAEU, Barcelona, España.
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (2015), Sitio Web. Consultado el 30 de octubre de 2015 en: <http://www.impi.gob.mx>
- IMCO (2015) consultado el 5 de marzo de 2016 en: <http://imco.org.mx/conoce-imco/>
- IMCO (2015) consultado el 5 de marzo de 2016 en: <http://imco.org.mx/competitividad/indice-global-de-competitividad-2014-2015-via-wef/>
- Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. (2015), “Índice de Competitividad Internacional 2015. Resultados México”. Consultado el 2 de noviembre del 2015 en: http://imco.org.mx/indices/#!/competitividad_internacional_2015/resultados/introduccion

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2015), “21. Ciencia y Tecnología”. Consultado el 30 de octubre de 2015 en:
http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/HyM2014/21.Ciencia%20y%20tecnologia.pdf

Jun, S., Park, S., & Jang, D. (2015). A Technology Valuation Model Using Quantitative Patent Analysis: A Case Study of Technology Transfer in Big Data Marketing. *Emerging Markets Finance & Trade*, 51(5), 963-974. doi:10.1080/1540496X.2015.1061387

Ley de la Propiedad Industrial (2012), Consultada el 2 de noviembre del 2015 en:
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf>

OCDE (2000), *Indicators of International Competitiveness: Conceptual Aspects And Evaluation*. Consultado el 20 de octubre del 2015 en: <http://search.oecd.org/eco/outlook/33841783.pdf>

PNI (2011) consultado el 5 de marzo de 2016 en:
http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/innovacion/Programa_Nacional_de_Innovacion.pdf

Radilla, Y. & Guillen, B. (2015), *Gaceta Universidad BUAP*. Año XXXIV, No.196.

Secretaría de Economía (2015), “Competitividad y Normatividad”. Consultado el 25 de octubre en:
<http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad>

BIOGRAFÍAS

Rufina Georgina Hernández Contreras, Licenciada en Economía, Licenciada en Contaduría, Maestra en Docencia Universitaria, Master Internacional en Cultura Sociedad y Economía China, Doctorante en Dirección de Tecnología, becaria CONACYT. Certificación Académica ANFECA. Correo electrónico gbernandez_0727@hotmail.com

Rosa María Medina Hernández, Licenciada en Contaduría Pública y Maestra en Administración de Empresas, cuenta con experiencia en la docencia del área de matemáticas; así como artículos a doble arbitraje internacional, Award en The Institute of Business and Finance Research, Certificación Académica ANFECA y empresaria. Correo electrónico rosmed2010@hotmail.com

José Francisco Tenorio Martínez. Cuenta con experiencia como Director y Asesor de tesis de posgrado, así como la publicación de artículos y capítulos de libros referentes al sector automotriz. Certificaciones: Profesional IMCP, Disciplina Finanzas IMEF, Académica ANFECA. Docente y empresario. Correo electrónico francisco.tenorio@correo.buap.mx

FACILITACIÓN COMERCIAL Y CONTROL ADUANERO EN LAS PRINCIPALES ADUANAS DE BAJA CALIFORNIA

Olivia Denisse Mejía Victoria, Universidad Autónoma de Baja California
Santos López Leyva, Universidad Autónoma de Baja California
Mónica Lacavex Berumen, Universidad Autónoma de Baja California
Rodolfo Novela Joya, Universidad Autónoma de Baja California
Mónica Fernanda Aranibar, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

La Administración General de Aduanas en México juega un papel fundamental en su comercio exterior, dado el auge del fenómeno de globalización en el que las economías cada vez están más interconectadas, un balance entre facilitación comercial y control aduanero son indispensables para tener un buen desempeño externo. A partir de 2007 es puesto en marcha el “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”, en el que se definen tres estrategias: eficientar la operación aduanera, incrementar el cumplimiento de las obligaciones de comercio y la seguridad nacional; el objetivo de este trabajo es revisar si las estrategias implementadas en las principales aduanas de Baja California acorde al “Plan de modernización de aduanas 2007-2012” son las adecuadas para lograr el balance entre la facilitación del comercio y control aduanero. El estudio es de tipo cualitativo, se analiza el balance entre facilitación comercial y control regulatorio a través de la estrategia de administración del riesgo, se realizaron nueve entrevistas, tres a expertos en materia aduanera, tres subadministradores de operación aduanera y a las asociaciones de agentes aduanales en Ensenada, Tijuana y Mexicali. Se concluye que el Plan de modernización de aduanas 2007-2012, plantea estrategias orientadas a lograr el balance entre facilitación y control aduanero, sin embargo, el Plan aún no se ha desarrollado al cien por ciento, además que requiere de cambios continuos, desarrollo constante, adaptándose a la dinámica, dado que los infractores continuamente están actualizándose de forma que puedan introducir o extraer contrabando al país. Se observa que hasta al momento lo que se ha implementado, realmente ha mejorado y ha llevado a la búsqueda del balance entre facilitación y control, sobre todo con el apoyo de la Administración del riesgo, la cual permite agilizar la operación, pero sin arriesgar la seguridad tanto del personal, como del país.

PALABRAS CLAVE: Plan de Modernización de Aduanas, Administración de Riesgo, Facilitación Comercial, Control Aduanero

TRADE FACILITATION AND CUSTOMS CONTROL: AN EXAMINATION OF MAIN CUSTOMS OF BAJA CALIFORNIA

ABSTRACT

General Management Customs in Mexico plays a pivotal role in international trade, given the rise of globalization in which economies are increasingly interconnected. A balance between trade facilitation and customs control are essential for a good external performance. The Customs Modernization Plan 2007-2012, defined three strategies: more efficient customs operations, increase compliance with the obligations of trade and national security. The aim of this paper is to review implementation of the main

customs of Baja California, according to “Customs Modernization Plan 2007-2012. We wish to understand the balance between the trade facilitation and the customs control. Nine interviews were completed, three experts in customs matters, three operating sub-managers and the three brokers associations in Ensenada, Tijuana and Mexicali. We conclude that the Customs Modernization Plan 2007-2012 has not yet fully developed, Continuous changes are required since offenders are continually updated so they can insert o removed smuggled items into the country.

JEL: H11, H77, O24, O38

KEYWORDS: Customs Modernization Plan, Risk Management, Trade Facilitation, Customs Control

INTRODUCCIÓN

Debido a la continua y cada vez mayor interconexión entre países, facilitar el comercio recobra importancia sobre esta interacción en la que se busca integrarse con otros países a través de acuerdos, tratados de libre comercio, entre otros. Con el objeto de que los países tengan la facilidad de intercambiar bienes y servicios, es decir operaciones de comercio exterior, buscando beneficiarse mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros.

En esta interacción intervienen una serie de actores involucrados en este proceso de intercambio comercial, entre los que destacan las instituciones reguladoras del intercambio como lo son las Administraciones aduaneras, quienes dan el acceso y salida de las mercancías en los distintos países, que en un inicio fueron creadas con la intención de cobrar y limitar la entrada de dichas mercancías, pero debido a la dinámica económica y las reestructuraciones políticas que se han implementado a nivel mundial, la función de la aduana se transformó a la de facilitar el comercio, sin poner en riesgo la seguridad nacional, lo que resulta complejo lograr, ya que para asegurar la nación se requiere la revisión de todo lo que se introduzca en el país, y para facilitar el comercio, el rápido acceso al país, entonces ¿cómo se puede lograr que la entrada de mercancía tenga un fácil acceso sin arriesgar la seguridad del país?

Instituciones internacionales como Banco Mundial (BM), la Organización Mundial de Aduanas (OMA), entre otras han planteado y desarrollado modelos, métodos que propone la estandarización en los procesos, la implementación de tecnología, entre otros aspectos importantes para lograr un balance entre facilitación comercial y control aduanero. Entonces la adopción de estos modelos y métodos en la Administración aduanera debido al papel preponderante que juega en cada uno de sus recintos, localizados en puntos estratégicos dentro de un país, por lo general costas, fronteras, aeropuertos internacionales y terminales ferroviarias, es imprescindible. En el caso de México se cuenta con 49 aduanas, 19 en la frontera norte, 2 en frontera sur, 17 marítimas, y 11 más interiores (Diario Oficial de la Federación, 2013).

En Baja California se localizan 4 aduanas, tres aduanas fronterizas y una marítima, entre las que destacan la aduana de Tijuana, que es uno de los cruces más importantes entre México y Estados Unidos con cerca de 4 mil operaciones diarias, Ensenada por ser la única aduana fronteriza en el Noroeste de México, localizada en un punto estratégico de cruce entre el mercado asiático y norteamericano, así como también tanto para la exportación como la importación de mercancías en México. Y Mexicali genera una recaudación de más de dos millones de pesos, así lo argumenta el administrador de la aduana de Mexicali, Orantes González, Enrique (2015) y alrededor de 50mil cruces vehiculares diarios. De las cuales Tijuana es considerada una aduana modelo dentro del “Plan de modernización de aduanas 2007-2012” en el que se definen una serie de estrategias para ser implementadas durante dicho periodo para estandarizar, actualizar y adoptar aquellos procesos, tecnología, legislación propuesta por los organismos internacionales.

Este “Plan de modernización de aduanas 2007-2012” muestra las modificaciones que se realizaron en las aduanas mexicanas a partir de 2000, ante la enorme apertura comercial que sufrió México, plantea una serie de estrategias con la intención de ser implementadas acorde al contexto internacional, y ámbito de la regulación aduanera, dado que esta influye determinadamente en la competitividad del país.

El objeto de estudio es evaluar si las estrategias implementadas en las aduanas en Baja California acorde al “Plan de modernización de aduanas 2007-2012” son las adecuadas para lograr el balance entre la facilitación del comercio y el control aduanero. Con tres objetivos específicos 1. Comprobar que el plan ha eficientado la operación aduanera enfocado en la facilitación del comercio. 2. Analizar que se ha aumentado el cumplimiento de las obligaciones del comercio exterior. 3. Comprobar que el plan ha contribuido al fortalecimiento de la seguridad nacional, enfocado en la facilitación del comercio. El presente trabajo se estructura de la siguiente manera; la revisión literaria, muestra y define las variables a estudiarse, la revisión literaria de administración del riesgo acorde a un modelo propuesto por el Banco Mundial. En la siguiente sección se muestra la metodología utilizada para la elaboración del presente trabajo, a continuación los resultados y conclusiones del mismo.

REVISIÓN DE LITERATURA

Facilitación del comercio es un concepto utilizado para referirse a las acciones que tiendan al movimiento eficiente de bienes a través de los recintos fiscales y la documentación vinculada con el comercio internacional, en los que se incluyen cuestiones como transparencia de las aduanas, regulaciones ambientales y armonización de estándares regulatorios.

La Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Conferencia sobre las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD por sus siglas en inglés) definen facilitación del comercio como la simplificación y armonización de los procedimientos comerciales, incluyendo actividades, prácticas y formalidades envueltas en la recolección, presentación comunicación y procesamiento de datos requeridos para el movimiento de bienes en el comercio internacional de bienes (citado por Wilson, J. & T. Otsuki (2003).

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, define facilitación comercial como la simplificación y estandarización de los procedimientos y flujos de información asociados que son requeridos para el movimiento internacional de bienes desde los vendedores a los compradores y para el pago que se realiza en la otra dirección. La Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE por sus siglas en inglés) como el abordaje comprensivo e integrados para la reducción de la complejidad y el costo del proceso de transacciones comerciales y para asegurar que estas actividades se realicen de forma eficiente, transparente y previsible, basado en normas, estándares y mejores prácticas internacionalmente aceptadas (OCDE, 2007).

El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC, 2002), argumenta que la facilitación comercial generalmente remite a la simplificación, armonización, uso de nuevas tecnologías y otras medidas dirigidas a remover procedimientos e impedimentos administrativos del comercio que ayuden a los miembros en la construcción de experiencia, reducción de costos y conduzca a un mejor movimiento de bienes y servicios.

Por tanto facilitación comercial se puede concebir como la simplificación, armonización y estandarización de los procedimientos necesarios para el intercambio de bienes y servicios, reflejados en adopción de tecnología, innovación e implementación de mejores prácticas en los procedimientos, adaptación de la regulación acorde a estándares internacionales, transparencia, con la finalidad de reducción de costos y tiempos.

Respecto al control aduanero, se refiere a ese resguardo de seguridad nacional, a través de la supervisión y revisión de todo lo que entra y sale del país. Acorde a la OMA (2010) son las medidas aplicadas a efectos de asegurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos de cuya aplicación es responsable el recinto fiscal. Según el artículo 9 del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA) IV, define control aduanero, como el ejercicio de las facultades del Servicio Aduanero para el análisis, supervisión, fiscalización, verificación, investigación y evaluación del cumplimiento y aplicación de las disposiciones de este Código, su reglamento y las demás normas reguladoras del ingreso o salida de mercancías y medios de transporte del territorio aduanero, así como la actividad de las personas físicas o jurídicas que intervienen en las operaciones de comercio exterior.

Dentro del marco normativo mexicano la Administración General de Aduanas (AGA), es una entidad del Gobierno Federal dependiente del Servicio de Administración Tributaria (SAT) cuya función principal es la de fiscalizar, vigilar, y controlar la entrada y salida de mercancías, así como los medios en que son transportadas, asegurando el cumplimiento de las disposiciones que en materia de comercio exterior haya expedido la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), así como otras Secretarías del Ejecutivo Federal con competencia para ello, ayudar a garantizar la seguridad nacional; proteger la economía del país, la salud pública y el medio ambiente, impidiendo el flujo de mercancías peligrosas o ilegales hacia nuestro territorio, además de fomentar el cumplimiento voluntario de esas disposiciones por parte de los usuarios.

La aduana en este caso se observa como una organización burocrática, la cual tiene reglas claras y racionales, decisiones impersonales y excelencia técnica de sus empleados y gestores (Weber, 1947) que crea coaliciones entre diferentes grupos de interés de la organización y gestiona de manera positiva el conflicto según Selznick, Pfeffer, Croazier (1981, en Rivas 2009). Estas fungen como oficinas públicas administrativas establecidas en las fronteras, litorales y ciudades importantes del país, con facultades para fiscalizar, vigilar y controlar la entrada y salida de mercancías, así como los medios en que éstas son transportadas; asegurar el cumplimiento de las disposiciones que en materia de comercio exterior se emitan; hacer cumplir las leyes aplicables y las que se relacionan con su actividad, como las de seguridad nacional, economía, salubridad, comunicaciones, migratorias, fitosanitarias, entre otras; recaudar impuestos, aprovechamientos y demás derechos en materia de comercio exterior.

Administración del Riesgo

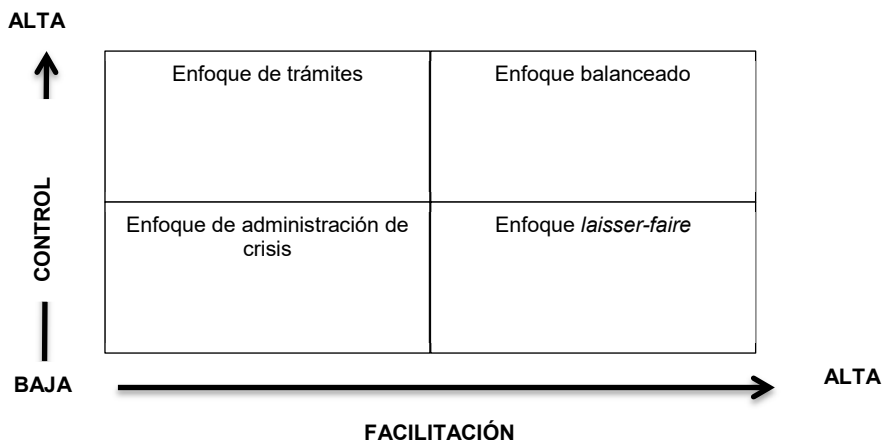
Es claro entonces que lograr un balance entre facilitación comercial y control resulta complejo, el control se enfoca en la revisión para el resguardo de la seguridad nacional de la mercancía y facilitación en simplificar los procesos de manera que se reduzca costo y tiempo. La Guía para la administración del riesgo (2011), propone una metodología para administrar el riesgo en las instituciones. Afirma que las instituciones deben darle cumplimiento a su misión constitucional y legal, a través de sus objetivos institucionales, desarrollados a través de planes, programas y proyectos, pero que estos pueden verse afectados por factores tanto internos como externos creando riesgo frente a todas las actividades, por esta razón es necesario contar con acciones tendientes a administrarlos.

En el presente estudio se analiza el Plan de modernización de aduanas 2007-2012, cuya misión es “contribuir al crecimiento, prosperidad y competitividad del país mediante una operación aduanera eficiente, transparentes y predecible, que facilite el movimiento de pasajeros y mercancías, que inhiba los comportamientos ilícitos de empresas, personas y funcionarios, y fortalezca la seguridad nacional”(Aduana México, 2007 pag. 29).

El manual de modernización aduanera propone un método para lograr el balance entre la facilitación y control aduanero la Figura 1 muestra una matriz, en la que cada cuadrante se observa el resultado del enfoque que se le dé a cada variable. En el cuadrante superior de la matriz; alto control, poca facilitación;

representa un régimen de alto control en el que los requerimientos de la aduana son estrictos, y van en detrimento de la facilitación (Este puede ser descrito como una aproximación de papeleo, la cual es comúnmente representativa de un estilo administrativo de aversión al riesgo). Esto puede implicar grandes críticas y quejas del público, debido a las crecientes expectativas de la comunidad comercial de que se minimice la intervención de la aduana.

Figura 1 Matriz de Facilitación y Control



Fuente: Widdowson D. (2005). *Manual de modernización aduanera: Administración del riesgo en el contexto de la aduana*, Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial. Washington pag. 88 Muestra a través de esta matriz como el método para lograr un enfoque balanceado es a través de la administración del riesgo, en el que se busca tanto facilitar el comercio, pero sin poner en riesgo la seguridad.

Widdowson (2005) propone una pirámide de manejo de la conformidad basado en el riesgo, la cual abarca los diferentes elementos del estilo de administración del riesgo, para lograr una aproximación estructurada al manejo de la conformidad, esta proporciona un marco lógico para demostrar cómo varios tipos de estrategias basadas en el riesgo, incluyendo estrategias como la autoevaluación, pueden ser usadas para manejar efectivamente la conformidad.

Para esta aproximación es fundamental proporcionar al sector comercial la habilidad para cumplir con los requerimientos de la aduana. Esto implica establecer una base legislativa efectiva, y una gama de estrategias de servicio al cliente, incluyendo planes de consulta efectivos y pautas administrativas claras. Dichas estrategias son necesarias para proporcionar al sector comercial los medios para lograr certeza y claridad cuando evalúen las responsabilidades y derechos.

Para valorar el nivel de cumplimiento, la aduana va a encontrar dos situaciones: cumplimiento y no cumplimiento. El espectro del cumplimiento puede variar entre errores inocentes y fraudes fatales. Si el error está más cerca del lado del fraude, debe aplicarse alguna forma de sanción, incluyendo penas administrativas, o en casos más severos, acusación y revocación de la licencia.

Antes de determinar la necesidad o la naturaleza de la sanción es, sin embargo, importante identificar la verdadera naturaleza del riesgo establecido, el porqué del error. El tipo de estrategia de mitigación que la aduana debe emplear para asegurar el cumplimiento futuro dependerá de la naturaleza del riesgo identificado. A menos que se encuentre que el error fue intencional, puede ser apropiado tratar los problemas sistémicos dentro de la compañía, o proporcionar a la compañía consejo en asuntos de cumplimiento, o proporcionar clarificación formal de la ley a través de reglas vinculantes u otros medios. Cuando se aplican los principios de administración de riesgo a actividades cotidianas de la aduana, una de las áreas más críticas es la valoración del cumplimiento, determinar si una entidad o una transacción está cumpliendo con los requerimientos de regulación. Esto representa el tercer escalón de la pirámide de manejo de cumplimiento como se muestra en la Figura 2, cuando se desarrollan estrategias para evaluar el

cumplimiento, es importante considerar el principio clave de la Convención Revisada de Kyoto, que el control de la aduana debe estar limitado a lo necesario para asegurar el cumplimiento con las leyes de la aduana (OMA, 2010). Los regímenes administrativos deben ser tan simples como operativos, y proporcionar a la comunidad comercial formas eficientes en términos de costos para demostrar el cumplimiento de la ley. El uso de controles documentales para monitorear y valorar el cumplimiento, menos intrusiva, por tanto facilitadora que el uso de controles físicos.

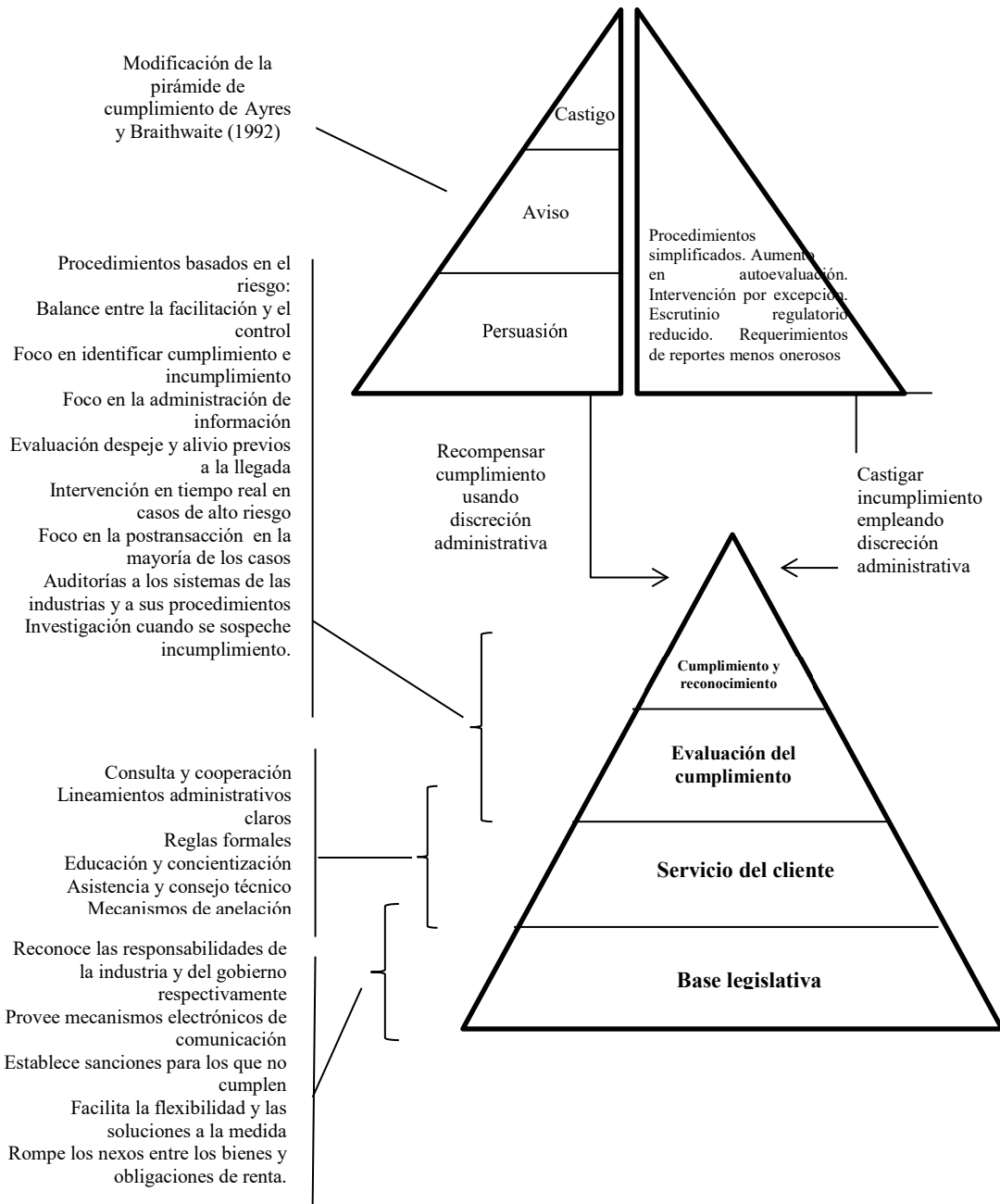
Todos estos cambios mayores en el ambiente operativo del comercio internacional requieren que la aduana revise su estructura y operaciones para responder a los desafíos de seguridad y facilitación comercial. Muchas administraciones han empezado a ajustar sus operaciones técnicas, pero es posible que exista una necesidad de considerar reformas de una naturaleza mucho más amplia. De acuerdo a la Guía para la administración del riesgo (2011), el riesgo se presenta cuando existe incertidumbre para lograr los objetivos de la institución, en entidades públicas tiene mayor relevancia dado su dinamismo al enfrentarse a un mundo globalizado, todos esos cambios tanto internos como externos. Por tanto el diseño del plan debe considerar los elementos siguientes, contexto estratégico, identificación de riesgos, análisis de riesgos, valoración de riesgos, políticas de administración de riesgos. El contexto estratégico, se refiere a las condiciones internas y del entorno, que pueden generar eventos que originan oportunidades o afectan negativamente el cumplimiento de la misión y objetivos de la aduana. Así como el entorno externo que puede ser de carácter social, cultural, económico, tecnológico, político y legal, sea internacional, nacional o regional.

El “Plan de modernización de aduanas 2007-2012” surge a partir del auge del libre comercio debido al fenómeno de globalización detonado en las últimas décadas, que acorde a las teorías y modelos de comercio internacional (Smith, Ricardo, Ohlin, Leontief, Vemon, Linder, Krugman citado por Ramos, 2001), el ser competitivos resulta ser la clave para ser productivos (Porter, 1990), incrementar los ingresos de la nación (OCDE, 1996), ser prósperos (IMD, 2003). Lerma (2000) plantea un modelo de competitividad sistémica a nivel macroeconómico, donde muestra como a través de indicadores de desempeño, tecnología, innovación, se puede lograr ser competitivo, concordando con el modelo de competitividad sistémica, propuesto por el instituto alemán, en el que se hace énfasis en la innovación en todas las áreas de una organización, la redes de colaboración son la base del éxito de este modelo, manteniendo un contacto estrecho entre todas las instituciones involucradas en las operaciones aduaneras.

METODOLOGÍA

El presente estudio es de tipo cualitativo en el que se analizó el balance entre facilitación comercial y control regulatorio a través de la estrategia de administración del riesgo, en el que se implementaron diferentes métodos, para la recolección de datos. Se utilizaron datos del Foro Económico Mundial (2012), la Organización Mundial Aduanera (2010), la Organización Mundial de Comercio (2008). Se realizaron tres entrevistas a profundidad tanto a expertos en materia aduanera, como a agentes aduaneros y autoridades aduaneras en las Aduanas de Tijuana, Ensenada y Mexicali durante el 2014. Se utilizó una metodología propuesta por el Banco Mundial (2003), Figura 2 Pirámide de la administración del riesgo basada en el cumplimiento, en el manual para la modernización de aduanas. El objetivo del presente estudio es evaluar a través de entrevistas a profundidad a los expertos en materia aduanera, agentes aduanales quienes son los usuarios directos de las aduanas en el proceso de comercio, y a las autoridades aduaneras sobre las estrategias implementadas en el Plan de modernización 2007-2012, para determinar si éstas permiten lograr el balance entre facilitación y control en las aduanas de Tijuana, Mexicali y Ensenada, que sirvieron como marco de referencia bajo el criterio que son las aduanas con mayor representatividad en la región. Además del análisis de datos para comprobar que las estrategias implementadas en el plan de modernización 2007-2012 son adecuadas para lograr el balance entre facilitación y control aduanero, la Tabla 1 muestra la operacionalización de variables estudiadas acorde a las estrategias propuestas por dicho plan.

Figura 2 Pirámide de la Administración del Riesgo Basada en el Cumplimiento



La Figura 2, muestra las implicaciones prácticas del método administración del riesgo, en cada una de las áreas que en que es aplicado Legislativo, Servicio al cliente, Evaluación del cumplimiento y los efectos que se tengan del resultado de la evaluación. Fuente: Widdowson D., (2005). Manual de modernización aduanera: Administración del riesgo en el contexto de la aduana, Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial. Washington pag. 92.

La Hipótesis que plantea el presente estudio es que las estrategias implementadas en el plan de modernización 2007-2012 han sido suficientes para lograr el balance entre la facilitación del comercio y el control aduanero.

Tabla 1: Operacionalización de las Variables

Variable Nominal	Variable Real	Dimensión	Variable Operacionalización Indicadores.	
Estrategias para lograr balance entre facilitación y control y aduana	Operación aduanera eficiente	Ofrecer servicios de calidad ágiles y transparentes	Los tiempos y criterios de la aduana predecibles Atención profesional y eficaz Transparencia en la operación.	
		Contribuir a la competitividad de	Los procesos y costos de operación mundialmente competitivos	
		Profundizar esquemas de	Se han reducido el tiempo para la ejecución de tramites Los mecanismos son sencillos para el cumplimiento de tramites	
		Promover proyectos y	Se han reducido los costos Se proporcionan alternativas y sistemas logísticos eficientes	
		Automatizar la integración de	La automatización ha facilitado el cumplimiento Los tramites son ágiles y sencillos	
		Mejorar la comunicación de	Comunicación clara y eficaz sobre el impacto por el cumplimiento de obligaciones y por el incumplimiento entendimiento sobre cambios normativos y de operación	
		Homologar tramites y	Ha aumentado la eficiencia del personal Se organizan mejor los recursos humanos y el material	
		Reunir y estandarizar las	Se ha unido y estandarizado las mejores practicas	
		Alinear la estructura	La estructura organizacional va acorde a los procesos La aduana cuenta con sistema de medición y evaluación desempeño del personal	
	Aumento del cumplimiento de las obligaciones	Realizar reingeniería de procesos	Hay un mayor nivel de eficiencia en la operación aduanera Se han integrado y modernizado los sistemas Se han integrado con los sistemas institucionales	
		Inhibir la ilegalidad	La aduana cuenta con las herramientas y las estrategias para detectar y castigar comportamientos ilícitos de personas y funcionarios.	
		Mejorar la imagen institucional de las aduanas	Se ha reducido el contrabando piratería y corrupción Se entiende bien los derechos y obligaciones Genera confianza en la operación aduanera Se ha disminuido la corrupción	
		Promover mejoras al marco jurídico	Se ha simplificado el marco normativo	
		Mejorar mecanismos de	Se ha mejorado las acciones penales Se ha incrementado la eficacia de los procesos penales	
		Fortalecimiento de seguridad nacional	Incrementar la percepción de riesgo	Se ha fomentado al cumplimiento de la obligación voluntaria Se ha reforzado las sanciones cuando se presentan una situación de incumplimiento La aduana es eficiente en la detección de mercancías sensibles peligrosas o prohibidas
			Fortalecer las líneas de investigación	Se ha incrementado las sanciones por actos ilegales Se ha reducido las operaciones fraudulentas Se ha reducido la corrupción
			Fortalecer la coordinación con otras	Se ha incrementado la seguridad nacional Se ha reducido los riesgos a la población
			Fortalecer la relación con el	Se ha reforzado el combate a la piratería, contrabando y comercio informal
Mejorar la administración de riesgo	Se han mejorado las investigaciones de competencia desleal Existe una comunicación y cooperación con cámaras y asociaciones Hay más efectividad en la detección de operaciones ilegales antes y después de despacho Se ha disminuido el contrabando y piratería			
Mejorar controles de mercancías de alto riesgo	Se ha disminuido el riesgo de la entrada de mercancías altamente peligrosas Se ha disminuido el riesgo de la entrada de mercancías altamente peligrosas Se cuenta con programas y medidas de reacción en caso de contingencias relacionadas con mercancías o situaciones de alto riesgo			

La Tabla 1. Muestra la relación entre las variables estudiadas, sus dimensiones e ítems incluidos en las entrevistas
Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de esta investigación, la cual tuvo como objetivo evaluar si las estrategias implementadas en las aduanas de Baja California acorde al “Plan de modernización de aduanas

2007-2012” son las adecuadas para lograr el balance entre la facilitación del comercio y el control aduanero. En la Tabla 2 podemos ver el resumen de preguntas y respuestas aplicadas a cada actor entrevistado.

Tabla 2: Resumen de Preguntas y Respuestas Aplicadas

Pregunta	Expertos	Subadmisnitradores	Agentes Aduanales
1. Mejoramientos de la operación aduanera mejorada	Automatización, sistemas de información, Normatividad mas abierta	Sistemas de información (Ventanilla única, Medios no Intrusivos, ajustes a la normativa para reducir los tiempos de despacho audanero, implementación de medios tecnologicos	Legislación mas flexible, Vinculación entre instituciones a través de Ventanilla única. Consulta remota de pedimentos (CRP)
Herramientas y estrategias para detectar comportamientos ilícitos Marco normativo orientado a mecanismos eficientes	Aforos aleatorios Leyes mas flexibles	Medios no intrusivos, Programas de certificación Manual de operaciones mas explícito y robustecido, guía paso a paso	Programas de promoción y fomento al sector externo Reformas publicadas en el DOF. Implementación de los Previos
Reforzamiento de seguridad nacional	Colaboración con instituciones de seguridad	Apoyo de la SEDENA, SEMAR en aduanas. Contratación de Oficiales de Comercio Exterior	
Apoyo del sector privado	Trabajo en colaboración con instituciones del sector privado	Colaboración con Agentes Aduanales, Camaras e Intituciones Internacionales. Consecciones para la descentralización del poder.	Trabajo en conjunto con la aduana para la implemementación de proyectos de mejora y facilitación comercial
Grado de implementación de técnicas de administración del riesgo	Piramide de Widdowson	Implementación del CEPED, que es un enlace entre organismos fronterizos para la detección de usuarios peligrosos	Nuevo Esquema de Empresas Certificadas (NEEC), requerimientos exhaustivos

La Tabla 2. Muestra un resumen de las preguntas generalizadas preguntadas a los tres expertos en materia aduanera, las tres autoridades aduaneras y tres agentes aduaneros correspondientes a cada una de las principales Aduanas en Baja California
Fuente: elaboración propia

El concepto de competitividad y liberalización comercial, enfocado en la función de la aduana, se ve aplicado en transformaciones, desde el marco legal, hasta en cada operación, los organismos e instituciones internacionales, proponen estandarizaciones, las cuales fueron adquiridas por México dentro de este “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”, que acorde a la piramide de administración del riesgo basada en el cumplimiento, que es la base que sostiene esta herramienta, esta base legislativa estandarizada, permite reconocer las responsabilidades de cada uno de los actores involucrados en este proceso. Así mismo se provee de una infraestructura; competitividad sistémica; y mecanismos electrónicos de comunicación, como lo es Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCEM), medios no intrusivos como rayos x, rayos gamma, phazir, mini Rad-D, monitoreo de video central VIVA.

En el siguiente nivel se plantea el servicio al cliente se menciona que el primer paso es reconocer que se opera en un ambiente globalizado, acorde a la entrevista realizada a la Lic. Méndez quien es ex funcionaria de la AGA, concuerda que el primer paso que se tomó para modernizar la aduana, fue la visión tanto del Presidente de la República como del Secretario de Hacienda y el Administrador General de Aduanas, quienes plantearon un proyecto muy ambicioso, sin embargo alcanzable “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”, concordando con el manual de apoyo para esta modernización debe provenir desde el nivel más alto, la Lic. Méndez comenta que las reuniones sobre los avances del “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”, se realizaban en los pinos, es decir se rendían cuentas directamente al Presidente de la República. Menciona como el “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”, fue diseñado a partir de un exhaustivo análisis sobre la situación de las distintas aduanas, observando y determinando lo que se requería para cada una de ellas a partir de sus estudios y análisis.

Sin duda alguna, debe existir una cooperación y consulta con socios estratégicos, en este caso se comenta como el Administrador General de Aduana, vende la idea a EU de colaborar en este proyecto con donaciones, dado que ambos países se beneficiarían, sobre todo en las aduanas fronterizas, además de lograr la colaboración y aceptación de otras instituciones tanto internacionales como nacionales, para el desarrollo de este proyecto, como lo son las Secretaría de Economía, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, entre otras.

Incluyendo también al personal de la aduana, para lo cual no solo se capacitó para el uso de nueva tecnología, nuevos procesos operacionales, etc, todo el funcionamiento nuevo de la aduana, y del personal externo como la Secretaría de la Defensa Nacional, Secretaría de Marina, como apoyo para seguridad nacional, además del implemento de los Oficiales de Comercio Exterior, con el que se pretendió reclutar gente joven, con conocimientos básicos de la aduana; concordando todo esto con el servicio al cliente.

El manual también menciona que deben realizarse mejoras en la movilización de los ingresos, con el cual también cuenta México, gracias a la implementación del Sistema de Automatización Aduanera Integral (SAAI), en donde se registran todas las operaciones realizadas en cada aduana, con la finalidad de generar las estadísticas del movimiento diario, la recaudación y el cumplimiento de las obligaciones, según estudios preliminares el recaudo tuvo un crecimiento real de 13.9% y de 9.4% de 2010 a 2011.

El tercer escalon hace referencia a la evaluación del cumplimiento, encontrándose que a partir del plan de modernización de aduanas 2007-2012 la operación aduanera se ha eficientando, permitiendo la facilitación del comercio, acorde a los indicadores de la Organización Mundial del Comercio (2008), en su acuerdo de facilitación comercial, el Foro Económico Mundial (1996), avanzando 4 lugares del reporte de 2012 al 2014, con la implementación de ventanilla única, la cual conlleva una serie de automatizaciones para el cumplimiento de las formalidades, además se ha aumentado el cumplimiento de las obligaciones, con la estandarización de la normativa, y los equipos de revisión no intrusiva, estos medios no intrusivos tienen un diseño específico para la seguridad nacional, el cual insta al cumplimiento de las obligaciones por parte de lo usuarios, y el respaldo del Departamento Central de Administración del Riesgo, quienes analizan y crean perfiles con apoyo de instituciones internacionales y bases de datos, de los usuarios sospechosos, y/o rutas peligrosas.

Se tuvo un crecimiento real del 1.9% en promedio desde 2007 a 2014, el indicador Global de la actividad Económica (IGAE, 2015) creció 2.3% real para 2014, de acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2015), en noviembre de 2014, los Establecimientos con Programa de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX) generaron más de 2.5% millones de empleos que implicó un incremento en el empleo de 6.5%. Respecto a contribuciones se tuvo un crecimiento real de 13.9% y de 9.4% en recaudación de contribuciones, y un decremento de 1.2% en pedimentos tramitados, periodo 2010-2011. En el periodo enero a marzo 2012 registró un crecimiento real de 13.7% respecto al periodo 2011. La recaudación tributaria neta por comercio exterior representó el 23% en 2011, y de enero a marzo de 2012 se registró un incremento real de 15.7% respecto a 2011, representando un 49% del IVA total recaudado de las operaciones registradas, de estas la recaudación voluntaria por autodeclaraciones registró un incremento real del 4%. Así mismo se iniciaron 1,972 Procedimientos Administrativos en Materia Aduanera (PAMAs), por omisión de contribuciones por 196.9 mdp, con un valor de las mercancías embargadas de 284.7 mdp.

CONCLUSIONES

Acorde a los resultados de la presente investigación, considerando que el objetivo planteado es evaluar si las estrategias implementadas en las aduanas de Baja California acorde al “Plan de modernización de aduanas 2007-2012” son las adecuadas para lograr el balance entre la facilitación del comercio y el control

aduanero, Se puede concluir que el “Plan de modernización de aduanas 2007-2012” ha eficientado la operación aduanera, de forma que se ha facilitado el comercio, acorde a los indicadores de la Organización Mundial del Comercio (2008), en su acuerdo de facilitación comercial, el Foro Económico Mundial (2012), avanzando 4 lugares del reporte de 2012 al 2014. Con la implementación de ventanilla única, la cual conlleva una serie de automatizaciones para el cumplimiento de las formalidades.

Se aumentó el cumplimiento de las obligaciones, con la estandarización de la normativa, y los equipos de revisión no intrusiva, y programa de apoyo, como Nuevo Esquema de Empresas Certificadas (NEEC), todo esto implementado con el “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”.

El “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”, tiene un diseño específico para seguridad nacional, el cual insta a la capacitación del personal para el manejo de armamento, de forma que se resguarde y proteja el recinto fiscal, la coordinación entre instituciones como la SEDENA, y SEMAR, y el respaldo del Departamento Central de Administración del Riesgo, quienes analizan y crean perfiles con apoyo de instituciones internacionales y bases de datos, de los usuarios, rutas peligrosas o sospechosas.

Por lo que se concluye que el “Plan de modernización de aduanas 2007-2012”, plantea estrategias orientadas a lograr el balance entre facilitación y control aduanero, sin embargo, el Plan aún no se ha desarrollado al cien por ciento, además que requiere de cambios continuos, desarrollo constante, adaptándose a la dinámica, dado que los infractores continuamente están actualizándose de forma que buscan como introducir contrabando al país o viceversa. Se observa que hasta al momento lo que se ha implementado, realmente ha mejorado y ha llevado a la búsqueda del balance entre facilitación y control, sobre todo con el apoyo de la Administración del riesgo, el cual permite agilizar la operación, pero sin arriesgar la seguridad del personal, y del país.

REFERENCIAS

Aduana México, Servicio de Administración Tributaria, Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2007). Plan de modernización de Aduanas.

APEC, (2002) Economic Committee.. Measuring the Impact of APEC Trade Facilitation on APEC Economies: A CGE Analysis. Singapur.

Banco Mundial. (2003). Risk Management Guide. Brussels. Zarnowiecki, Michel. Banco Mundial.

Código Aduanero Uniforme Centroamericano IV. Consultado el 15 de septiembre de 2013 en: <http://portal.sat.gob.gt/sitio/index.php/tramites-o-gestiones/aduanas/30-legislaci-normativa-aduanera/7867-cauca-iv-y-su-reglamento.html>

Diario Oficial de la Federación. (2013). *Reglamento Interior del Servicio de Administración Tributaria*.

Guía para la administración del riesgo, Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP), Bogotá, Septiembre de 2011. Recuperado el 9 de abril de 2016. <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506911/1592.pdf/73e5a159-2d8f-41aa-8182-eb99e8c4f3ba>

IMD, (2003), El Anuario de Competitividad Mundial (World Competitiveness Yearbook) del IMD (Internacional Institute for Management Development) (2003). Recuperado 9 de abril de 2016. <http://www.imd.org/wcc/>

INEGI, (2015) Instituto Nacional de Geografía y Estadística

Lerma, A. (2000). *Comercio Internacional. Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial*. México: ECAFSA.

Orantes González, Enrique (2015) consultado el 28 de agosto de 2015:
<http://www.oem.com.mx/lavozdelafrontera/notas/n3908425.htm>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo (1996). Globalization and competitiveness. Relevant indicators. STI Working papers, p 21.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2007). Estudios Económicos de México. Consultado el 21 de abril de 2013 en:
http://www.oecd.org/document/9/0,3343,es_36288966_36288553_39455561_1_1_1_1,00.html

Organización Mundial del Comercio. (2008). Estadísticas del Comercio Mundial. Recuperado el 19 de mayo de 2013, de OMC web site: http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2008_s/its2008_s.pdf

Organización Mundial de Aduanas. (2010) Informe del comité del fortalecimiento de capacidades.

Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. New York: free press. Consultado el 10 de febrero de 2013 en: <http://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations/ar/>

Ramos, Ramos, R. (2001). Modelo de Evaluación de la Competitividad Internacional: Una Aplicación Empírica al Caso de las Islas Canarias, *Tesis Doctoral de Economía*, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España. 2001

Rivas, L. (2009). Evaluación de la teoría de la organización. Revistas UR Universidad del Rosario. Bogota. No. 17

UNCTAD. (17 de septiembre de 2009). Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y Desarrollo. Recuperado el 19 de mayo de 2013, de UNCTAD Web site:
http://www.unctad.org/sp/docs/wir2009overview_sp.pdf

Weber, M. (1947) : The Theory of social and economic organization. Oxford University Press, N. Y. (Ed. Original: 1924. Traducción castellano: Economía y –Sociedad, Fondo de Cultura Económica, México 1969).

Widdowson, D. (2005). Managing risk in the customs context. The World Bank. Washington, DC.

Wilson, J., C. Mann y T. Otsuki (2003). Trade Facilitation and Economic Development: Measuring the Impact. World Bank Policy Research Working Paper #2988. Washington, DC: The World Bank.

World Forum. (2012). Enabling Trade Index. World Forum Report 2012.

BIOGRAFÍA

Dra. Olivia Denisse Mejía Victoria, Profesora-Investigadora. Coordinadora de la Evaluación Colegiada de la Facultad de Ciencias, Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California. Campus Valle Dorado Blvd. Zertuche y Blvd. De los Lagos S/N. Unidad Universitaria Fracc. Valle Dorado. Ensenada, B.C. C.P. 22890. Correo electrónico: dmejia@uabc.edu.mx

Dr. Santos López Leyva, Profesor-Investigador en la Facultad de Economía y Relaciones Internacionaes de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Tijuana. Clazada Universidad 14418, Parque Industrial Internacional Tijuana, 22390, Tijuana, Baja California. Correo electrónico: sanlop1947@gmail.com, slleyva@uabc.edu.mx

Dra. Mónica Lacavex Berumen, Directora de la Facultad de Ciencias, Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California. Blvd. Zertuche y Blvd. De los Lagos S/N. Unidad Universitaria Fracc. Valle Dorado. Ensenada, B.C. C.P. 22890. Correo electrónico: monical@uabc.edu.mx

Mtro. Rodolfo Novela Joya, Profesor-Investigador. Coordinadora de la Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias, Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California. Campus Valle Dorado Blvd. Zertuche y Blvd. De los Lagos S/N. Unidad Universitaria Fracc. Valle Dorado. Ensenada, B.C. C.P. 22890. Correo electrónico: novelarodolfo1@gmail.com, novelajr@uabc.edu.mx

Dra. Mónica Fernanda Aranibar Profesora-Investigadora. Coordinadora de Becas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California. Campus Valle dorado. Blvd. Zertuche y Blvd. De los Lagos S/N. Unidad Universitaria Fracc. Valle Dorado. Ensenada, B.C. C.P. 22890. Correo electrónico: maranibar@uabc.edu.mx

MODELO CONCEPTUAL PARA LA ASIGNACIÓN DE ESPACIOS EN ANAQUEL A MIPYMES

Berenice Luna Ponce, Instituto Tecnológico Superior de Cajeme
José Luis Martínez Flores, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Patricia Cano-Olivos, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Alejandra Aldrette-Malacara, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.

RESUMEN

El merchandising se refiere básicamente a la organización en el punto de venta pero además es parte de la logística del detallista ya que está incluido dentro de la cadena de suministro en el análisis de la distribución de los productos y el manejo de los inventarios en exhibición. El merchandising ha sido retomado por varios autores para la generación de diversos modelos para la resolución de problemas de asignación de espacios en anaquel, ya que permite definir y evaluar las variables que afectan la rentabilidad de los espacios en anaquel de los minoristas. Dentro de esta metodología se destacan tres variables principales: la distribución de la superficie, la frecuencia de compra y la rentabilidad de los espacios en anaquel. Cada una de estas variables se relaciona con las demás a través del espacio disponible para la asignación de productos, este componente define una relación entre la utilidad de los productos y la cantidad asignada en ese espacio. En esta investigación se retoman los aspectos más importantes para desarrollar un modelo que permita identificar los componentes de las variables y su relación para determinar la cantidad de producto en anaquel que se deberá asignar en los espacios disponibles y de esta manera incrementar la rentabilidad de dichos espacios.

PALABRAS CLAVE: Merchandising, Asignación en Anaquel, Pymes

CONCEPTUAL MODEL FOR THE ALLOCATION OF SHELF SPACE IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

ABSTRACT

Merchandising refers to the organization at the selling point. It is part of the logistics of the retailer as it is included within the supply chain in the analysis of the product distribution and inventory management. Merchandising has been examined by several authors for the generation of different models for solving problems in shelf space allocation and to define and evaluate the variables that affect the profitability of shelf space from retailers. This methodology highlights three main variables: the distribution of the surface, the frequency of purchase and cost of shelf space. Each variable is related to the other through space available for product allocation. This component defines a relationship between the value of the products and the space allocated. This research develops a model to identify the variables and their relationship to determine the amount of product that should be assigned.

JEL: M310

KEYWORDS: Merchandising, Display, SMEs

INTRODUCCIÓN

A través de la presente investigación se podrá conocer el panorama actual de la gestión de la cadena de suministro de los detallistas, así como el uso del merchandising como herramienta de distribución de las PYMES en Cd. Obregón, para de esta forma llevar a cabo el desarrollo de un modelo conceptual para la asignación de espacios en anaquel que permitirá flexibilizar los procesos de distribución de producto de las PYMES y poder extenderlo a otras que lo requieran.

Cajeme es un municipio de aproximadamente 400,000 habitantes, está integrado por una cabecera municipal, cinco comisarías y cinco delegaciones, sus actividades principales son, la agricultura ganadería, y la industria. El 57% de las empresas de giro industrial corresponden a micro empresas, el 28% a las empresas pequeñas, el 8% a empresas medianas y el 7% a empresas grandes; estas cifras son importantes pues muestran que el porcentaje más elevado de trabajo industrial se lleva a cabo en la pequeñas y medianas empresas, además el 33% de la totalidad de las empresas pequeñas y medianas llevan a cabo sus ventas directas al público, por lo que existe un amplio mercado para llevar a cabo esta investigación.

Gajjar y Adil, (2010), llevaron a cabo una investigación, del problema que presentan los minoristas sobre la asignación de espacio en anaquel considerando la elasticidad del espacio (*Shelf Space Allocation Problem Considering Space Elasticity, SSAPSE*), para ello utilizaron un modelo de programación entera usando linealización por tramos, además diseñaron una heurística que se acerca consistentemente a una solución óptima para promedios generalizados del problema; Bai, Burke y Kendall (2008), desarrollaron un modelo para la determinación de los espacios en anaquel para los alimentos frescos en una empresa en el Reino Unido utilizando el enfoque heurístico, meta heurístico e hiper heurístico para la definición de problemas con múltiples elementos, el resultado obtenido fue el de asignar más espacio a los productos que generan mayores ganancias, recuperando espacio disponible de los productos que no generan ganancias.

Las microempresas dedicadas a la venta de productos al público tienen una demanda grande en la sociedad, a pesar de la introducción de los grandes supermercados y de algunas tiendas de conveniencia que, con el buen manejo de las variables de distribución interna y rentabilidad de los espacios, ganan día con día más mercado y desplazan a los pequeños servicios de venta de productos al público que no manejan estas variables para su maximización; esta investigación proporcionará una herramienta para eficientar el espacio de exhibición en anaquel para las pequeñas empresas que llevan a cabo ventas directas al público.

En el apartado de revisión literaria, se muestra el trabajo que varios investigadores han realizado sobre el problema de distribución de productos en anaquel para hacer más eficiente el espacio y obtener rentabilidad en él, se puede ver la relación que se ha formado entre la logística del cliente y el marketing directo; así mismo, se pueden ver los diferentes tipos de modelo que se han utilizado para la solución de este problema. En el apartado de Metodología se describe las dos fases que se llevaron a cabo para la determinación de las variables necesarias para incluir dentro del modelo; para ello, se realizó un análisis de datos que determinó las variables óptimas dentro del modelo.

En la sección de resultados, se puede visualizar los resultados obtenidos de la aplicación de la metodología cruzando con modelos ya existentes y de esta forma llevar a cabo el desarrollo del modelo específico para las PYMES, por último, en el apartado de conclusiones se da una breve explicación de los resultados obtenidos en relación con la problemática analizada.

REVISIÓN DE LITERATURA

El término Supply Chain Management – SCM (Administración de la Cadena de Suministro) fue introducido en los años 80 y desde ese momento ha sido objeto de atención por parte de las organizaciones. Hacia los

años 90 se observó que académicos, investigadores e incluso consultores consideraban que SCM consistía en la administración de la logística por fuera de la empresa. (Ballesteros y Ballesteros, 2004).

A partir del año 2000, la logística se convirtió en una serie de estrategias que permiten acercar más a los proveedores-productores-consumidores y en algunos casos los productores-clientes de forma directa. Se integran de manera satisfactoria estrategias productivas como: el justo a tiempo, control de calidad, innovación tecnológica, redes de distribución y almacenaje, entre otras; de tal manera que se puedan disminuir los costos dentro del proceso logístico y tenga un impacto en los precios de los productos que consumen los clientes finales, (Ballou, 2004).

La incorporación de la logística se realiza en mercados de diferente tamaño, es decir; las grandes empresas como las pequeñas, implementan procesos logísticos de acuerdo a sus capacidades, esto les permite incrementar la competitividad. La implementación de los procesos logísticos dentro de las diferentes áreas de las empresas presentan generan que estos se llevan a cabo de manera más eficiente, ya que hacen uso de una mayor cantidad de recursos para su implementación; a diferencia de las empresas con recursos limitados, quienes deben adaptar las estrategias logísticas y de gestión para mejorar los procesos de manejo de materiales, control de inventarios, manejo y disponibilidad de almacenes, etc.

Una empresa minorista de autoservicio que desea lograr su objetivo de crecimiento y que desea incrementar sus ventas, debe llevar a cabo una evaluación de la percepción que los consumidores tienen sobre la distribución de los productos que se encuentra en exhibición; de tal manera que pueda satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores a través de la adaptación de la distribución de los productos en exhibición, pues según, Amine (2003), la percepción que tiene el consumidor sobre la distribución de los productos en anaquel, depende del número de unidades en exhibición y de la disponibilidad de las marcas favoritas.

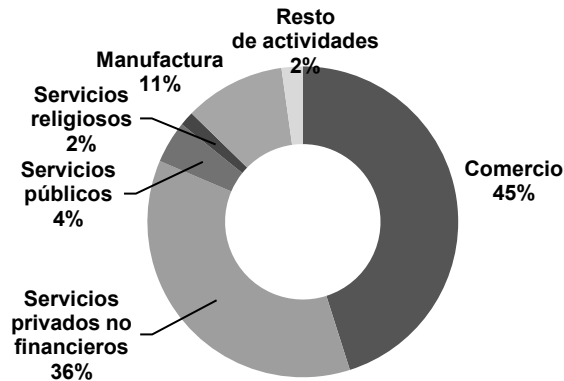
Por otro lado, los pocos recursos que los minoristas aportan a la mejora de los procesos de asignación de los productos en anaquel para su exhibición y el espacio disponible a asignar contribuyen a la problemática de una deficiente distribución de los productos a exhibir, Anderson y Amato (1973). El problema de la asignación de espacios en anaquel no es un problema nuevo, Cox (1970), analizó la relación que existe entre las ventas de un producto en específico y la ubicación de este en el anaquel y determinó que el comportamiento de las ventas de ese producto puede variar dependiendo de la posición en la que se coloque en el anaquel. Así mismo, Frank y Massy, (1970), en su investigación estimaron los efectos que algunas políticas de *merchandising* tienen en las ventas frecuentes de ciertos productos que se encuentran en exhibición para los minoristas.

El *merchandising* del distribuidor forma parte del *marketing* y de la logística del detallista; pues se refiere básicamente a la organización en el punto de venta y además del análisis de la distribución de los productos y el manejo de los inventarios en exhibición.

Las pequeñas empresas o minoristas dedicadas a la venta de productos al público tienen una gran demanda, lo anterior pese al establecimiento de los grandes supermercados y de algunas tiendas de conveniencia, que tienen un buen manejo de las variables de distribución interna y rentabilidad de los espacios, este tipo de empresas generan día con día más mercado y desplazan a los minoristas que no manejan estas variables.

De acuerdo a los datos del censo económico de 2014 las empresas en México se dividen por sectores económicos, como se muestra en la Figura 1. De esta división se puede ver que el 45.1% de la actividad la aporta el comercio, es decir que casi el 50% de las empresas se dedican al comercio, lo que indica que existe un campo muy amplio para el desarrollo de estrategias que permitan mejorar las acciones de marketing y logística en ellas.

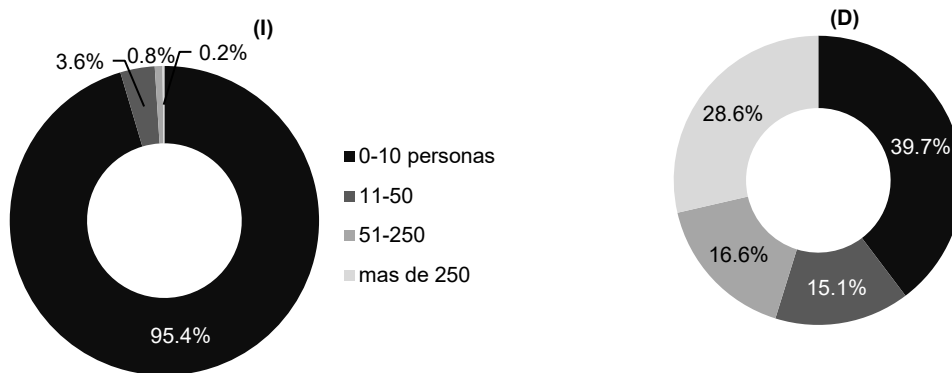
Figura 1: División de las Empresas En México Por Sectores



Fuente Censos Económicos 2014 (INEGI)

En la Figura 2, indica que para el año 2014, el 95.4% de los establecimientos que tienen de 1 a 10 trabajadores, son unidades económicas consideradas microempresas, éstas, aportan el 39.5% del empleo total, es decir, existe un gran número de empresas consideradas como PYMES que aportan el mayor porcentaje de empleo, por lo que es importante encontrar estrategias que permitan hacer más eficientes los procesos y actividades de marketing para aumentar la rentabilidad de la venta de los productos.

Figura 2: Porcentaje de Empresas Con Menos de 10 Trabajadores (I), Porcentaje de Aportación al Empleo Total de las Microempresas (D).



Fuente Censos Económicos 2014 (INEGI)

Considerando la importancia que representa el comercio en el sector y la gran aportación al empleo, es viable el desarrollo de un modelo de evaluación y gestión de espacios en el marco de la logística interna, para eficientar la distribución de los productos en anaquel.

Los procesos de distribución de producto en anaquel han generado una serie de investigaciones para el desarrollo de modelos matemáticos los cuales integran el mayor número de variables posibles que minimizan los efectos negativos de una distribución inadecuada.

De acuerdo a Gupta y Krishnan (1966), los modelos matemáticos se pueden aplicar a muchos y variados procesos, no sólo de producción, sino también de servicio; para este caso en específico, el modelo deberá determinar la mejor distribución de los productos dentro del espacio de exhibición para una mejor rentabilidad.

Urban, (1998), realizó una investigación cuyo propósito principal fue la generalización e integración de modelos de control de inventario, modelos de surtido de productos y modelos de asignación del espacio en anaquel a través de una heurística voraz y un algoritmo genético.

El modelo desarrollado por Gómez y Rozano (2009) propone hacer un análisis que defina la cantidad de producto asignado al lineal disponible para la exhibición, aunque este estudio trata de hacer una comparación entre las marcas del distribuidor y las marcas del fabricante; sirve como base para la investigación, dicho modelo propone llevar a cabo un análisis del problema de asignación de los espacios en anaquel, ya que es importante medir el espacio que ocupan los productos dentro de la tienda.

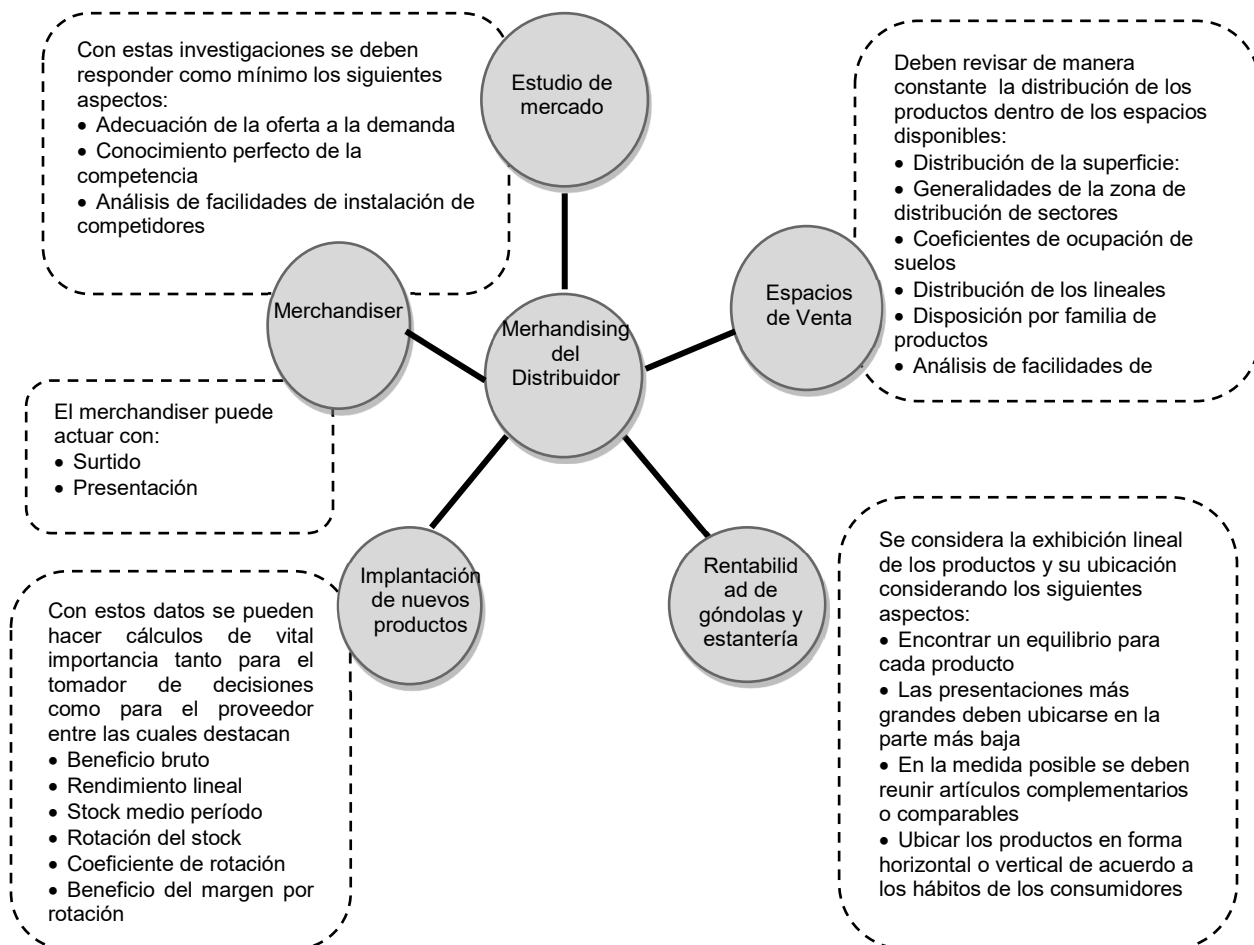
Así mismo, existe un método propuesto por Orlando y González, en el que hacen referencia a dos divisiones principales, la primera de ellas, se refiere al *merchandising* del fabricante, el cual trabaja con todas aquellas actividades promocionales que los distribuidores llevan a cabo para estimular la compra de los productos por los clientes; la segunda hace referencia a todas las actividades que el dueño del establecimiento hace para eficientar el espacio de exposición e incrementar la rentabilidad de los productos que vende, este punto está compuesto de cinco fases a considerar para el análisis del problema de asignación de los productos en anaquel, y se muestran en la Figura 3, la cual muestra las cinco fases en las cuales se divide el *merchandising* del distribuidor y los requerimientos que cada una de las fases aporta a la medición de la rentabilidad de los espacios y la asignación de los productos en anaquel.

El Comercio al por mayor comprende las unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin realizar la transformación) de bienes de capital, materias primas y suministros; sus características principales son las que operan desde una bodega u oficina, además de tener poca o nula exhibición de mercancías, así mismo atraen clientes por vía telefónica, mercadeo personalizado y además venden grades volúmenes

El comercio al por menor comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra - venta (sin transformación), de bienes para el uso personal o para el hogar, aunque en algunas ocasiones esos productos también se comercializan a negocios, como el comercio de gasolina o de automóviles; se encuentran además incluidas unidades económicas dedicadas a revender mercancías sin haberlas comprado, es decir, las reciben de otras unidades económicas con las cuales comparten la misma razón social, dentro de estas unidades se encuentran empresas dedicadas principalmente al comercio al por menor de productos propios, exclusivamente a través de Internet, además de negocios que se dedican a la venta por televisión, al comercio al por menor mediante la utilización de máquinas expendedoras, puerta por puerta, por catálogo, multinivel, demostración de productos en hogares y telemercadeo con ventas vía telefónica.

Lucen como tiendas, pues, tienen acceso al público en general extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas, atraen clientes por la ubicación y diseño del establecimiento, hacen publicidad masiva por medio de volantes, prensa, radio, televisión, etcétera.

Figura 3: Modelo de Merchandising del Distribuidor



De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial para América del Norte, México 2013 (SCIAN) las actividades Comerciales están divididas en dos sectores: Comercio al por mayor y Comercio al por menor. Fuente Orlando y González (1997)

METODOLOGÍA

La fase de recolección de información; consiste en la obtención de información sobre los procesos que siguen las PYMES para la distribución de los productos en anaquel, esto se llevará a cabo a través de la aplicación de un instrumento para la recolección de información, en una muestra representativa de empresas de ese tipo ubicadas en Cd. Obregón, Sonora misma que será analizada para extraer la información necesaria para la elaboración del modelo.

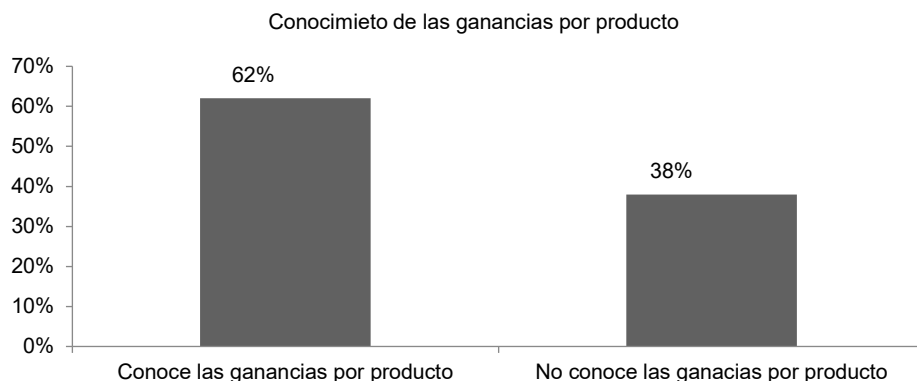
La Figura 4 muestra información sobre la forma en la que las PYMES realizan sus compras; de acuerdo a esta información el 98% de las empresas lleva a cabo la compra de los productos que exhibe a través de la experiencia basados sólo en información empírica, y solo el 2% restante lo hace a través de cálculos sobre información de las ventas en períodos anteriores.

Figura 4: Forma en Que Se Realizan las Compras en las PYMES de Productos en Exhibición



En lo referente al conocimiento de las ganancias adquiridas por la venta de los productos, la Figura 5, muestra que el 62% de los dueños de las PYMES sí conoce cuanto ganancia les deja cada producto mientras que el 38% contestó que no conoce las ganancias de la totalidad de sus productos.

Figura 5: Conocimiento de las Ganancias Que Deja Cada Producto Que Se Vende

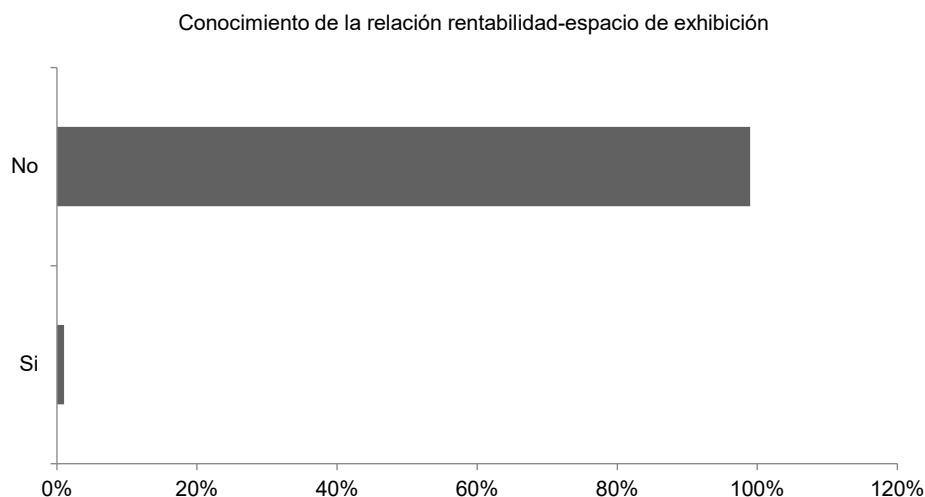


La Figura 6, muestra el conocimiento que tienen los dueños de las PYMES sobre la relación que existe entre el espacio que ocupa un producto y la ganancia que puede proporcionar, de esta el 99% de las empresas PYMES contestaron que no tienen ese conocimiento y solo el 1% contestó que sí, pero no supieron explicar cómo determinar esa relación.

La fase de análisis de datos y resultados, se llevó a cabo una vez de haber recolectado la información, se llevó a cabo la fase de evaluación de las variables del merchandising que intervienen e interactúan en el proceso de distribución del producto en exhibición en las PYMES; este análisis dio como resultado que las variables más sensibles a evaluar dentro de un proceso de merchandising son:

- Determinación de la superficie disponible para la colocación de los productos para su exhibición
- La frecuencia de compra incluyendo la información de la demanda para llevar a cabo un pronóstico sencillo.
- El costo del espacio lineal por producto para determinar a rentabilidad del mismo.

Figura 6: Conocimiento de la Relación de la Rentabilidad-Espacio de Exhibición de los Productos



RESULTADOS

Los modelos desarrollados por Drèze (1994), Anderson y Amato (1983), Corstjens y Doyle (1981), Urban (1998), Gajjar y Adil, (2010); han determinado que las variables que afectan al problema de asignación de espacios en anaquel son: la demanda de los productos, el espacio disponible para exhibición y la ganancia unitaria que cada producto exhibido proporciona. Sin embargo a pesar de tener identificadas estas y otras variables, los modelos no han logrado resolver el problema, a pesar de ello, sus resultados han permitido una aproximación a la generación de nuevas consideraciones que se deben establecer para el análisis de este problema.

Otro modelo que se han probado son los desarrollados por Gómez y Rozado (2009), este establece que debe determinarse una relación entre el espacio disponible asignado a la exhibición y la demanda del producto debido a que un porcentaje bastante elevado de los clientes deciden sus compras en el momento de ingresar a la tienda y ver los productos que están en exhibición.

Además del modelo de Gómez y Rozado, existe un modelo que complementa lo descrito con anterioridad en el cuál se destacan variables que no se consideran en todos los modelos que se han aplicado para la solución del problema de asignación de espacio en anaquel, dicha estrategia la describe Orlando y González (1997).

Los procesos de gestión en las PyMES, surgen como una necesidad de generar estrategias que apoyen a estas empresas, Velásquez (2003), plantea que los modelos de gestión para PyMES deben ser estructurados de acuerdo a sus capacidades, estructura y cultura de trabajo, y plantea un modelo de gestión para PyMES innovadoras.

Los modelos anteriores destacan la utilización de heurísticas, modelos y formatos matemáticos, lo que puede ser complicado para el uso y aplicación del modelo en las PYMES, ya que las características de estas empresas es que son sencillas, ágiles en sus compras y ventas y no generan todos los registros necesarios de información para el desarrollo de mediciones y análisis de sus ventas, lo que destaca que un modelo más sencillo de evaluar y analizar producirá resultados de manera más fácil, los cuales podrán ser utilizados para el cálculo de la rentabilidad de acuerdo al modelo propuesto.

Un estudio realizado por Ortiz (2012), dio como resultado que muchas de las PyMES, no tienen una preocupación sobre sus costos logísticos y algunos de ellos son desconocidos para los dueños de las empresas. Sin embargo, es importante entender que la mejora de la gestión logística a través de la eliminación de ineficiencias en los procesos tiene un impacto directo en la reducción de costos y posiblemente un incremento en los ingresos de las PyMES, pues es de suponer que al aumentar la disponibilidad del producto se añade valor a éste. Por lo tanto, es importante que las PyMES adquieran conciencia del potencial que representa la logística para su rentabilidad.

Basado en la necesidad de gestionar los espacios de exhibición que tienen las PyMES dedicadas al comercio al por menor, se desarrolla un modelo cuyo propósito es eficientar el espacio disponible para obtener el mayor beneficio posible considerando los factores que influyen en las decisiones de compra de los clientes. La Figura 7, muestra un modelo que toma en consideración sólo algunas variables básicas de medición para las PyMES de comercio para tratar de hacer una evaluación gráfica y simple y de esta manera proporcionar estrategias de distribución de productos que permitan incrementar su rentabilidad; este modelo se basa en la interacción del modelo entre la demanda de los productos, la frecuencia con que el cliente compra esos productos, el espacio lineal que se destina al acomodo de los productos y el coeficiente de ocupación; así mismo, evalúa variables externas acerca de la disponibilidad de las marcas y de la percepción de la distribución de los anaqueles por el cliente; en conjunto permite verificar la rentabilidad que le da cada uno de los productos que tiene en exhibición.

Demanda: Consiste en recolectar la información de la cantidad de productos que los consumidores requieren, es decir, conocer lo que el cliente desea y en qué cantidades los compra.

Esto da la posibilidad de hacer una comparación entre las diferentes familias de productos que se encuentran en los espacios de exhibición, este análisis servirá para la toma de decisiones de acuerdo a los movimientos que los mismos clientes piden de las exhibiciones de los productos.

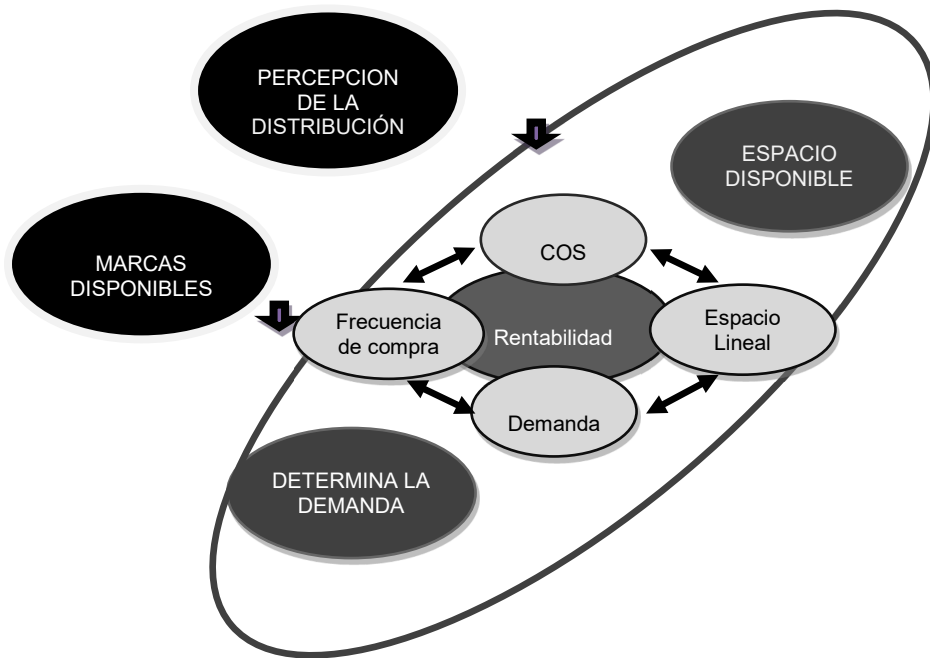
Frecuencia de compra: permite determinar la frecuencia con la que se está llevando a cabo la compra de los productos que se encuentran en el espacio de exhibición.

Espacio lineal asignado: Dentro de este punto interviene la experiencia del encargado para la distribución del productos pero básicamente se deben de considerar ocho aspectos importantes: (1) cálculo de normas lineales, (2) noción de lineal mínimo, (3) utilización de los rendimientos lineales de la familia de productos, (4) coeficientes presupuestarios, (5) parte proporcional de la facturación, (6) parte proporcional del beneficio mutuo, (7) políticas comerciales, (8) índice de gestión de los mercados. (Orlando y González de acuerdo a la cita de Mouton, 1997).

Coficiente de ocupación (COS): Se calcula con el número de metros lineales de suelo, se obtiene acumulado el número de elementos en el suelo de una góndola multiplicada por el número de fachadas

Rentabilidad: Para determinar la rentabilidad del espacio que cada producto ocupa, se pueden realizar una serie de cálculos, como: (1) Beneficio bruto, (2) Rendimiento lineal, (3) Inventario medio período, (4) Rotación del inventario, (5) Coeficiente de rotación, (6) Beneficio del margen por rotación, que permitirán agregarlo a la rentabilidad total de cada producto en relación al espacio que ocupa y con ello tomar las decisiones de distribución.

Figura 7: Modelo Conceptual Propuesto



Modelo conceptual propuesto, fuente propia

Los modelos presentados en la Figura 7 consideran claramente variables que en este modelo se resaltan como son: la demanda del producto, el espacio disponible, la frecuencia de compra; sin embargo, el modelo que se genera en esta investigación crea ventajas especiales ya que busca relacionar de manera específica estas variables. El modelo presentado por Orlando y González (1997), es un ejemplo claro de todas las variables que se deben considerar tanto para el cliente como para el vendedor, sin embargo, evalúa estas variables de forma individual, y solo la rentabilidad y la eficiencia del espacio tienen una relación clara, esto pudiera omitir el impacto de las variaciones de las diferentes variables que intervienen en el proceso, por lo que es importante generar una relación entre todas las variables, dicha relación es planteada por el modelo desarrollado dentro de esta investigación.

Una parte importante del modelo que aporta a una generalidad básica es la consideración de datos duros como son las mediciones de las variables que se utilizan para los cálculos, además de la consideración de las percepciones de los clientes en un momento específico para modificar algunas condiciones de exhibición.

Para esta investigación en particular las mediciones más importantes y de mayor impacto son el beneficio bruto, el cual se obtiene con el cálculo de la rentabilidad por producto; y el rendimiento lineal de los anaqueles, el cual se obtiene con la relación de la rentabilidad del producto y el espacio lineal que ocupan en los anaqueles, esto permitirá la toma de decisiones sobre la modificación de la distribución o la salida o entrada de productos, in embargo para estos cálculos se requiere la información de las variables descritas en el modelo.

Además de las variables encontradas se consideró incluir dos variables informativas, la primera se refiere a la percepción que tiene el consumidor sobre la distribución de los productos en anaquel, y la segunda se refiere a la disponibilidad de las marcas favoritas del consumidor, de acuerdo a lo descrito por Amine (2003); de ahí entonces que se tenga contemplado estas dos variables dentro del desarrollo del modelo; sin

embargo, son variables externas que no pueden ser controladas por el minorista, pero si es importante su consideración para la implementación de las estrategias de distribución de anaques.

En el trabajo de Gómez y Rubio (2006), se analiza la percepción de los fabricantes sobre la gestión del producto y el merchandising, poniendo de manifiesto la discrepancia entre las diferentes percepciones sobre el trato ventajoso del lineal de las marcas propiedad del distribuidor y las marcas de otros fabricantes.

Esta investigación propone un modelo sencillo, que genera ecuaciones de fácil manejo para los integrantes de las PYMES, lo que hace al modelo funcional si se compara contra los modelos que se encuentran disponibles, ya que algunos de estos, son modelos más complejos; pues algunas veces se desarrollan ecuaciones que sólo a través de algunos softwares se pueden obtener resultados, el modelo aquí desarrollado, pretende que el encargado o dueño de la empresa sea capaz de registrar la información de acuerdo a como se lleve a cabo el proceso y genere sus propios cálculos de manera sencilla con el simple uso de una calculadora.

CONCLUSIONES

El *merchandising* es una técnica muy utilizada dentro del marketing para eficientar el proceso de compra de los clientes a través de la explotación de sus impulsos; sin embargo, el *merchandising* del distribuidor no sólo retoma algunos aspectos sobre los gustos de los clientes sino que también distribuye de manera eficiente los productos en el espacio disponible para exhibición de tal manera que se obtienen las mayores ganancias y además se establecen los niveles adecuados de inventario de los productos que se manejan dentro de la empresa.

El objetivo de la presente investigación es la optimización de la exhibición de productos en anaquel en empresas PYMES detallistas mediante el diseño de un modelo que considere las técnicas del merchandising, el desarrollo de este modelo generará mejoras en la rentabilidad de las empresas pequeñas que llevan a cabo un servicio y que tienen en exposición sus productos, las cuales forman parte de un amplio porcentaje de las PYMES en la región.

Así mismo se podrá generar una cultura empresarial a nivel pequeño, desde el momento en que podrán llevar registros de sus ventas y desperdicios, lo cual podrá tener un impacto social, sea ambiental y de productividad.

La metodología desarrollada en esta investigación consistió en dos fases principales, la primera fase hace referencia a la obtención y análisis de datos de las PYMES que trabajan con la exhibición de productos, la segunda fase consiste en el desarrollo del modelo conceptual, basados en la información de las PYMES y modelos establecidos como el de Orlando y González (1997); de esta manera se obtuvo un modelo que permite relacionar las variables específicas como la demanda y el espacio disponible; como variables duras, y la percepción de la distribución y la disponibilidad de marcas, como variables blandas que en un momento influyen la decisión de comprador.

El modelo aquí presentado es desarrollado con el objetivo de agilizar el trabajo del cálculo de las variables que impactan en la rentabilidad del espacio utilizado para la distribución de los productos en exhibición, sin embargo debe buscarse la forma de incluir en él, la implantación de nuevos productos que, aunque depende de los recursos disponibles y de los productos de temporada o de modas, es necesario considerar como interrelacionar esta variable.

REFERENCIAS

Anderson. E. E. & Amato, H. N., (1973), "*A mathematical Model for Simultaneously Determining the Optimal Brand-Collection and Display-Area Allocation*", *Operations Research*, pp.13-21

- Amine, A. & Cadenat, S., (2003), “*Efficient retailer assortment: a consumer choice evaluation perspective*”, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 31, No. 10, pp. 486-497.
- Bai, R., Burke, E. K. & Kendall, G. “*Heuristic, Meta-Heuristic and Hyper-Heuristic Approaches for Fresh Produce Inventory Control and Shelf Space Allocation*”, The Journal of Operations research Society, Vol. 59, No. 10, pp 1387-1397.
- Ballesteros, R. D & Ballesteros P. P., (2004), “*Logística competitiva y la Administración de la Cadena de Suministros*”, SCientia Et Technica, Vol. X, No. 24, pp. 1-6.
- Ballou R. H., (2004), “*Logística administración de la cadena de suministro*”, (1ra edición), México, Editorial Pearson Educación.
- Censos Económicos 2014, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), México.
- Corstjens, M. & Doyle, P., (1981), “*A Model for Optimizing Retail Space Allocations*”, Management Science, Vol. 27, No. 7, pp. 822-833
- Cox, K.. K., (1970), “*The Effect of Shelf Space upon Sales of Branded Products*”, Journal of Marketing research, Vol 7, pp 55-58.
- Drèze, X., Hutch, S & Purk, M., (1994), “*Shelf Management and Space Elasticity*”, Journal of Retailing, Vol 70, No. 4, pp 301-326.
- Frank, R. E. & Massy, W. F., (1970), “*Shelf Position and Space Effects on Sales*”, Journal of Marketing Research, Vol. 7, pp. 59-66.
- Gajjar, H. K. & Adil, G. K., (2010), “*A piecewise linearization for retail shelf space allocation problem and a local search heuristic*”, Annals of Operations research, No. 179, pp. 149-167.
- Gómez, S. M., y Rozano, S. M (2009), “*marcas del distribuidor, análisis del espacio en el lineal por categorías y enseñanzas*” cuadernos de Gestión, Vol. 9. No. 1, pp. 81-98.
- Gómez, S. M., y Rubio, B. N., (2006), “*Gestión Minorista de las Marcas del Distribuidor: Producto y Merchandising*”, ICE, No. 828, pp157-174.
- Gupta, S. K. & Krishnan, K. S., (1966), “*Mathematical Models in Marketing*”, pp.1040-1060
- Orlando, J. J. y González, D. E. (1997), “*Distribución y marketing*”, (1ra. Edición), Argentina, Editorial Machi.
- Ortíz, A., Izquierdo, H. y Rodríguez, M. (2012), “*Modelo d Gestión logística para PyMES Industriales*” LACCEI'2012, pp.2-10.
- Sistema de Clasificación Industrial de America del Norte, México SCIAN, (2013), Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- Urban, T. L., (1998), “*An Inventory-Theoretic Approach to Product Assortment and Shelf-Space Allocation*”, Journal of Retailing, Vol. 74, No.1, pp. 15-35.

Velásquez, C. A., (2003), “*Modelo de Gestión de Operaciones para PyMES Innovadoras*” Revista Escuela de Administración en Negocios, No, 47, pp. 66-87.

BIOGRAFÍA

Berenice Luna Ponce es profesora de tiempo completo de la División de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico Superior de Cajeme (ITESCA), es estudiante del Doctorado en Logística y Dirección de la Cadena de Suministro de la Universidad Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), contacto en la División de Ingeniería Industrial de ITESCA, Carretera Internacional a Nogales Km 2, C. P. 85000, Cd. Obregón, Sonora, México email: bluna@itesca.edu.mx

José Luis Martínez Flores, es profesor de tiempo completo y Coordinador del Doctorado en Logística y Dirección de la Cadena de Suministro del Centro Interdisciplinario de Investigación y Posgrado (CIP) de la Universidad Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Contacto en el CIP de UPAEP, calle 21 sur número 1103, col. Santiago, C. P. 72410, Puebla, Puebla, México, email: joseluis.martinez01@upaep.mx

Patricia Cano Olivos es profesora de tiempo completo del (CIP) de la Universidad Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Contacto en el CIP de UPAEP, calle 21 sur número 1103, col. Santiago, C. P. 72410, Puebla, Puebla, México, email: patricia.cano@upaep.mx

Alejandra Aldrette Malacara es profesora de tiempo completo y Directora de la Carrera de Tecnologías de la Información en la Universidad Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP). Contacto en UPAEP, calle 21 sur número 1103, col. Santiago, C. P. 72410, Puebla, Puebla, México, email: alejandra.aldrette@upaep.mx

METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO DE EGRESADOS PARA FORTALECER LA VINCULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON LA SOCIEDAD

María de Jesús Ramírez Domínguez, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Marisela Reséndiz Ortega, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Martha Elva Reséndiz Ortega, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

RESUMEN

El seguimiento de egresados contribuye al desarrollo de la responsabilidad social universitaria porque reconecta la Institución con el contexto social, y reencuentra su identidad con los egresados brindándoles formación continua pertinente que mejore su desempeño. En la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, se aplica el cuestionario del recién egresado, obteniendo datos confiables sobre la utilidad y áreas de oportunidad de los conocimientos adquiridos durante su carrera universitaria. Para la obtención de información se aplican tres instrumentos; el primero a recién egresados para saber su opinión respecto al Plan de estudios y procesos de colocación; el segundo a egresados con antigüedad de 3 a 5 años para conocer su situación laboral, necesidades de educación continua y opiniones sobre la formación recibida; y el tercero es aplicado de manera presencial a los empleadores para conocer el desempeño laboral de los egresados de la BUAP. Se concluye que, la institución está cumpliendo con uno de los ejes de la Responsabilidad Social Universitaria, de formar profesionistas capaces, con formación continua y la mejora de los planes y programas de estudio vigentes derivada de la retroalimentación recibida por estos dos grupos de interés: egresados y empleadores.

PALABRAS CLAVE: Seguimiento de Egresados, Instituciones de Educación Superior, Responsabilidad Social Universitaria y Empleadores

METHODOLOGY FOR MONITORING GRADUATES TO STRENGTHEN THE INVOLVEMENT OF THE UNIVERSITY WITH SOCIETY

ABSTRACT

The monitoring of graduates contributes to the development of University social responsibility. It connects the Institution with the social context, and reunites its identity with graduates giving them continued pertinent education that improves their development. In the Faculty of Public Accounting of the Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, we applied a new graduate questionnaire. We obtained reliable information about the usefulness and opportunity areas of their university career. To obtain the information we applied three instruments; the first is applied to new graduates to know their opinion about the Study Plan and collocation process; the second is applies to graduates who graduated 3 or 5 years ago to know their work situation and continuous education requirements and opinions about the received information; and the third is applies in a presence way to the employers to know the labor performance of the BUAP graduates. We find, the institution is meeting one objective of University Social Responsibility. That responsibility is to reaffirm its graduates and society to give professionals, continuous education and improve their study programs as a result of the feedback received from two interest groups: graduates and employers.

JEL: I23, M0, M14

KEYWORDS: Monitoring of Graduates, Instituciones de Educación Superior, University Social, Responsibility

INTRODUCCIÓN

Los estudios de egresados tienen un antecedente en el Programa de Gestión de Transformaciones Sociales de UNESCO (2002), el cual pretendió dar respuesta a las problemáticas de formación universitaria, evaluación del empleo y prácticas profesionales, que resolverían las necesidades comunitarias específicas. Se enfatizó en la necesidad de pertinencia que ha adquirido nuevas dimensiones y una mayor urgencia, a medida que las actividades económicas de la sociedad requieren graduados capaces de actualizar constantemente sus conocimientos y adquirir nuevos que les permitan, no solo encontrar trabajo, sino también crear empleos en un mercado en constante cambio. Otro antecedente lo constituye el reto de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES, 1998), de asegurar que los profesionistas egresados de las Instituciones de Educación Superior (IES) continúen desempeñando un papel fundamental en el proceso de desarrollo nacional en el contexto de la sociedad del conocimiento, para lo cual es necesario que las

IES actualicen periódicamente los perfiles terminales de los programas que ofrecen para atender tanto las aspiraciones de los estudiantes como los requerimientos laborales y aseguren que el alumno aprenda lo previsto en los planes y programas de estudio, y refuercen los esquemas de evaluación de los aprendizajes para garantizar que los egresados cuenten con los conocimientos, competencias y valores éticos que corresponden a la profesión que eligieron (ANUIES, 1998). Inicialmente el Consejo Nacional de la ANUIES, aprobó el “Esquema básico para estudios de egresados” (ANUIES, 1998), que posteriormente se plasma en el documento “La Educación Superior en el siglo XXI”, donde establece que las IES deben considerar la realización permanente de estudios de seguimiento de egresados con propósitos de retroalimentación curricular y de evaluación institucional (ANUIES, 2000: p.65). El presente trabajo se articula en cinco partes. En la primera se presenta una introducción al estudio, en un segundo apartado se hace una revisión de literatura sobre los conceptos y metodología sobre seguimiento de egresados, posteriormente se describe la metodología utilizada para la obtención de información, en la cuarta parte se presentan los resultados obtenidos y por último las conclusiones y recomendaciones para que este estudio sea permanente y útil en beneficio de los egresados y de la sociedad en general.

Objetivo

El objetivo general del estudio es: Identificar el juicio de los egresados sobre su desarrollo académico y las condiciones en las que se incorporaron al mercado de trabajo, así como conocer su opinión acerca de la formación recibida, permitiendo apoyar la toma de decisiones en la programación de la educación continua y retroalimentación del Plan de Estudios para fortalecer la oferta educativa y el impacto social en el estado de Puebla, México.

REVISIÓN LITERARIA

Antecedentes y Conceptualización

En julio de 1999, la Vicerrectoría de Docencia de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, inició el estudio de egresados como un programa institucional, con el propósito de conocer la situación en que se encuentran los egresados de la institución; se empezó con elaboración del directorio, lográndose contactar a mil egresados mediante visitas domiciliarias y contactos por teléfono, utilizando un cuestionario basado en la propuesta de la ANUIES (ANUIES, 1998). En 2007, la institución se une al

proyecto Internacional de Seguimiento de Egresados (PROFLEX), desarrollado por un grupo de investigadores de la Unión Europea. De acuerdo con Quezada (2008), el estudio de egresados es aquel que recaba información de una misma población en diferentes momentos de un tiempo prolongado; según García (2010) son estudios que permiten conocer el desempeño y desarrollo profesional de los egresados, para que los centros de educación mejoren y actualicen de manera permanente los planes y programas de estudio. Según lo manifiestan los expertos, algunos beneficios de estos estudios, son los siguientes:

El seguimiento de egresados no solo es un puente necesario entre las Instituciones de Educación Superior y el mercado laboral sino también contribuye al desarrollo de la responsabilidad social universitaria porque a través de este programa la Institución se reconecta con el contexto social, puesto que reencuentra su identidad con los egresados con quienes tiene el compromiso de seguir brindando formación continua pertinente para mejorar su desempeño. De acuerdo con los autores De Vries, W., Cabrera, A. y Anderson, S. (2007), las encuestas a empleadores son un complemento importante en el seguimiento de egresados porque permiten recabar información del sector productivo, resultados que permiten obtener información sobre el grado de satisfacción de los profesionistas que contratan, respecto al desempeño de competencias, y áreas de oportunidad, así como requisitos para la contratación, y esta información puede ser de utilidad para mejorar las condiciones de inserción de los egresados. Existen diversas metodologías para llevar a cabo el seguimiento de egresados, la pionera es la ANUIES, que representa una estrategia de investigación cíclica de evaluación que posibilita conocer y sistematizar información sobre las trayectorias, condiciones y perspectivas personales, laborales y profesionales de los egresados de las IES, por lo que se toma como base en algunas instituciones (ANUIES, 1998). En la tabla 1, se presenta de manera sintetizada un cuadro comparativo de los procesos de estudios de egresados de ANUIES, Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Autónoma de Hidalgo.

Tabla 1: Comparación de Procesos Comparativos de Seguimiento de Egresados

IES/Etapas	ANUIES	IPN	UAEH
1	Definición de los objetivos de la investigación del seguimiento de egresados	Definición del objetivo de la investigación del seguimiento de egresados	Selección de la población en estudio
2	Diseño del instrumento	Selección de la población en estudio	Elaboración de un directorio de egresados por licenciatura;
3	Diseño de la base de datos para captura de información de los egresados	Selección de las variables para el estudio	Diseño de una muestra representativa
4	Solicitud de información de los egresados a la Dirección de Servicios Escolares	Selección de la muestra	Adecuación del cuestionario propuesto por la ANUIES
5	Procesamiento de datos	Estructurar el cuestionario	Recopilación de la información
6	Elaboración del reporte final	Aplicación del cuestionario	Diseño de la base de datos
7		Análisis de los datos	Edición y publicación de los resultados.
8		Presentación del informe	

En la tabla 1 se presenta los procesos comparativos de seguimiento de egresados de tres instituciones: ANUIES, Instituto Politécnico Nacional, (IPN) y la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), encontrando coincidencias en algunos elementos, y aunque ANUIES, realizó la metodología inicial, actualmente quien realiza este proceso de manera más completa es el Instituto Politécnico Nacional.

Fuente: Elaboración propia, con base en los datos encontrados en: ANUIES (2000), IPN (2010) y UAEH (2010).

Algunos aspectos a considerar para el seguimiento de egresados, establecidos por Guzmán, Flebles, Corredera, Flores, Tuyub y Rodríguez (2008) es que brinda a las IES la oportunidad de analizar las características profesionales y personales de sus egresados, para compararlas con los objetivos institucionales y con el propio programa de estudios del cual proviene; además de que pueden abarcar dos perspectivas: el del propio egresado y el de su empleador, del primero para saber si su carrera profesional le ha sido útil para obtener empleo o en el desempeño de su profesión y por otro lado considerar la perspectiva del empleador respecto a conocer si las competencias desarrolladas en los egresados se ajustan a las demandas del mercado laboral. Por tanto el seguimiento de egresados induce a los gestores

universitarios a realizar un seguimiento continuo que permita no solo conocer la situación de los egresados en un momento determinado de tiempo, sino comparar su evolución de acuerdo a su perfil académico y la situación del mercado laboral.

Según Stufflebeam en (Quezada, 2008), la evaluación de un currículo tiene la función primordial de comprobar e interpretar los logros de una empresa, perfeccionarlo y obtener información válida para tomar las mejores decisiones. Por tanto, los datos obtenidos del seguimiento de egresados y sus empleadores se convierten en una herramienta importante en el proceso de actualización del currículo enfocado a tres aspectos: efectividad, aceptabilidad y eficiencia, también destinada a conocer la opinión de los consumidores o usuarios del currículo referido. La efectividad determina si se han alcanzado los objetivos, y si la implementación del currículo es la adecuada. La aceptabilidad se logra cuando quienes se relacionan con el currículo están satisfechos con este y con los servicios que proporciona, que es una de las metas de la educación. La eficiencia establece si la producción es proporcional al producto, es decir si lo que se utiliza como entrada, se genera como salida; por ejemplo, si el número de alumnos que ingresa a la escuela es considerablemente proporcional al número que egresa dadas las condiciones externas e internas de los estudiantes y su relación con el currículo. Pratt, en Izquierdo (1996).

Seguimiento de Egresados en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)

Actualmente la BUAP aplica dos tipos de cuestionarios a los egresados, el primero basado en la propuesta de ANUIES, el cual utiliza para obtener información y conocer la opinión del egresado a cerca de su experiencia en la institución; es aplicado a quienes han terminado sus créditos y han iniciado su trámite de titulación; el segundo es el del Proyecto Internacional de Seguimiento de Egresados (PROFLEX) cuyo significado es Profesionales Flexibles (Seguimiento de egresados universitarios, PROFLEX), desarrollado por un grupo de investigadores de la Unión Europea, inicialmente aplicado en 12 países europeos, y actualmente se aplica en más de 40 universidades de América Latina, y en el caso de México, han participado 9 universidades. Este instrumento es contestado en un lapso de tres a cinco años después de haber salido de la Universidad, obteniendo datos confiables sobre la utilidad y áreas de oportunidad de los conocimientos adquiridos durante su carrera universitaria; así como información sobre el mercado laboral y las competencias requeridas para este. Los dos cuestionarios permiten a la institución hacer un seguimiento sistemático y representativo de sus egresados. Para hacer más efectiva esta labor, se realizan diversas acciones para mantener la comunicación continua con ellos, como las siguientes: Encuentros entre empleadores, comunidad académica y egresados de la BUAP en donde se imparten conferencias y talleres, se obsequian libros y revistas de Editorial BUAP y algunas empresas presentan exposiciones ; entre otras acciones que se desarrollan están los foros anuales; creación de página WEB especial para egresados que incluye noticias, ofertas académicas y cuestionarios en línea, además de la revista electrónica “Regresa” dirigida a los egresados.

Diseño Metodológico

El estudio que se presenta se realizó en tres periodos de tiempo; primero se aplicó la encuesta de egresados en el año 2011, y es llevado a cabo cada año en todas las unidades académicas, como una alternativa de autoconocimiento institucional, facilitando los procesos de planeación y evaluación institucional. La metodología para su realización, incluye las siguientes etapas: 1.Elaboración del directorio de graduados, 2. Incorporación de representantes de las unidades académicas a una red de trabajo realizando el registro de egresados; 4.aplicación de dos tipos de cuestionarios a los egresados, el primero basado en la propuesta de ANUIES para recién egresados y el segundo, el de PROFLEX aplicado en 2014 a egresados que concluyeron sus estudios entre 3 a 5 años; 5 elaboración de reportes específicos para la retroalimentación del Modelo Universitario Minerva (MUM); y por último el diseño y aplicación de un cuestionario para empleadores con el fin de conocer su opinión sobre los egresados y sobre las demandas del mercado laboral. Las encuestas aplicadas permiten a la Institución llevar un seguimiento

sistemático y representativo de los egresados para obtener datos confiables sobre la utilidad y las áreas de oportunidad de los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria. El primer instrumento se aplicó a 1844 egresados, siguiendo el siguiente proceso:

Selección de la población en estudio: esta etapa consiste en determinar el cohorte generacional (año de egreso específicamente) objeto de estudio, con dos años máximo de haber egresado.

Elaboración de un directorio de egresados con direcciones domiciliarias y de centros de trabajo, teléfono y correos electrónicos de estos.

Aplicación del instrumento semiestructurado denominado de seguimiento de egresados, diseñado por ANUIES, 2009) considerando los siguientes ítems:

- Datos generales del egresado y antecedentes socio familiares
- Datos académicos
- Trayectoria y ubicación en el mercado laboral
- Exigencias en el desempeño profesional cotidiano del empleo actual
- Opinión sobre el Plan de Estudios y las habilidades obtenidas
- Recomendaciones para mejorar el desempeño profesional
- Opinión sobre la organización académica
- Opinión sobre las instalaciones
- Comentarios adicionales para el mejoramiento académico

Para la segunda etapa se utiliza como estrategia de seguimiento, además de la base de datos utilizada en la primera etapa, la creación de una página WEB especial para egresados, donde se publica la oferta académica, noticias universitarias y cuestionarios en línea, cuyas respuestas se orientan también a la opinión del modelo educativo vigente, “Modelo Universitario Minerva” (MUM), además de la organización de foros donde asisten más de tres mil participantes, los cuales ya tienen de tres a cinco años de haber egresado; a los que se les entregan credenciales de identificación como egresados, contando a través de esta beneficios descuentos en estudios de posgrado y en diversas tiendas y cursos de educación continua en sus respectivas áreas del conocimiento. Para este fin se utiliza como herramienta digital una plataforma que se va actualizando cada periodo a través del departamento de Exámenes Profesionales y Educación Continua, además de utilizar las redes sociales como otra opción de comunicación como es el Facebook y Twitter. En la aplicación del segundo instrumento se sigue el siguiente proceso:

Selección de la población en estudio: esta etapa consiste en identificar electrónicamente, o presencialmente a través de los medios señalados a egresados que tengan de tres a cinco años de haber concluido su carrera universitaria.

Aplicación del segundo instrumento de seguimiento de egresados denominado PROFLEX, con preguntas cerradas considerando los siguientes ítems:

- Nivel de calificaciones en la licenciatura
- Información sobre la obtención de trabajo remunerado
- Experiencia laboral relacionada con su profesión
- Información sobre la obtención de trabajo independiente
- Información sobre el nivel de estudios requeridos para el puesto que ocupa
- Nivel jerárquico del puesto actual que ocupa

En la tercera etapa se realizan encuestas de opinión con los empleadores mediante reuniones presenciales con el fin de conocer el desempeño profesional de los egresados, información que complementada con otras líneas de investigación, retroalimentan el currículo y hacen posible su mejora para asegurar mejores

condiciones de la inserción laboral a nivel local, regional, nacional y mundial. En la tabla 2 se describen los sectores económicos a quienes pertenecen los 104 empleadores encuestados.

Tabla 2: Sectores Económicos Encuestados

Sector	Número	Porcentaje
Alimentos	6	5.77
Automotriz	1	0.96
Bancario	3	2.88
Comercio	11	10.58
Construcción	4	3.85
Educación	10	9.62
Entretenimiento	1	0.96
Gobierno	7	6.73
Industrial	17	16.35
Organizaciones no Gubernamentales	1	0.96
Refresquera	1	0.96
Salud	18	17.31
Servicios	24	23.08
TOTAL GENERAL	104	100%

En la tabla 2, se describe el número y porcentaje de empleadores encuestados; donde predominan los sectores de servicios (23%), seguidos del sector salud, (17.31%) y el industrial (16.35%).

Las encuestas fueron aplicadas de manera presencial, distribuyéndose la participación de acuerdo a los perfiles descritos en la tabla 3.

Tabla 3: Perfil de los Empleadores Encuestados

Perfil del encuestado	Número	Porcentaje
Propietario	3	2.94
Gerente	23	22.55
Responsable de Recursos Humanos	26	25.49
No identificado	50	49.02
No respondió	2	1.96
TOTAL GENERAL	102	100%

En la tabla 3, se describen el número y porcentaje del perfil de puesto de los empleadores encuestados; destacando el perfil no identificado (49.02%), seguido del de Responsable de recursos humanos, representado por un 25.49%, y en tercer sitio el de Gerente, representado con un 22.55%. Cabe mencionar que los puestos descritos son jefes inmediatos de los egresados.

En la tabla 4, se describe el número y porcentaje respecto de cada tamaño de las empresas encuestadas.

Tabla 4: Distribución Por Tamaño de las Empresas Encuestadas

Tamaño de empresa	Número	Porcentaje
Microempresa	22	21.15
Pequeña	22	21.15
Mediana	16	39.42
Grande	41	39.42
No determinada	3	2.88
TOTAL GENERAL	104	100%

Como se puede observar en la tabla 4, la mayoría de las empresas participantes, están en la categoría de grandes empresas y por tanto cuentan con más de 250 empleados, por lo que la información proporcionada por los empresarios encuestados se considera de gran valor ya que agrupan a un número importante de egresados, y sus opiniones contribuyen a la mejora continua de los programas, además de conocer el posicionamiento de los profesionistas egresados.

Se presenta en la tabla 5 el resumen de las categorías de sujetos encuestados.

Tabla 5: Sujetos Encuestados Por Instrumento

Sujetos	Número
Recién egresados	1844
Egresados con antigüedad de 3 a 5 años	890
Empleadores	104

La tabla 5 muestra el número de sujetos encuestados; los cuales al inicio son más porque de alguna manera se les obligo a participar, mientras que los egresados con un tiempo mayor de tres años, ya no son obligados, sino invitados a participar en las encuestas; los empleadores también son menos porque acuden voluntariamente a las encuestas presenciales también mediante invitación.

RESULTADOS

En los hallazgos encontrados, se hace énfasis en los egresados de la Facultad de Contaduría Pública. Respecto a los encuestados recién egresados, se obtuvieron los siguientes resultados: Un 69% de los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública ya se encuentran trabajando durante el último año de sus estudios, según se observa en la tabla 6.

Tabla 6: Porcentaje de Alumnos Que Encontraron Trabajo en el Último Año de Sus Estudios

Nombre de Carrera	Trabajó Durante Ultimo Año		Total
	Si	No	
Administración de Empresas	105 44.1%	133 55.9%	238 100.0%
Administración Pública	34 42.0%	47 58.0%	81 100.0%
Antropología	2 33.3%	4 66.7%	6 100.0%
Arquitectura	81 70.4%	34 29.6%	115 100.0%
Arte Dramático	4 80.0%	1 20.0%	5 100.0%
Biología	26 26.0%	74 74.0%	100 100.0%
Biomedicina	1 14.3%	6 85.7%	7 100.0%
Comercio Internacional	5 20.8%	19 79.2%	24 100.0%
Computación	49 31.2%	108 68.8%	157 100.0%
Comunicación	40 56.3%	31 43.7%	71 100.0%
Consultoría Jurídica	4 44.4%	5 55.6%	9 100.0%
Contaduría	129 69.7%	56 30.3%	185 100.0%
Cultura Física	16 51.6%	15 48.4%	31 100.0%
Danza Moderna y Clásica	2 50.0%	2 50.0%	4 100.0%
Derecho	115	180	295

Como se puede observar, los egresados de la Facultad de Contaduría, son de los que se colocan con mayor rapidez, seguidos únicamente de Arte Dramático y Arquitectura.

También se encontró que el 83% lo encontró dentro de los primeros seis meses; y del total, el 86% encontró empleo relacionado con su profesión, detallándose en la tabla en la tabla 7.

Tabla 7: Tiempo de Espera Para Encontrar Trabajo de los Estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública

Nombre de la Carrera						Total
Consultoría Jurídica	5	0	0	0	3	8
	62.5%	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	100.0%
Contaduría	103	16	4	0	1	124
	83.1%	12.9%	3.2%	0.0%	0.8%	100.0%
Cultura Física	22	4	2	0	0	28
	78.6%	14.3%	7.1%	0.0%	0.0%	100.0%
Danza Moderna y Clásica	3	0	0	0	0	3
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Derecho	118	50	27	5	21	221
	53.4%	22.6%	12.2%	2.3%	9.5%	100.0%
Diseño Gráfico	44	9	4	0	7	64
	68.8%	14.1%	6.3%	0.0%	10.9%	100.0%
Diseño Urbano Ambiental	16	6	2	0	4	28
	57.1%	21.4%	7.1%	0.0%	14.3%	100.0%
Economía	15	8	0	0	2	25
	60.0%	32.0%	0.0%	0.0%	8.0%	100.0%
Electrónica	30	15	4	0	10	59
	50.8%	25.4%	6.8%	0.0%	16.9%	100.0%
Enfermería	65	21	9	1	5	101
	64.4%	20.8%	8.9%	1.0%	5.0%	100.0%
Estomatología	59	22	11	4	9	105
	56.2%	21.0%	10.5%	3.8%	8.6%	100.0%
Farmacia	3	0	0	0	2	5
	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	100.0%
Filosofía	4	3	0	0	0	7
	57.1%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Física	3	0	0	0	11	14
	21.4%	0.0%	0.0%	0.0%	78.6%	100.0%
Física Aplicada	1	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
Historia	9	3	1	0	0	13
	69.2%	23.1%	7.7%	0.0%	0.0%	100.0%
Ingeniería Agrohidráulica	23	5	0	0	1	29
	79.3%	17.2%	0.0%	0.0%	3.4%	100.0%
Ingeniería Agrónomo Zootecnista	21	7	4	1	6	39
	53.8%	17.9%	10.3%	2.6%	15.4%	100.0%
Ingeniería Ambiental	12	4	0	0	1	17
	70.6%	23.5%	0.0%	0.0%	5.9%	100.0%
Ingeniería Civil	51	7	3	0	1	62
	82.3%	11.3%	4.8%	0.0%	1.6%	100.0%
Ingeniería Industrial	62	14	5	0	6	87
	71.3%	16.1%	5.7%	0.0%	6.9%	100.0%

En la tabla 7, se especifica que de los egresados de Contaduría, un 83% encuentra trabajo durante el primer año de haber egresado, seguido únicamente de la Facultad de danza moderna.

Con relación al cuestionario aplicado a egresados con un rango de tres a cinco años de haber concluido sus estudios, se obtuvieron los datos representados en la tabla 8.

Tabla 8: Porcentaje de Grado de Similitud de los Estudios Realizados Por los Egresados Con el Empleo Obtenido

Nombre de Carrera	Similitud de Estudios y Trabajo				Total
	Nula	Baja	Mediana	Total	
Administración de Empresas	9 5.0%	19 10.6%	74 41.1%	78 43.3%	180 100.0%
Administración Pública	3 4.4%	11 16.2%	32 47.1%	22 32.4%	68 100.0%
Antropología	0 0.0%	0 0.0%	1 33.3%	2 66.7%	3 100.0%
Arquitectura	3 3.0%	5 5.1%	19 19.2%	71 72.7%	99 100.0%
Arte Dramático	1 16.7%	0 0.0%	2 33.3%	3 50.0%	6 100.0%
Biología	6 17.6%	4 11.8%	6 17.6%	18 52.9%	34 100.0%
Biomedicina	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 100.0%	3 100.0%
Comercio Internacional	1 5.9%	3 17.6%	4 23.5%	9 52.9%	17 100.0%
Computación	4 4.2%	4 4.2%	37 38.5%	51 53.1%	96 100.0%
Comunicación	2 3.6%	9 16.1%	22 39.3%	23 41.1%	56 100.0%
Consultoría Jurídica	1 16.7%	2 33.3%	1 16.7%	2 33.3%	6 100.0%
Contaduría	2 1.2%	8 4.9%	44 26.8%	110 67.1%	164 100.0%
Cultura Física	3 10.3%	0 0.0%	4 13.8%	22 75.9%	29 100.0%
Danza Moderna y Clásica	0 0.0%	0 0.0%	2 50.0%	2 50.0%	4 100.0%
Derecho	18 7.5%	11 4.6%	41 17.1%	170 70.8%	240 100.0%
Diseño Gráfico	1 1.5%	3 4.5%	12 17.9%	51 76.1%	67 100.0%

En la tabla 8 se aprecia que el 67% afirma que existe similitud del empleo encontrado con sus estudios de licenciatura.

En los resultados encontrados, casi el 50% de los egresados trabajan en el nivel de empleado profesional, y una minoría trabaja en niveles gerenciales o directivos, según se representa en la tabla 9

Tabla 9: Niveles Jerárquicos de los Puestos de Trabajo Ocupados Por los Egresados de la Facultad de Contaduría Pública

		N	Porcentaje	Válido Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Válido	Director General	12	0.4	0.5	0.5
	Dueño o Socio de Empresa	192	6.3	8.6	9.1
	Profesional Independiente	142	4.7	6.4	15.5
	Gerente, Director de Área	72	2.4	3.2	18.7
	Jefe de Departamento	128	4.2	5.7	24.5
	Ejecutivo de Cuenta	30	1.0	1.3	25.8
	Jefe de Oficina, Sección, Área	153	5.0	6.9	32.7
	Empleado Profesional	1081	35.4	48.5	81.2
	Docente Educación Básica	62	2.0	2.8	83.9
	Académico	151	5.0	6.8	90.7

Se aprecia en la tabla 9 que de los puestos que ocupan los egresados, el 48%, están en el nivel de empleado profesional.

En la tabla 10 se presentan las competencias más representativas identificadas por los empleadores

Tabla 10: Competencias Genéricas de los Egresados, Identificadas Por los Empleadores

Habilidades o Competencias Genéricas	Promedio (Escala 1 a 7)
dominio de su área o disciplina	6.50
Conocimientos de otras áreas o disciplinas	4.64
Pensamiento Analítico	6.47
Capacidad para adquirir con rapidez nuevos conocimientos	6.72
Capacidad para negociar de forma eficaz	5.24
Capacidad para trabajar bajo presión	6.73
Capacidad para detectar nuevas oportunidades	5.81
Capacidad para coordinar actividades	6.48
Capacidad para usar el tiempo de forma efectiva	6.80
Capacidad para trabajar en equipo	6.78
Capacidad para movilizar las capacidades de otros	5.39
Capacidad para hacerse entender	6.56
Capacidad para hacer valer su autoridad	5.25
Capacidad para utilizar herramientas informáticas	6.44
Capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones	6.34
Predisposición para cuestionar ideas propias o ajenas	5.26
Capacidad para presentar en público productos, ideas o informes	5.68
Capacidad para redactar informes o documentos	6.61
Capacidad para escribir y hablar en idiomas extranjeros	3.84

En la tabla 10 los resultados destacan que las competencias genéricas altamente exigidas son: Capacidad para usar el tiempo de forma efectiva, capacidad para trabajar en equipo, trabajar bajo presión, la de adquirir con rapidez nuevos conocimientos y la de redactar informes o documentos. De manera general, se puede afirmar que los egresados sujetos de este estudio cuentan con niveles aceptables de competencias que el mercado requiere.

Las encuestas aplicadas a los empleadores también reportan las carreras más demandadas por los empresarios, especificadas en la tabla 11.

Tabla 11: Carreras Con Mayor Demanda en las Empresas y Organizaciones Entrevistadas

Carrera	Menciones	Porcentaje
Administración de Empresas	42	20.00%
Administración Pública y Ciencias Políticas	1	0.48%
Antropología Social	1	0.48%
Arquitectura	4	1.90%
Ciencias de la Computación	3	1.43%
Comunicación	2	0.95%
Contaduría Pública	46	21.90%
Derecho	18	8.57%
Desarrollo Educativo	1	0.48%
Economía	1	0.48%
Farmacia	6	2.86%
Fisioterapia	1	0.48%
Ingeniería Ambiental	2	0.95%
Ingeniería Civil	7	3.33%
Ingeniería en Alimentos	5	2.38%
Ingeniería en Ciencias de la Computación	2	0.95%
Ingeniería en Mecatrónica	1	0.48%
Ingeniería Industrial	16	7.62%
Ingeniería Mecánica y Eléctrica	8	3.81%
Ingeniería Química	11	5.24%
Ingeniería Topográfica y Geodésica	1	0.48%
Medicina	2	0.95%
Medicina Veterinaria y Zootecnia	1	0.48%
Psicología	3	1.43%
Psicología	2	0.95%
Química	4	1.90%
Químico Farmacobiólogo	15	7.14%
Todas las carreras	4	1.90%
Total General	210	100.00%

En la tabla 11 se presentan las encuestas aplicadas a los empleadores, quienes contestaron que los profesionistas que se contratan con mayor frecuencia son los Contadores Públicos, seguidos por administradores de empresas y los de Derecho.

Con los hallazgos encontrados en las respuestas de egresados y empleadores, la Institución es retroalimentada para saber la pertinencia social de los conocimientos que produce, al conocer el grado de inserción laboral en puestos relacionados con la profesión estudiada, debido a que las competencias adquiridas son aplicables en el mercado de trabajo. También es importante mencionar que con el fin de cumplir con los objetivos de responsabilidad social, a través del seguimiento de egresados, la institución amplía anualmente en un 30% la oferta integral de cursos y talleres artísticos, de educación continua. Adicionalmente con la edición de la revista “Regresa”, se publican diversos artículos de interés que incidan en la formación integral de los estudiantes y egresados permitiéndoles también publicar artículos de difusión sobre su experiencia profesional; fortaleciendo con esta acción la identidad del egresado con la Institución, cumpliendo así con el Programa Siete del Plan de desarrollo Institucional 2013-2017: Universidad con Responsabilidad Social (BUAP, 2015).

CONCLUSIONES

La sociedad actual demanda mayor calidad en los servicios educativos, no solo en los conocimientos transmitidos, sino también en la formación de los alumnos en competencias profesionales y valores éticos que los apliquen en sus centros de trabajo, por lo que los estudios de egresados proporcionan información útil a las IES sobre el impacto de la formación en el mercado profesional y laboral. Con este trabajo se está cumpliendo con el objetivo general planteado en párrafos anteriores, de identificar el juicio de los egresados sobre su desarrollo académico y la formación recibida, puesto que con los resultados obtenidos la institución pudo conocer la pertinencia de sus programas, respecto a las competencias adquiridas por los egresados, tanto por la percepción de este como del empleador; la metodología utilizada en dos momentos diferentes permitió conocer las opiniones desde los recién egresados hasta de los que ya han adquirido experiencia profesional, que les ha dado mayor sabiduría para contestar de manera objetiva, enriqueciendo la información que es tomada en cuenta para la mejora continua del Plan de Estudios y la educación continua, fortaleciendo además la vinculación con los empleadores.

Fue importante conocer y seguir conociendo porque el programa continúa, algunos datos como los siguientes: Las carreras más demandadas son Contaduría, Administración de Empresas y Derecho, el 69% de egresados de Contaduría haya encontrado trabajo en el año de egreso, y conocer las competencias que más han aplicado en el ámbito laboral. Con toda la información presentada en los resultados se puede afirmar que la aceptación de los egresados es bastante favorable, sin embargo se sugiere se continúe realizar este análisis de la información obtenida para estar informado de las nuevas necesidades reportadas por los dos grupos de interés: egresados y empleadores, además de anticiparse a las tendencias y garantizar hasta donde sea posible el aseguramiento de la calidad de la educación. La principal limitación se presenta con algunos egresados que aunque son invitados a contestar los instrumentos al momento de hacer el trámite de titulación, lo consideran muy largo y no analizan bien sus respuestas. No siendo así con el seguimiento de egresados que ya tienen de tres a cinco años de haber egresado, puesto que regresan con animosidad a la universidad, por razones de identidad. También con este programa se puede concluir que la institución está cumpliendo con uno de los ejes de la Responsabilidad Social Universitaria al reafirmar el compromiso con sus egresados y la sociedad misma de formar profesionistas capaces, con formación continua y mejora de sus planes y programas de estudio; derivada de la retroalimentación recibida por estos dos grupos de interés: egresados y empleadores y estrechando la vinculación entre los tres actores: Universidad, egresados y empleadores, y por supuesto con la ciudadanía que acude a estos eventos con el interés de acrecentar su formación a través de la educación continua incluida en el programa de los encuentros y foros.

REFERENCIAS

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), Esquema Básico para Estudios de Egresados en Educación Superior, México, 1998. en <http://www.anui.es.mx/index1024.html>

ANUIES. 2000. Publicaciones ANUIES, en http://publicaciones.anui.es.mx/pdfs/revista/Revista113_S5A2ES.pdf

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), La educación superior en el siglo XXI, líneas estratégicas de desarrollo, México, 2005, ANUIES.

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2015). Plan de desarrollo institucional, Gestión 2013-2017. (De Vries, W., Cabrera, A. y Anderson, S 2007). “Being Job Satisfied: Contribution Does a Mexican University Make” Ponenciapresentada en la Association for the Study of Higher Education, 32nd Annual Conference, noviembre 2007.

Fresan Orozco, M. 1999. Los Estudios de Egresados: Una estrategia para el autoconocimiento y la mejora de las Instituciones de Educación Superior. Antología de Seguimiento de Egresados. UACH. Dirección de Extensión y Difusión. Chihuahua.

García G. Cleotilde, Seguimiento de Egresados. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (2010) Publicaciones en línea. http://www.uaeh.edu.mx/campus/icea/revista/articulos_num7/articulo4.htm

Guzmán S, Febles M, Corredera A, Flores P, Tuyub A, Rodríguez A. Estudio de Seguimiento de Egresados, recomendaciones para su desarrollo. <http://www.redalyc.org/pdf/1794/179421234003.pdf>

Instituto Politécnico Nacional, (IPN), Metodología para realizar Estudios de Seguimiento de Egresados en el Instituto Politécnico Nacional, México, 2010.

Muñoz Izquierdo Carlos, Diferenciación de las Instituciones de Educación Superior y Mercados de Trabajo. Seguimiento de Egresados de diferentes instituciones a partir de las universidades de origen y empresas en que trabajan, 1996, ANUIES

Proyecto Internacional de Seguimiento de Egresados (PROFLEX, 2007) <http://www.seguimientoegresados.com>

Quezada Castillo Rocío. El Seguimiento de egresados en la evaluación de programas de capacitación docente. Revista de Educación Superior, vol. 12, 2003.

Seminario: Utilidad y buenas prácticas en los estudios de seguimiento sobre estudios de egresados y empleadores (2010). http://www.uaeh.edu.mx/campus/icea/revista/articulos_num7/articulo4.htm
UNESCO.2002. Programa de Gestión de Transformaciones Sociales MOST. Recuperado el 17 de septiembre del 2015.

BIOGRAFIA DE LAS AUTORAS

María de Jesús Ramírez Domínguez es Doctora en Ciencias de la Administración por la Universidad del Desarrollo, Profesora – Investigadora de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, adscrita al área de Administración, coordinadora de la asignatura Administración I, coordinadora de la Maestría en

Administración, miembro del cuerpo académico “Desarrollo Institucional”. Se puede contactar en Boulevard Valsequillo No. 70, colonia Universidades, Puebla, Pue. E-mail: mjrd_2001@yahoo.com

Maricela Reséndiz Ortega.- Responsable de la Unidad de Planeación, Evaluación y Seguimiento de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, con más de 33 años de experiencia académica y profesional, dentro de sus actividades dentro de la Universidad, ha sido Consejera Universitaria Docente ante el máximo órgano colegiado de la BUAP, Coordinadora del Servicio Social y de Exámenes Profesionales, Profesora Fundadora de: La Modalidad Semiescolarizada y a Distancia, del Programa de Sustentabilidad y medio ambiente, denominado “Conta Verde” y de la Expo-Emprendedores, miembro del Comité de Calidad y evaluadora interna de programas académicos.

Martha Elva Reséndiz Ortega.- Directora de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP. Con más de 35 años de experiencia docente, ha sido Consejera Universitaria, Coordinadora de la materia de Matemáticas Básicas, fungió dentro de la Facultad como: Secretaria Académica, Coordinadora de Tutores, es la responsable ante la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA) de Planes y Programas de estudio a nivel nacional

REVIEWERS

The IBFR would like to thank the following members of the academic community and industry for their much appreciated contribution as reviewers.

Haydeé Aguilar, Universidad Autónoma De Aguascalientes
Bustamante Valenzuela Ana Cecilia, Universidad
Autonoma De Baja California
María Antonieta Andrade Vallejo, Instituto Politécnico
Nacional
Olga Lucía Anzola Morales, Universidad Externado De
Colombia
Antonio Arbelo Alvarez, Universidad De La Laguna
Hector Luis Avila Baray, Instituto Tecnológico De Cd.
Cauahatemoc
Graciela Ayala Jiménez, Universidad Autónoma De
Querétaro
Albanelis Campos Coa, Universidad De Oriente
Carlos Alberto Cano Plata, Universidad De Bogotá Jorge
Tadeo Lozano
Alberto Cardenas, Instituto Tecnológico De Cd. Juarez
Edyamira Cardozo, Universidad Nacional Experimental De
Guayana
Sheila Nora Katia Carrillo Incháustegui, Universidad
Peruana Cayetano Heredia
Emma Casas Medina, Centro De Estudios Superiores Del
Estado De Sonora
Benjamin Castillo Osorio, Universidad Pontificia
Bolívariana UPB-Seccional Montería
María Antonia Cervilla De Olivieri, Universidad Simón
Bolívar
Cipriano Domingo Coronado García, Universidad Autónoma
De Baja California
Semei Leopoldo Coronado Ramírez, Universidad De
Guadalajara
Esther Eduvigis Corral Quintero, Universidad Autónoma
De Baja California
Dorie Cruz Ramirez, Universidad Autonoma Del Estado
De Hidalgo /Esc. Superior De Cd. Sahagún
Tomás J. Cuevas-Contreras, Universidad Autónoma De
Ciudad Juárez
Edna Isabel De La Garza Martinez, Universidad Autónoma
De Coahuila
Hilario De Latorre Perez, Universidad Autonoma De Baja
California
Javier De León Ledesma, Universidad De Las Palmas De
Gran Canaria - Campus Universitario De Tafira
Hilario Díaz Guzmán, Universidad Popular Autónoma Del
Estado De Puebla
Cesar Amador Díaz Pelayo, Universidad De Guadalajara,
Centro Universitario Costa Sur
Avilés Elizabeth, Cicese
Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez
Del Estado De Durango
Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez
Del Estado De Durango

Carlos Fong Reynoso, Universidad De Guadalajara
Ana Karen Fraire, Universidad De Gualdalajara
Teresa García López, Instituto De Investigaciones Y
Estudios Superiores De Las Ciencias Administrativas
Helbert Eli Gazca Santos, Instituto Tecnológico De Mérida
Denisse Gómez Bañuelos, Cesues
María Brenda González Herrera, Universidad Juárez Del
Estado De Durango
Ana Ma. Guillén Jiménez, Universidad Autónoma De Baja
California
Araceli Gutierrez, Universidad Autonoma De
Aguascalientes
Andreina Hernandez, Universidad Central De Venezuela
Arturo Hernández, Universidad Tecnológica
Centroamericana
Alejandro Hernández Trasobares, Universidad De Zaragoza
Alma Delia Inda, Universidad Autonoma Del Estado De
Baja California
Carmen Leticia Jiménez González, Université De Montréal
Montréal Qc Canadá.
Gaspar Alonso Jiménez Rentería, Instituto Tecnológico De
Chihuahua
Lourdes Jordán Sales, Universidad De Las Palmas De Gran
Canaria
Santiago León Ch., Universidad Marítima Del Caribe
Graciela López Méndez, Universidad De Guadalajara-
Jalisco
Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma
De Baja California
Angel Machorro Rodríguez, Instituto Tecnológico De
Orizaba
Cruz Elda Macias Teran, Universidad Autonoma De Baja
California
Aracely Madrid, ITESM, Campus Chihuahua
Deneb Magaña Medina, Universidad Juárez Autónoma De
Tabasco
Carlos Manosalvas, Universidad Estatal Amazónica
Gladys Yaneth Mariño Becerra, Universidad Pedagógica Y
Tecnológica De Colombia
Omaira Cecilia Martínez Moreno, Universidad Autónoma
De Baja California-México
Jesus Carlos Martinez Ruiz, Universidad Autonoma De
Chihuahua
Alaitz Mendizabal, Universidad Del País Vasco
Alaitz Mendizabal Zubeldia, Universidad Del País Vasco/
Euskal Herriko Unibertsitatea
Fidel Antonio Mendoza Shaw, Universidad Estatal De
Sonora
Juan Nicolás Montoya Monsalve, Universidad Nacional De
Colombia-Manizales
Jennifer Mul Encalada, Universidad Autónoma De Yucatán

Gloria Muñoz Del Real, Universidad Autonoma De Baja California
Alberto Elías Muñoz Santiago, Fundación Universidad Del Norte
Bertha Guadalupe Ojeda García, Universidad Estatal De Sonora
Erika Olivas, Universidad Estatal De Sonora
Erick Orozco, Universidad Simon Bolivar
Rosa Martha Ortega Martínez, Universidad Juárez Del Estado De Durango
José Manuel Osorio Atondo, Centro De Estudios Superiores Del Estado De Sonora
Luz Stella Pemberthy Gallo, Universidad Del Cauca
Andres Pereyra Chan, Instituto Tecnológico De Merida
Andres Pereyra Chan, Instituto Tecnológico De Merida
Adrialy Perez, Universidad Estatal De Sonora
Hector Priego Huertas, Universidad De Colima
Juan Carlos Robledo Fernández, Universidad EAFIT-Medellin/Universidad Tecnológica De Bolivar-Cartagena
Natalia G. Romero Vivar, Universidad Estatal De Sonora
Humberto Rosso, Universidad Mayor De San Andres
José Gabriel Ruiz Andrade, Universidad Autónoma De Baja California-México
Antonio Salas, Universidad Autonoma De Chihuahua
Claudia Nora Salcido, Universidad Juarez Del Estado De Durango
Juan Manuel San Martín Reyna, Universidad Autónoma De Tamaulipas-México
Francisco Sanches Tomé, Instituto Politécnico da Guarda
Edelmira Sánchez, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Deycy Janeth Sánchez Preciado, Universidad del Cauca
María Cristina Sánchez Romero, Instituto Tecnológico de Orizaba
María Dolores Sánchez-fernández, Universidade da Coruña
Luis Eduardo Sandoval Garrido, Universidad Militar de Nueva Granada

Pol Santandreu i Gràcia, Universitat de Barcelona, Santandreu Consultors
Victor Gustavo Sarasqueta, Universidad Argentina de la Empresa UADE
Jaime Andrés Sarmiento Espinel, Universidad Militar de Nueva Granada
Jesus Otoniel Sosa Rodriguez, Universidad De Colima
Edith Georgina Surdez Pérez, Universidad Juárez Autónoma De Tabasco
Jesús María Martín Terán Gastélum, Centro De Estudios Superiores Del Estado De Sonora
Jesus María Martín Terán Terán Gastélum, Centro De Estudios Superiores Del Estado De Sonora
Jesús María Martín Terán Gastélum, Centro De Estudios Superiores Del Estado De Sonora
Maria De La Paz Toldos Romero, Tecnológico De Monterrey, Campus Guadalajara
Abraham Vásquez Cruz, Universidad Veracruzana
Angel Wilhelm Vazquez, Universidad Autonoma Del Estado De Morelos
Lorena Vélez García, Universidad Autónoma De Baja California
Alejandro Villafañez Zamudio, Instituto Tecnológico de Matamoros
Hector Rosendo Villanueva Zamora, Universidad Mesoamericana
Oskar Villarreal Larrinaga, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Delimiro Alberto Visbal Cadavid, Universidad del Magdalena
Rosalva Diamantina Vásquez Mireles, Universidad Autónoma de Coahuila
Oscar Bernardo Reyes Real, Universidad de Colima
Ma. Cruz Lozano Ramírez, Universidad Autónoma de Baja California
Oscar Javier Montiel Mendez, Universidad Autónoma De Ciudad Juárez
Daniel Paredes Zempual, Universidad Estatal de Sonora

REVIEWERS

The IBFR would like to thank the following members of the academic community and industry for their much appreciated contribution as reviewers.

Hisham Abdelbaki, University of Mansoura - Egypt
Isaac Oluwajoba Abereijo, Obafemi Awolowo University
Naser Abughazaleh, Gulf University For Science And Technology
Nsiah Acheampong, University of Phoenix
Vera Adamchik, University of Houston-Victoria
Iyabo Adeoye, National Horticultural Research Institute, Ibadan, Nigeria.
Michael Adusei, Kwame Nkrumah University of Science And Technology
Mohd Ajlouni, Yarmouk University
Sylvester Akinbuli, University of Lagos
Anthony Akinlo, Obafemi Awolowo University
Yousuf Al-Busaidi, Sultan Qaboos University
Khaled Aljaaidi, Universiti Utara Malaysia
Hussein Al-tamimi, University of Sharjah
Paulo Alves, CMVM, ISCAL and Lusofona University
Ghazi Al-weshah, Albalqa Applied University
Glyn Atwal, Groupe Ecole Supérieure de Commerce de Rennes
Samar Baqer, Kuwait University College of Business Administration
Susan C. Baxter, Bethune-Cookman College
Nagib Bayoud, Tripoli University
Ahmet Bayraktar, Rutgers University
Kyle Brink, Western Michigan University
Giovanni Bronzetti, University of Calabria
Karel Bruna, University of Economics-Prague
Priyashni Chand, University of the South Pacific
Wan-Ju Chen, Diwan College of Management
Yahn-shir Chen, National Yunlin University of Science and Technology, Taiwan
Bea Chiang, The College of New Jersey
Te-kuang Chou, Southern Taiwan University
Shih Yung Chou, University of the Incarnate Word
Caryn Coatney, University of Southern Queensland
Iyanna College of Business Administration,
Michael Conyette, Okanagan College
Huang Department of Accounting, Economics & Finance,
Rajni Devi, The University of the South Pacific
Leonel Di Camillo, Universidad Austral
Steven Dunn, University of Wisconsin Oshkosh
Mahmoud Elgamal, Kuwait University
Ernesto Escobedo, Business Offices of Dr. Escobedo
Zaifeng Fan, University of Wisconsin whitewater
Perrine Ferauge University of Mons
Olga Ferraro, University of Calabria
William Francisco, Austin Peay State University

Peter Geczy, AIST
Lucia Gibilaro, University of Bergamo
Hongtao Guo, Salem State University
Danyelle Guyatt, University of Bath
Zulkifli Hasan, Islamic University College of Malaysia
Shahriar Hasan, Thompson Rivers University
Peng He, Investment Technology Group
Niall Hegarty, St. Johns University
Paulin Houanye, University of International Business and Education, School of Law
Daniel Hsiao, University of Minnesota Duluth
Xiaochu Hu, School of Public Policy, George Mason University
Jui-ying Hung, Chatoyang University of Technology
Fazeena Hussain, University of the South Pacific
Shilpa Iyanna, Abu Dhabi University
Sakshi Jain, University of Delhi
Raja Saquib Yusaf Janjua, CIIT
Yu Junye, Louisiana State University
Tejendra N. Kalia, Worcester State College
Gary Keller, Eastern Oregon University
Ann Galligan Kelley, Providence College
Ann Kelley, Providence college
Ifraz Khan, University of the South Pacific
Halil Kiyamaz, Rollins College
Susan Kowalewski, DYouville College
Bamini Kpd Balakrishnan, Universiti Malaysia Sabah
Bohumil Král, University of Economics-Prague
Jan Kruger, Unisa School for Business Leadership
Christopher B. Kummer, Webster University-Vienna
Mei-mei Kuo, JinWen University of Science & Technology
Mary Layfield Ledbetter, Nova Southeastern University
John Ledgerwood, Embry-Riddle Aeronautical University
Yen-hsien Lee, Chung Yuan Christian University
Shulin Lin, Hsiuping University of Science and Technology
Yingchou Lin, Missouri Univ. of Science and Technology
Melissa Lotter, Tshwane University of Technology
Xin (Robert) Luo, Virginia State University
Andy Lynch, Southern New Hampshire University
Abeer Mahrous, Cairo university
Gladys Marquez-Navarro, Saint Louis University
Cheryl G. Max, IBM
Romilda Mazzotta, University of Calabria
Mary Beth Mccabe, National University
Avi Messica, Holon Institute of Technology
Scott Miller, Pepperdine University

Cameron Montgomery, Delta State University
Sandip Mukherji, Howard University
Tony Mutsue, Iowa Wesleyan College
Cheedradevi Narayanasamy, Graduate School of Business,
National University of Malaysia
Dennis Olson, Thompson Rivers University
Godwin Onyeaso, Shorter University
Bilge Kagan Ozdemir, Anadolu University
Dawn H. Percy, Eastern Michigan University
Pina Puntillo, University of Calabria (Italy)
Rahim Quazi, Prairie View A&M University
Anitha Ramachander, New Horizon College of Engineering
Charles Rambo, University Of Nairobi, Kenya
Prena Rani, University of the South Pacific
Kathleen Reddick, College of St. Elizabeth
Maurizio Rija, University of Calabria.
Matthew T. Royle, Valdosta State University
Tatsiana N. Rybak, Belarusian State Economic University
Rafiu Oyesola Salawu, Obafemi Awolowo University
Paul Allen Salisbury, York College, City University of
New York
Leire San Jose, University of Basque Country
I Putu Sugiarta Sanjaya, Atma Jaya Yogyakarta
University, Indonesia
Sunando Sengupta, Bowie State University
Brian W. Sloboda, University of Phoenix
Smita Mayuresh Sovani, Pune University
Alexandru Stancu, University of Geneva and IATA
(International Air Transport Association)
Jiří Strouhal, University of Economics-Prague
Vichet Sum, University of Maryland -- Eastern Shore
Qian Sun, Kutztown University
Diah Suryaningrum, Universitas Pembangunan Nasional
Veteran Jatim
Andree Swanson, Ashford University
James Tanoos, Saint Mary-of-the-Woods College
Jeannemarie Thorpe, Southern NH University
Ramona Orastean, Lucian Blaga University of Sibiu
Alejandro Torres Mussatto Senado de la Republica &
Universidad de Valparaíso
Jorge Torres-Zorrilla, Pontificia Universidad Católica del
Perú
William Trainor, East Tennessee State University
Md Hamid Uddin, University Of Sharjah
Ozge Uygur, Rowan University
K.W. VanVuren, The University of Tennessee – Martin
Vijay Vishwakarma, St. Francis Xavier University
Ya-fang Wang, Providence University
Richard Zhe Wang, Eastern Illinois University
Jon Webber, University of Phoenix
Jason West, Griffith University
Wannapa Wichitchanya, Burapha University
Veronda Willis, The University of Texas at San Antonio
Bingqing Yin, University of Kansas
Fabiola Baltar, Universidad Nacional de Mar del Plata
Myrna Berrios, Modern Hairstyling Institute
Monica Clavel San Emeterio, University of La Rioja
Esther Enriquez, Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez
Carmen Galve-górriz, Universidad de Zaragoza
Blanca Rosa Garcia Rivera, Universidad Autónoma De
Baja California
Carlos Alberto González Camargo, Universidad Jorge
Tadeo Lozano
Hector Alfonso Gonzalez Guerra, Universidad Autonoma
De Coahuila
Claudia Soledad Herrera Oliva, Universidad Autónoma De
Baja California
Eduardo Macias-Negrete, Instituto Tecnológico De Ciudad
Juárez
Jesús Apolinar Martínez Puebla, Universidad Autónoma
De Tamaulipas
Francisco Jose May Hernandez, Universidad Del Caribe
Aurora Irma Maynez Guaderrama, Universidad Autonoma
De Ciudad Juárez
Linda Margarita Medina Herrera, Tecnológico De
Monterrey. Campus Ciudad De México
Erwin Eduardo Navarrete Andrade, Universidad Central
De Chile
Gloria Alicia Nieves Bernal, Universidad Autónoma Del
Estado De Baja California
Julian Pando, University Of The Basque Country
Eloisa Perez, Macewan University
Iñaki Perriñez, Universidad Del Pais Vasco (Spain)
Alma Ruth Rebolledo Mendoza, Universidad De Colima
Carmen Rios, Universidad del Este
Celsa G. Sánchez, CETYS Universidad
Adriana Patricia Soto Aguilar, Benemerita Universidad
Autonoma De Puebla
Amy Yeo, Tunku Abdul Rahman College
Vera Palea, University of Turin
Fabrizio Rossi, University of Cassino and Southern Lazio
Intiyas Utami , Satya Wacana Christian University
Ertambang Nahartyo, UGM
Julian Vulliez, University of Phoenix
Mario Jordi Maura, University of Puerto Rico
Surya Chelikani, Quinnipiac University
Firuza Madrakhimov, University of North America
Erica Okere, Beckfield College
Prince Ellis, Argosy University
Qianyun Huang, City University of New York-Queens
College
Daniel Boylan, Ball State University
Ioannis Makedos, University of Macedonia
Erica Okere, Education Management Corp.

COMO PUBLICAR EN NUESTRA REVISTA

TEMÁTICA

Trabajos de investigación teóricos, empíricos o aplicados en administración de empresas, finanzas, economía, contabilidad, gerencia, turismo, mercadeo, estadísticas, producción, sistemas de información, derecho laboral, planeamiento estratégico, política empresarial, teoría monetaria, comercio internacional, derecho comercial, temas en educación superior, avances en técnicas de educación y apoyo didáctico, acreditación o certificación, promoción y desarrollo académico, administración pública y disciplinas afines.

INSTRUCCIÓN PARA EL ENVIO DE SU MANUSCRITO

Investigadoras(es) pueden enviar su trabajo de investigación en forma directa. Visite nuestro sitio: TheIBFR.com/RIAF.htm para enviar su trabajo. Nombre su archivo apellido-DS.doc (ejemplo garcía-DS.doc). El archivo puede estar en MS Word.

IDIOMA

Revista Internacional Administración & Finance esta diseñada para aquellos trabajo escrito en el idioma español. Si su investigación esta escrita en el idioma ingles visite nuestro sitio www.theibfr.com/journal.htm para información sobre tipo de journal, temática y requisitos.

PROCESO DE REVISIÓN

Todo trabajo de investigación enviado para consideración es sujeto a un *blind-review process*. La revisión inicial oscila entre 100 y 120 días. Si el autor necesita su revisión rápida, el IBFR ofrece un proceso de Revisión Expedita. En nuestro sitio encontrará información sobre este proceso expedito.

Al enviar su manuscrito para consideración en nuestros Journals o Revistas, el autor garantiza que el trabajo sometido es original, no ha sido sometido para consideración o publicado en otra revista, journal, o ha sido publica en su totalidad o en forma parcial en un revista, journal, compendio o memorias.

COSTO DE PUBLICACIÓN

Trabajos de investigación aceptados para publicación debe de cubrir el costo de publicación por página. En nuestro sitio web www.THEIBFR.org encontrará los detalles.

SUBSCRIPCION

Información detallada sobre el proceso de subscripción a nuestras revista esta disponible en nuestro sitio web: www.THEIBFR.org.

COMO CONTACTARNOS

Mercedes Jalbert, Managing Editor
Revista Internacional Administracion & Finanzas
The IBFR
P.O. Box 4908
Hilo, HI 96720
editor@theIBFR.com

WEBSITE

www.theIBFR.org, www,theIBFR.com

PUBLICATION OPPORTUNITIES

REVIEW of BUSINESS & FINANCE STUDIES

Review of Business & Finance Studies

Review of Business & Finance Studies (ISSN: 2150-3338 print and 2156-8081 online) publishes high-quality studies in all areas of business, finance and related fields. Empirical, and theoretical papers as well as case studies are welcome. Cases can be based on real-world or hypothetical situations.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. The Journal is listed in Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

Business Education & Accreditation

Business Education and Accreditation (BEA)

Business Education & Accreditation publishes high-quality articles in all areas of business education, curriculum, educational methods, educational administration, advances in educational technology and accreditation. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. BEA is listed in Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

Accounting & Taxation

Accounting and Taxation (AT)

Accounting and Taxation (AT) publishes high-quality articles in all areas of accounting, auditing, taxation and related areas. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. AT is listed in Ulrich's Periodicals Directory. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

REVISTA GLOBAL de NEGOCIOS

Revista Global de Negocios

Revista Global de Negocios (RGN), a Spanish language Journal, publishes high-quality articles in all areas of business. Theoretical, empirical and applied manuscripts are welcome for publication consideration.

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. RGN is distributed in print, through EBSCOHost, SSRN and RePEc.

RGN will be submitted to Ulrich's Periodicals Directory, colciencia, etc. The Journal is distributed in print and through EBSCOHost, SSRN and RePEc.
