

PROCESOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

Nueve acercamientos



Coordinadores:
Marco Antonio Delgadillo Guerrero
Paola Alejandra Cortés
Verónica Sánchez Equihua

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

PROCESOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

Nueve acercamientos

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Ricardo Villanueva Lomelí *Rector General*

Héctor Raúl Solís Gadea *Vicerrector Ejecutivo*

Guillermo Arturo Gómez Mata *Secretario General*

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA

Jorge Téllez López *Rector*

José Luis Cornejo Ortega *Secretario Académico*

Mirza Liliana Lazareno Sotelo *Secretario Administrativo*

PROCESOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

Nueve acercamientos

Marco Antonio Delgadillo Guerrero

Paola Alejandra Cortés

Verónica Sánchez Equihua

Coordinadores

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

2020

Para garantizar la calidad, pertinencia académica y científica de esta obra, el manuscrito que sometido a un riguroso arbitraje por medio de dictaminado a doble ciego, emitido por académicos especialistas en la materia, avalados por el Comité Editorial del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, México.



Este trabajo está autorizado bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercialSinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND) lo que significa que el texto puede ser compartido y redistribuido, siempre que el crédito sea otorgado al autor, pero no puede ser mezclado, transformado, construir sobre él ni utilizado con propósitos comerciales. Para más detalles consúltese <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>

Primera edición, 2020

D.R. © 2020, Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de la Costa

Av. Universidad 203

Delegación Ixtapa 48280

Puerto Vallarta, Jalisco, México

ISBN E-book: 978-607-571-025-9

Editado y hecho en México / *Edited and made in Mexico*

Contenido

Presentación	7
Marco Antonio Delgadillo Guerrero	
I. Análisis del proceso de selección de papel ecológico en desarrollo de proyectos	11
Kenya Guillén Castillo	
Lorena Alejandra Ramírez Barragán	
II. Caso de estudio del “restaurante-bar Agave, del Hotel Rosita en Puerto Vallarta”	42
Sandra Carreón Cárdenas	
Vanessa Cristina Escandón Flores	
Fernando de Jesús Vergara Moreno	
III. Expectativas tributarias, arrendamiento de inmuebles coherente a la LISR. Personas físicas	73
Sandra Lizbeth Delgado Martínez	
Andrea Guzmán Rodríguez	
Francisco Ríos Gallardo	
IV. Impuestos ambientales en México	108
Lorena Alejandra Aguilar Aréchiga	
Ana Laura Hernández Rodríguez	
Natalia Monserrat Mancilla González	
Francisco Ali Ríos Medina	

V. La factura electrónica y su evolución en México	130
Alberto Villalvazo Martínez	
Romy Selene Flores Quinn	
Francisco Ali Ríos Medina	
VI. Problemática del uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales, en la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio de las empresas en Puerto Vallarta	152
Edith Araceli Arreola Ávalos	
Diego Alejandro Hernández Sánchez	
Elba Martina Cortés Palacios	
VII. Problemática del uso de herramientas de proyección financiera determinantes del fracaso empresarial en las microempresas en Puerto Vallarta	183
Jesús Carlos Ayón Ruiz	
María Guadalupe Batista Ávalos	
Elba Martina Cortés Palacios	
VIII. El uso de tecnologías financieras en el sector agricultor	205
Omar Alejandro Real Garibay	
José Luis Bravo Silva	
IX. Análisis del ecosistema de innovación para emprendimientos sociales en México	226
Mónica Anaya Meda	
Laura Cecilia Parra Limón	
José Luis Bravo Silva	

Presentación

Este libro es resultado del esfuerzo institucional y de la comunidad de la División de Estudios Sociales y Económicos, del Centro Universitario de la Costa; busca difundir los resultados de investigaciones realizadas por estudiantes de pregrado en colaboración con profesores, cuya versión original fue presentada en el XII Coloquio Interdisciplinar de Estudios Sociales y Económicos durante la primavera de 2020.

Es de señalar que, en esta edición del Coloquio Interdisciplinar de Estudios Sociales y Económicos, participaron 142 ponentes, quienes fueron asesorados por 16 profesores. Las ponencias presentadas versaron en torno a seis líneas temáticas: estudios regionales desde la óptica de las ciencias administrativas y contables: propuestas y desafíos; proyectos culturales y artísticos que impactan a la región; propuesta de diseño para una región más sustentable; gestión y desarrollo del turismo; relaciones internacionales; y las reformas legislativas estructurales propuestas por el Gobierno de la República y su impacto en el desarrollo regional, retos y perspectivas.

A seis años de la primera edición del coloquio, es imprescindible la publicación de esta obra, pues contribuye con su consolidación como espacio para la incorporación temprana de estudiantes de pregrado en la investigación; además de impactar en diversos indicadores institucionales, tales como la formación de recursos humanos con competencias investigativas y en los procesos de acreditación de los programas educativos.

Los trabajos que se reúnen en esta obra fueron seleccionados a través de un proceso que se compuso por tres etapas. En la primera, los asesores propusieron las colaboraciones más avanzadas y pertinentes, recibiendo 13 propuestas; después, en la segunda etapa, esas propuestas fueron sometidas a dictámenes preliminares, para lo que se contó con el apoyo de académicos de la División de Estudios Sociales y Económicos, lo que fue central para la realización de correcciones y mejora de los trabajos. Posteriormente, la tercera etapa consistió en presentar esta obra a las autoridades del Centro Universitario de la Costa, remitiéndola a su unidad

editorial, que la puso a consideración de dictaminadores y realizó los trabajos para su publicación, a quienes hacemos un reconocimiento por su ardua labor y apoyo a este tipo de proyectos.

Esta obra permitirá al lector acercarse a los intereses de investigación que surgen en las aulas de nuestro centro universitario. En el capítulo “Análisis del proceso de selección de papel ecológico en desarrollo de proyectos”, sus autores indagan en torno a los conocimientos de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, respecto al uso de este tipo de materiales para el desarrollo de proyectos escolares, con el interés de identificar parámetros y diseñar futuras herramientas de asesoramiento que promuevan el empleo de materiales ecológicos.

En el capítulo “Caso de estudio del ‘restaurante-bar Agave del Hotel Rosita en Puerto Vallarta’, sus autores analizan el restaurante de uno de los establecimientos de nuestra ciudad, que forma parte de su patrimonio cultural. Con base en entrevistas y evaluaciones de TripAdvisor, identifican áreas de mejora que potenciarían la satisfacción de sus clientes.

En “Expectativas tributarias, arrendamiento de inmuebles coherente a la LISR. Personas físicas”, sus autores, de manera descriptiva, ofrecen elementos centrales para comprender la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR), vigente a partir de 2014; además, se ofrecen casos prácticos de las alternativas de tributación que tienen las personas físicas. Por su parte, los autores de “Impuestos ambientales en México”, exploran el sistema de aplicación de este tipo de impuestos en nuestro país, lo que les permite conocer su impacto en la reducción de contaminantes sin afectar el crecimiento económico.

Mientras que, en el trabajo “La factura electrónica y su evolución en México”, se emprende una revisión de la implementación de la factura electrónica en nuestro país, lo que ha mejorado los procesos fiscales, incrementando la recaudación de impuestos, reduciendo la defraudación fiscal, haciendo más transparentes, seguros y personalizados los procesos hacendarios.

En el capítulo “Problemática del uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales en la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio de las empresas en Puerto Vallarta”, se analiza el uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales en la mejora de los procesos en el servicio de las empresas. A su vez, en “Problemática del uso de herramientas de proyección financiera, determinantes del fracaso empresarial en las microempresas en Puerto Vallarta”, sus autores analizan el uso de herramientas de proyección financiera en las microempresas vallartenses, con el interés de ser punto de partida para el diseño de propuestas de intervención que benefician a este sector empresarial.

En “El uso de tecnologías financieras en el sector agricultor”, se explora la evolución de las FinTech, destacándose la relevancia de su implementación por los productores agrícolas del país y de Puerto Vallarta. Mientras que en el capítulo “Análisis del ecosistema de innovación para emprendimientos sociales en México”, se identifican los elementos que constituyen el ecosistema de emprendimiento, imprescindibles para promover proyectos de emprendimiento social que impactan en el desarrollo.

Finalmente, es de agradecer al Dr. Jorge Téllez López, Rector del Centro Universitario de la Costa, quien, al ejercer su liderazgo institucional, impulsa el diseño y ejecución de proyectos que fortalecen a toda nuestra comunidad.

Marco Antonio Delgadillo Guerrero

Puerto Vallarta, Jalisco

Verano de 2020

I. Análisis del proceso de selección de papel ecológico en desarrollo de proyectos

Kenya Guillén Castillo
Lorena Alejandra Ramírez Barragán

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo profundizar en la comprensión de los conocimientos de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, del Centro Universitario de la Costa, de la Universidad de Guadalajara, acerca del uso de los papeles ecológicos para el desarrollo de proyectos escolares. Posteriormente, fundamentar la identificación de parámetros y ejes temáticos para el diseño de futuras herramientas de asesoramiento, que apoyen a los estudiantes durante el proceso de selección de los papeles que se utilizarían para el desarrollo de proyectos escolares, promoviendo el uso de materiales sustentables con el medio ambiente.

A través del análisis realizado, se determinaron cuáles son los papeles ecológicos que utilizan los estudiantes para el desarrollo de sus proyectos, así como el proceso y los factores que determinan que se empleen estos papeles; además, se identificaron las características que los estudiantes atribuyen a los papeles ecológicos.

Palabras clave: diseño gráfico, sostenibilidad, papeles ecológicos.

Introducción

El papel se consume frecuentemente en grandes cantidades, como material base para el uso en distintos ámbitos de la vida cotidiana, así como la reproducción y representación de objetos de diseño como envases, carteles, revistas, volantes y un sinnúmero de productos para el uso diario. La fabricación de papel tiene un gran impacto ambiental negativo, pues se

consumen grandes cantidades de agua, energía, madera y, a su vez, contribuye a la destrucción de bosques y ambientes naturales.

Según la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA, s.f.), se necesitan 10 litros de agua para producir una hoja de papel tamaño A4 de 80 gramos y 5,000 litros para un paquete de 500 hojas, lo que equivale a 250 garrafrones de agua. Para esta estimación se calcula la cantidad de agua que se necesita en la elaboración de papel, desde la extracción de la materia prima, el procesamiento y su distribución.

En el ámbito del diseño gráfico, parece existir cada vez mayor información disponible sobre las implicaciones ecológicas en el desarrollo de productos y servicios, así como posturas que pueden tomar los estudiantes ante el deterioro ambiental.

Sin embargo, un sondeo que se realizó con un grupo de estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, del Centro Universitario de la Costa, de la Universidad de Guadalajara, nos permitió identificar que la definición que tienen sobre papeles ecológicos se centra en el reciclaje, en la textura y color similar al cartón, sin tomar en consideración otros factores ambientales que adquieren especial relevancia en el papel ecológico, como procesos, certificaciones forestales, residuos, desechos y su reintegración al medio ambiente. Además, al pedirles a los participantes que mencionaran algún papel para el desarrollo de proyectos y tareas escolares que consideraran ecológico, se observó que sus respuestas fueron seleccionadas con base en el color café del cartón, del papel kraft y del cappuccino.

Por lo tanto, el objetivo general de la presente investigación fue analizar y evaluar los conocimientos de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica acerca de los papeles ecológicos, en el proceso de selección de estos papeles, como material base para el desarrollo de proyectos escolares y, a su vez, diseñar una herramienta que asesore y apoye al estudiante durante la selección de dichos materiales. En este sentido, las preguntas de investigación se enunciaron de la siguiente manera: ¿cuáles son los conocimientos de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica acerca de papeles

ecológicos, como material base, para el desarrollo de proyectos escolares? y ¿cuáles son los parámetros de impacto ambiental que debe cubrir una herramienta de asesoramiento para estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, durante la selección de papeles ecológicos, para el desarrollo de sus proyectos escolares?

Asimismo, el supuesto teórico se formuló así: si se analizan y evalúan los conocimientos de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica acerca de los sustratos sustentables en el proceso de selección de papeles, como material base para el desarrollo de proyectos escolares, se podrá diseñar una herramienta de asesoramiento durante la selección de tales materiales y a su vez se promoverá el uso de papeles ecológicos.

Por último, se buscó en esta investigación sentar un antecedente para el diseño de futuras herramientas de apoyo o parámetros para evaluar el desarrollo de aprendizaje y formación ambiental de los estudiantes, así como generar las bases para que algún compañero de la carrera interesado en el tema pueda abordar o continuar la investigación desde otro enfoque.

Antecedentes y fundamentación teórica

Origen del concepto *sustentabilidad*

La aparición del concepto “desarrollo sustentable” fue posible gracias al rompimiento de modelos de pensamiento, para mostrar una visión diferente de la situación del mundo. En este sentido, el modelo de sustentabilidad surge de diversas iniciativas, comenzando con aquella realizada por el Club de Roma. Dicha organización, fundada en 1968, llevó a cabo un proyecto que pretendía seguir la premisa de los nuevos modelos de pensamiento.

Se buscaba analizar los problemas del hombre en cuanto a los extremos de la pobreza y la riqueza, al crecimiento de las ciudades, y el desequilibrio ambiental, social y económico. Los resultados de dicho análisis dieron como consecuencia el primer informe realizado por el Club

de Roma, conocido como *The Limits to Growth*, publicado en 1972. En el documento se estableció la necesidad de encontrar un equilibrio y establecer límites al crecimiento poblacional, desarrollo económico y a los problemas del medio ambiente.

Posteriormente al proyecto del Club de Roma, se desarrollaron diversos estudios y análisis que permitieron continuar con la formulación de lo que más tarde se definiría como un modelo de sustentabilidad. De los estudios, destaca el desarrollado por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo (1987), apoyada por las Naciones Unidas y dirigida por la ministra noruega Gro Brundtland.

La importancia de este informe, llamado *Informe de Brundtland*, reside en la formalización del término “desarrollo sostenible”. “Está en manos de la humanidad asegurar que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Gómez, s.f., p. 91).

Desarrollo sustentable

La primera definición del término “desarrollo sustentable”, fue acuñada en la conferencia de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), realizada en Río de Janeiro, Brasil, en 1992, sin embargo, tuvo su origen en el *Informe de Brundtland* (1987), que lo define como “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Chávez, 2012, p. 47).

Según el informe del programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, el desarrollo sustentable está integrado por tres esferas (Chávez, 2012):

- Ecológica: cuando el ecosistema mantiene sus características esenciales a largo plazo.

- Económica: el manejo adecuado de los recursos naturales permite la viabilidad del sistema ecológico existente.
- Social: cuando los costos y beneficios son distribuidos de manera equitativa entre el total de la población actual y la futura.

Sustentabilidad en el diseño: del Diseño verde al Diseño sostenible

En el área del diseño se han adoptado distintas visiones y niveles de reflexión a través de propuestas para confrontar los problemas medioambientales y contribuir a su preservación. Estas propuestas han traído consigo términos, los cuales se confunden frecuentemente, por lo tanto, Madge (1997) identificó, analizó y desarrolló una clasificación, con el objetivo de esclarecer y facilitar el análisis de la transición del diseño superficialmente comprometido con el ambiente natural, hacia una visión más responsable y profunda: diseño verde, ecodiseño, diseño sostenible.

- Verde claro: también llamado diseño verde, considera aspectos ambientales de manera superficial, no profundiza tanto en la problemática.
- Verde medio: llamado ecodiseño, busca el equilibrio con la industria, de manera que refuerza los valores, la ética y la responsabilidad de los diseñadores.
- Verde oscuro: implica una profunda reflexión sobre las actividades humanas y efectos en el medio ambiente, bajo una visión sistémica. Esto es diseño sostenible.

Diseño verde

El diseño verde establecía un enfoque ambiental en los productos, pero solo de manera visual, como los comerciales, la publicidad y la imagen de producto. Posteriormente se analizaron y reflexionaron niveles más

profundos del diseño verde, se cuestionaron los patrones de consumo, la autenticidad de los productos verdes, las actividades de diseño en general, y su participación dentro de los procesos de producción y diseño del producto. Esto trajo consigo el ecodiseño.

Ecodiseño

Un primer uso del término “ecodiseño” fue como título de la publicación desarrollada por la Asociación de Diseño Ecológico (EDA), en Inglaterra en 1989, en donde argumentaron que esta vertiente de diseño se dirigía a utilizar materiales, diseñar productos, proyectos y sistemas, en armonía y con respeto a la naturaleza.

En este sentido, en la Universidad Tecnológica de Delft, estudiaron a fondo sistemas de productos en los que el uso de energía y materiales fuera más eficiente, lo que derivó en un manual con el objetivo de analizar y desarrollar metodologías, como el análisis del ciclo de vida y para la matriz MET (esta matriz analiza los materiales utilizados, la energía que se consume y las emisiones tóxicas, de aquí sus siglas), establecer los principios del ecodiseño, así como los conceptos principales y los sistemas de producción.

Esta postura del ecodiseño se respaldó por la presencia de la Ecología Industrial (IE), definida por Capuz (2004) como un modelo de actividad productiva que contribuye a la consecución del desarrollo sustentable. Él indica que los objetivos de la práctica se centran en reducir el consumo de materias primas, uso de energía, disminuir los residuos y desechos en la naturaleza. Para lograrlo se necesitarían aprovechar los recursos naturales mediante la eficiencia en su fabricación o utilización, y reducir los desechos a lo largo del ciclo de vida de los productos.

El enfoque en el diseño de productos representó el auge de las tecnologías de reciclaje, materiales y fuentes de energía renovables. Desde entonces, la idea de eficiencia ecológica en los procesos de producción y selección de materiales, ha prevalecido en el discurso de la responsabili-

dad ambiental del diseño y de la industria; de igual forma, la difusión de la teoría de las tres erres: reducir, reutilizar y reciclar.

En este sentido, surge el concepto “de la cuna a la cuna” (*Cradle to Cradle*), una teoría que se centra en concebir productos de manera inteligente y con la intención de que su ciclo de vida final sea como el de un elemento natural que, cuando muere, inicia un nuevo ciclo de vida, pues en la naturaleza no se pierde nada, sino que todo se transforma y reutiliza (McDonough, 2005). De acuerdo con esto, es necesario rediseñar los objetos pensando en el uso presente y futuro de los materiales, pues una parte de ellos regresará a la tierra y otra terminará en los vertederos.

Por eso, en opinión de estos autores, los nutrientes tecnológicos como plástico, cristal y madera se tienen que reutilizar y los biológicos, como algodón, y corcho han de volver a la tierra.

Sin embargo, Cooper (1994) indicó que la dificultad de separar los diferentes tipos de plástico eleva los costes del material reciclado, en comparación con los costes de las materias primas; evidenció la insuficiencia e inviabilidad de los procesos de reciclaje como herramientas de preservación del medio ambiente, abogando por las soluciones basadas en el cambio de los patrones de consumo y durabilidad de los objetos.

Por consiguiente, la profesión de diseño se enfrentaría a nuevos retos para revertir los impactos medioambientales, en que es necesario adoptar enfoques que relacionen y conecten los sistemas complejos humanos, economía y medio ambiente, reconociendo un acercamiento a la sustentabilidad.

Diseño sustentable

El modelo de sustentabilidad propone cuestionar la dirección actual de los sistemas de producción, los patrones de consumo, la necesidad real por adquirir bienes materiales y el desarrollo económico en general.

En este sentido, Margolin (2005) parte de los informes de Club de

Roma para analizar los distintos efectos de la expansión económica, así como hábitos de consumo en los países industrializados e identificar dos modelos de desarrollo. El primero, llamado modelo de sustentabilidad, lo define como aquel que aboga por la necesidad de preservar los derechos naturales; mientras el segundo, denominado modelo expansionista, se enfoca en el desarrollo económico, sin considerar las consecuencias medioambientales de manera trascendental.

Como puede observarse, el modelo de sustentabilidad descrito anteriormente, considera replantear los procesos de producción, el entorno económico y los hábitos de consumo, cuestionando las necesidades de adquirir los bienes materiales. De esta manera se podría conseguir el equilibrio entre las esferas sociales, ambientales y económicas; sin embargo, representa un reto implementar el modelo dentro de una sociedad que funciona principalmente por las actividades del mercado. La capacidad de diferenciar estos dos modelos y comprenderlos, brinda la oportunidad de discernir y cuestionar las actividades del diseño en este tema, así como analizar las posibilidades, consecuencias y resultados que emanan de tomar una u otra dirección dentro de esta profesión.

No obstante, Dewberry (1994) analiza las diferencias entre diseño verde, ecodiseño y diseño global, refiriéndose al diseño sustentable, y concluye que los dos primeros pueden ser aplicados a bienes materiales y utilizados como guía para diseñar a nivel producto, sin considerar otros factores y sistemas, mientras que el diseño sustentable engloba un concepto más profundo, dirigido a las condiciones sociales, al desarrollo y a la ética.

Lo anterior abre discusión a los puntos que se deben considerar como los patrones de producción, hábitos de consumo, la verdadera necesidad de comprar, su utilidad y el tiempo de vida.

Por consiguiente, Norman (2004) describe que los objetos y productos cotidianos son meras posesiones materiales que permiten enorgullecerse de ellos, no necesariamente porque posibiliten mostrar un estatus, sino por los significados que le dan a la vida de los individuos. Es decir, las emociones que experimentan las personas al utilizar un producto, cómo

hacer más placentera su vida en cuestiones de comodidad, usabilidad, utilidad y función. También, las sensaciones y evocaciones que despierta cada producto, como la nostalgia cuando uno de estos provoca recuerdos de tiempos pasados y los vínculos estrechos por las experiencias vividas de las personas.

Posteriormente, Acaroglu (2013) afirma que las creencias populares sobre el medio ambiente, comúnmente se basan en las experiencias, en algo que se escucha decir de otras personas, lo que se lee en redes sociales, por lo tanto, suelen no tener una base científica que afecta a los sistemas complejos, los cuales son:

- Humanos: cómo se comunican y relacionan las personas para construir una sociedad o comunidad,
- Industrial: es en esencia toda la economía de la sociedad, sus actividades, el comercio, los procesos de producción, y
- Ecosistema: los humanos y la industria operan en este sistema. Visión de responsabilidad social y ambiental para que las actividades industriales no afecten negativamente al medio ambiente.

Cada decisión que se tome como individuos, en cada oficio y profesión, sin importar la jerarquía, produce un impacto en los sistemas y se deben engranar todos los sistemas complejos para producir beneficios medioambientales, esto es sustentabilidad (Acaroglu, 2013).

Son diversos los factores que contribuyen al deterioro del entorno social y ambiental. Desde una amplia perspectiva, el diseño influye en los hábitos de consumo y los patrones de producción de productos, involucrando los sistemas complejos: sociedad, medio ambiente y desarrollo económico.

Diseño gráfico sostenible

De acuerdo con Dougherty:

los diseñadores son capaces de persuadir y ser agentes de cambio, al añadir a las acciones y procesos la responsabili-

dad ambiental y social. Asimismo, el de plantear la manera en cómo se puede pensar en el trabajo que se crea mediante la innovación tecnológica y ecológica en todas las fases del proceso de diseño.

Por ejemplo:

- Formular estrategias con los clientes, que no afecten los sistemas sociales y ambientales,
- Diseño de identidad de marcas con responsabilidad ambiental y social,
- Elección de materiales de fabricación, y
- Fomentar la transparencia y responsabilidad social en empresas y marcas ya posicionadas y estructuradas (Dougherty, 2008, p. 95).

En este sentido, Benson (como se citó en Chávez, 2012, p. 96), menciona que el diseñador gráfico “antes de embarcarse en cualquier iniciativa, es indispensable que se documente e informe sobre cuestiones de sostenibilidad y que estudie en profundidad los objetivos del proyecto”. De esta manera se podrá analizar y decidir si el vale la pena que el proyecto sea tangible o simplemente digital, así como las repercusiones trascendentales en las esferas sociales, ambientales y económicas.

El diseño gráfico sostenible es aquel que:

- Es seguro para el medio ambiente y para los seres humanos,
- Reduce o elimina el uso de los recursos no renovables,
- Cumple con el comercio justo de trabajo y las normas de los derechos humanos,
- Proporciona un valor económico cuantificable en el mercado, y
- Contempla el impacto ambiental, económico y humano en el ciclo vital entero del proyecto (Benson como se citó en Chávez, 2012, p. 96).

Por lo tanto, el diseño gráfico sostenible tiene en cuenta el ciclo de vida del producto desde una perspectiva global, es decir, todas las etapas

del proceso de diseño, incluyendo el análisis de los materiales, procesos de impresión y elaboración, el utilizar herramientas de menor costo e impacto medioambiental que cumpla con especificaciones normativas.

Métodos y materiales

En la presente investigación se utilizó una metodología de carácter cualitativo, que se caracteriza por ser inductiva y flexible, porque permite describir e interpretar el fenómeno, a través de la comprensión de las percepciones y significados producidos por las experiencias con el uso de papeles ecológicos, de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica.

Población y muestra

Se seleccionó una muestra no probabilística orientada a la investigación cualitativa, que permitiera seleccionar a los estudiantes con un perfil en común o que compartieran ciertas características, con el propósito de resaltar situaciones, procesos e ideas que comparten todos los universitarios que pertenecen al grupo.

En este sentido, la población está conformada por estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, del Centro Universitario de la Costa, de la Universidad de Guadalajara; y la muestra homogénea, por estudiantes que no pertenecen al nuevo plan de estudios, introducido en el ciclo 2019-B, que actualmente cursan los semestres de 3.º a 8.º El tamaño de la población es de 70 estudiantes y el tamaño de muestra, que representa a la población y a quienes se aplicaron los instrumentos, es de 60. Para calcular el tamaño de la muestra representativa, se utilizó la siguiente fórmula:

Figura 1.

Fórmula para calcular el tamaño de la muestra representativa

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

En donde N = tamaño de la población, es equivalente a 70 estudiantes;

Z = nivel de confianza, 50%;

p = probabilidad de éxito o proporción esperada, equivalente a 95 %;

q = probabilidad de fracaso o de error, de 5%, y

d = precisión, del 100 %.

El resultado se obtuvo haciendo uso de una calculadora de muestra representativa, introduciendo los datos directamente en un sitio *web*.

Instrumentos de medición

Los instrumentos de medición que se diseñaron para la recolección de datos fueron un cuestionario y una entrevista semiestructurada que se aplicaron a los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, con el propósito de evaluar sus conocimientos y opiniones sobre el diseño gráfico sostenible, y los impactos positivos en los niveles sociales y ambientales.

Además, se diseñaron hojas de observación y formatos de registros fotográficos para identificar los papeles ecológicos que conocen y los que más utilizan para el desarrollo de sus proyectos escolares, así como para detectar las características que les atribuyen a los papeles ecológicos y las certificaciones forestales que reconocen en los papeles.

Sin embargo, debido a la situación actual de confinamiento por el COVID-19 y la suspensión de clases presenciales, el objeto de estudio, es

decir los estudiantes, no fue posible observarse, por lo que fue necesario modificar los instrumentos de medición, para adaptarse a las herramientas y recursos digitales disponibles, así como a la facilidad de aplicación de los instrumentos en vías virtuales. Por lo tanto, los instrumentos que se utilizaron en la investigación son: cuestionario y entrevista semiestructurada.

Cuestionario

Se diseñó y aplicó un cuestionario, en el que se requirió de la participación de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, del Centro Universitario de la Costa, que no pertenecieran al nuevo plan de estudios, introducido en el ciclo escolar 2019-B y que actualmente se encuentran cursando los semestres de 3ro. a 8vo.

El cuestionario se dividió en dos secciones que se desglosan a continuación, para un mejor entendimiento y distribución de los temas:

- **Diseño gráfico sostenible:** el propósito del cuestionario fue analizar la opinión de los estudiantes acerca del diseño gráfico sostenible y la importancia de implementar acciones sostenibles a través de esta área profesional.
- **Papeles ecológicos:** con el propósito de evaluar e identificar el nivel de conocimiento, acerca del papel ecológico y las certificaciones forestales, al analizar los factores por los que un papel es percibido por los estudiantes como ecológico.

Asimismo, las preguntas del cuestionario se elaboraron con base en Hernández (2014) y se emplearon preguntas abiertas, debido a que proporcionan una información más amplia en las respuestas, y permiten profundizar la opinión y los motivos de un comportamiento de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica.

El instrumento implementado se muestra a continuación:

Tabla 1.
Diseño de cuestionario para aplicación en línea

El diseño gráfico sostenible y los papeles ecológicos
Selecciona tu semestre:
3ro. () 4to. () 5to. () 6to. () 7mo. () 8vo. ()
Diseño gráfico sostenible
Para ti, ¿qué es el diseño gráfico sostenible?
2. ¿Qué efectos crees que puede producir cuidar el medio ambiente a través de nuestras acciones como diseñadores?
3. ¿Cuáles son las acciones que consideras que debe tener un diseñador responsable con el medio ambiente?
() Reutiliza el papel usado.
() Compra productos reciclados (papel, tintas, etc.).
() Compra productos con certificaciones forestales.
() Utiliza servicios de imprentas con buenas prácticas ambientales.
() Diseña identidad de marcas con responsabilidad ambiental y social.
() Formula estrategias con los clientes, que no afecten los sistemas sociales y ambientales.
() Evita usar productos plásticos.
() Cumple con el comercio justo de trabajo y las normas de los derechos humanos.
() Contempla el impacto ambiental, económico y humano en el ciclo vital entero del proyecto.
() Aporta respuestas y estrategias orientadas a la solución al consumo.
() Elige tintas a base de agua y vegetales, así como barnices acuosos.

☐ Utiliza el pensamiento sistémico como metodología para el desarrollo de proyectos.

☐ Ahorra energía y recursos naturales.

☐ Otro:

4. Tú como estudiante de diseño gráfico, ¿qué acciones realizas cotidianamente para cuidar el medio ambiente?

Papeles ecológicos

1. Para ti, ¿qué es un papel ecológico?

¿Qué características consideras que debe tener un papel ecológico?

3. ¿Has comprado algún papel ecológico?, ¿cuáles?

4. ¿Cuáles fueron los motivos por los que compraste el papel ecológico?

☐ Precio

☐ Solicitud de cliente

☐ Requisito del proyecto

☐ Me interesa cuidar el medio ambiente

☐ Recomendación de un amigo, compañero, etc.

☐ Otro:

5. ¿Has utilizado algún papel ecológico?, ¿cuáles?

6. ¿Cómo diferencias un papel ecológico entre uno no ecológico?

7. ¿Qué son las certificaciones forestales?

8. De las siguientes certificaciones forestales, ¿cuáles reconoces?

☐ Ángel azul “Blue angel”

☐ Nordic Swan Ecolabel

☐ Etiqueta Ecológica Europea

☐ Forest Stewardship Council (FSC)

☐ FSC Reciclado

☐ Programa para el Reconocimiento de Certificación Forestal (PEFC)

☐ Elemental Chlorine Free, Libre de cloro elemental (ECF)

() Totally Chlorine Free, Total libre de cloro (TCF)

() Process Chlorine Free, Proceso libre de cloro (PCF)

Diseño de cuestionario en línea para estudiantes de Diseño para la Comunicación Gráfica, sobre el proceso de selección de papeles en el desarrollo de un proyecto con temática sostenible.

Entrevista semiestructurada

Se empleó una entrevista semiestructurada, ya que proporciona una comunicación y construcción de significados respecto a un tema, así como para obtener perspectivas, experiencias y opiniones detalladas de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica; además, permite introducir preguntas adicionales para precisar los conceptos y obtener mayor información respecto a un asunto en específico.

En este sentido, el propósito de la entrevista fue recolectar los siguientes datos de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica:

- Identificar los papeles ecológicos, para impresión, que utilizan los estudiantes durante el desarrollo de proyectos escolares.
- ¿Cómo es el proceso de selección de papeles en el desarrollo de un proyecto con temática sostenible?, ¿cuáles papeles ecológicos utilizan?, ¿qué factores intervienen para decidir los materiales, papeles y sustratos que emplearán?

El instrumento diseñado de la entrevista semiestructurada se muestra a continuación:

Tabla 2.
Diseño de entrevista semiestructurada

Fecha:	Hora:
Entrevistado (nombre y semestre):	
Preguntas	
<p>1. Pláticame sobre tu proceso metodológico para realizar un proyecto de diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué metodología utilizas? • ¿Cuáles son las fases del proceso metodológico? • ¿Qué actividades realizas en cada fase? • ¿Cómo seleccionas los materiales de proyecto de diseño? 	
<p>2. Si fuera un proyecto de diseño con temática sostenible, ¿cómo sería el proceso de diseño?</p>	
<p>3. ¿Qué materiales y papeles utilizarías para realizar un proyecto de diseño sostenible?</p>	
<p>4. ¿Por qué utilizarías estos materiales específicamente?</p>	
<p>5. ¿Cuáles proyectos escolares con temáticas sostenibles has desarrollado?</p>	
<p>6. ¿Cómo fue tu experiencia en el desarrollo del proyecto de diseño sostenible?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de papeles ecológicos, • Uso de los papeles, • Resultado final. 	

Guía de entrevista para aplicación vía telefónica a estudiantes de Diseño para la Comunicación Gráfica, sobre el proceso de selección de papeles en el desarrollo de un proyecto con temática sostenible.

Técnicas

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron medios de comunicación digitales, debido a la situación actual de confinamiento por el COVID-19. El cuestionario se realizó en Google Formularios y para aplicar el instrumento, se compartió el enlace en las plataformas Google Classroom, WhatsApp y Facebook. Por lo tanto, para que una mayor cantidad de alumnos tuvieran acceso al cuestionario, se requirió de la ayuda de docentes y tutores de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, del Centro Universitario de la Costa, para compartir el formulario a los grupos de sus asignaturas y tutorados, que actualmente están cursando los semestres de 3ro a 8vo. Asimismo, la entrevista semiestructurada, se aplicó a través de llamadas telefónicas y videollamadas en Messenger, por lo que se requirió buscar alumnos de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, que quisieran participar voluntariamente en esta. Cada entrevista se realizó de manera individual. Se consideró importante que los alumnos que se encuentran cursando los semestres mencionados, respondieran el cuestionario y participaran en la entrevista debido a que no pertenecen al nuevo plan de estudios, el cual sí tiene asignaturas relacionadas con el diseño gráfico sostenible, así como materiales y sustratos amigables con el medio ambiente.

Las técnicas e instrumentos de medición para la recolección de datos de la presente investigación se muestran a continuación:

Tabla 3.
Técnicas, instrumentos y herramientas de registro

Técnica	Instrumento	Herramienta de registro
Llamada telefónica y videollamada en Messenger	Formato de entrevista Semiestructurada	Grabador de voz y de video Bloc de notas Lápiz
Google formularios	Formato para cuestionario	Google Docs

Técnicas utilizadas para la aplicación de los instrumentos de medición y sus respectivas herramientas de registro.

La tabla anterior está integrada por:

- Técnicas: son recursos o procedimientos para acceder a la información que se quiere recolectar. Contesta a la pregunta: ¿cómo se va a aplicar el instrumento?
- Instrumento: son formatos diseñados para guardar y recolectar la información. Contesta a la pregunta: ¿cómo se va a recolectar la información?
- Herramienta de registro: es el equipo técnico para guardar y registrar la información que se recolectó en el instrumento.

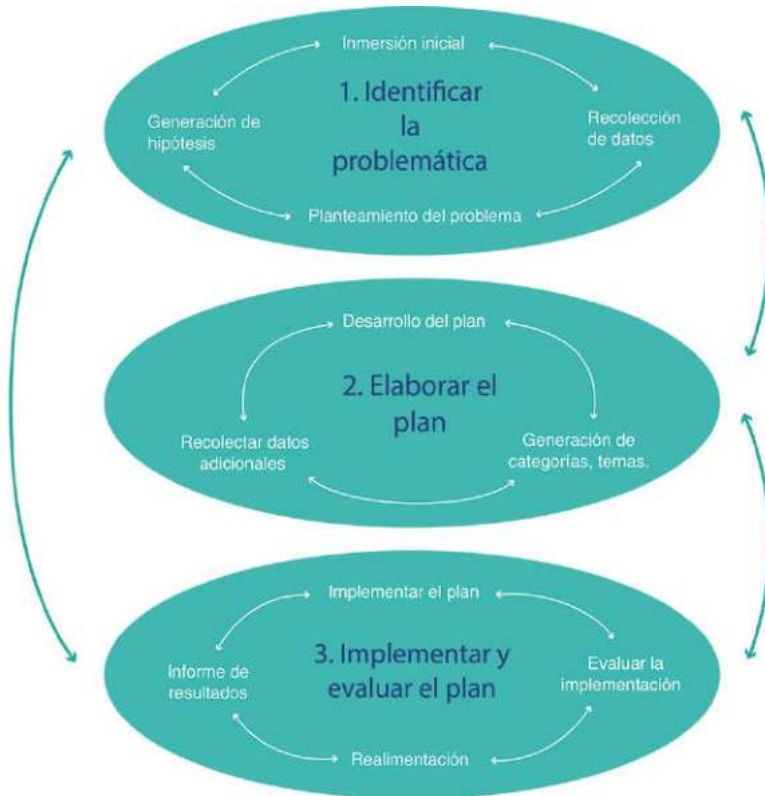
- En este sentido y para recolectar la información relacionada con los objetivos de la investigación, a saber:
- Identificar y examinar los papeles ecológicos, para impresión, que utilizan los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica en el desarrollo de proyectos escolares,
- Investigar y reunir las características que le atribuyen los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica a los papeles ecológicos,
- Se diseñaron dos instrumentos de medición: un cuestionario y una entrevista semiestructurada. La segunda se aplicó a través de llamadas telefónicas y videollamadas en la plataforma Messenger, mientras que el cuestionario se aplicó a través de la plataforma Google formularios.

Diseño metodológico

El diseño metodológico empleado es investigación-acción, ya que ello permite comprender las problemáticas de casos particulares, es decir, de cada ambiente, así como realizar un diagnóstico e implementar un plan de acción para resolver el problema, introducir la mejora o generar el cambio. Los ciclos o etapas del diseño son: observar, pensar y actuar. El proceso metodológico detallado se muestra en el siguiente esquema:

Figura 2.

Esquema del proceso metodológico



Esquema que presenta las fases del proceso de la presente investigación.

El esquema que se expone en la figura anterior se compone por tres fases y en cada una de ellas se muestra una serie de actividades que son importantes para cumplir los objetivos del presente proyecto de investigación, las cuales se describen a continuación:

Fase 1. Identificar la problemática.

- Inmersión inicial: se desarrolla el conocimiento existente y disponible sobre el contexto y las situaciones del objeto de estudio, es decir, el conocimiento disponible sobre el proceso de selección de papeles ecológicos de los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica y los factores que contribuyen para que un papel sea percibido como ecológico. En esta etapa fue necesario realizar un sondeo de opinión sobre los papeles que los estudiantes consideran ecológicos, debido a que la información que se tenía en ese momento era superficial. El sondeo se aplicó a un grupo de estudiantes de 7mo. y 8vo. semestre.
- Planteamiento del problema: se investigó el contexto y los antecedentes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, del Centro Universitario de la Costa, los cuales son la visión y misión de la licenciatura, el perfil de egresado, los valores y proyectos extracurriculares con temática de concientización y educación ambiental, así como la visión y misión del Centro Universitario de la Costa. Para describir el problema que se quiso investigar, resolver o generar un cambio, se retomaron los resultados del sondeo de opinión, realizado en la inmersión inicial, los antecedentes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica y se investigó el contexto actual de la producción de papel y los objetos diseñados con este material. Una vez descrito el planteamiento del problema, se redactó el objetivo general de la investigación, así como los objetivos particulares, las preguntas de investigación, la delimitación de la investigación y la justificación, que se refiere a qué tan importante es que se realice la investigación y a quiénes beneficia de manera trascendental.
- Generación del supuesto de investigación: se formuló el supuesto de investigación, que son explicaciones o suposiciones que tratan de verificarse en el resultado de la investigación, con la ayuda de la exploración previa de los antecedentes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, y las opiniones y creencias de los estudiantes, obtenidas del censo de opinión.

- Recolección de datos sobre la problemática y necesidades: se desarrolló el marco teórico, en el que se describen y explican los fundamentos y principios históricos de la ecología y el desarrollo sustentable, partiendo del contexto y de los antecedentes ambientales que hicieron posible que el término “sustentable” surgiera, así como de un acercamiento a la profesión de diseño. Además, se diseñaron y aplicaron los instrumentos de medición. Estos últimos se elaboraron en función de los objetivos particulares y se aplicaron a través de medios digitales, debido a la situación actual de confinamiento por el COVID-19.

Fase 2. Elaborar el plan.

- Desarrollo del plan: una vez que se organizan, evalúan y analizan los resultados de los instrumentos de medición, aplicados a los estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, se desarrolla una lluvia de ideas de las posibles soluciones o mejoras a la problemática planteada anteriormente. Posteriormente se gestiona la idea más viable en función de los recursos y tiempo disponibles. Además, se programan actividades, fechas e iteración.
- Generación de categorías y temas: se seleccionan los temas y ejes temáticos que tendrá la herramienta de asesoramiento, en función del análisis de los resultados obtenidos a través de los instrumentos de medición.
- Recolectar datos adicionales: se recolectan datos extra que ayuden a la realización de la herramienta de asesoramiento, por ejemplo, obtener información más profunda o específica sobre las creencias de los estudiantes acerca del papel ecológico e investigar certificaciones forestales de los papeles.

Fase 3. Implementar y evaluar el plan.

- Implementar el plan: una vez diseñado el prototipo de la herramienta de asesoramiento, se programan sesiones para probarse con un grupo de estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, a modo de grupo de enfoque.
- Evaluar la implementación: se revisan y analizan los efectos positivos y negativos de la herramienta de asesoramiento, con la finalidad de mejorar los errores y rediseñar la herramienta.
- Realimentación: con base en los resultados de la primera implementación de la herramienta de asesoramiento, se ajustan partes de la misma para volver a aplicarse, o se redefine la problemática y se generan nuevos supuestos de investigación. Esto implica más ajustes al plan y adecuarse a las eventualidades que surjan. El ciclo se repite hasta que la problemática se resuelva o se logre el cambio.
- Informe de resultados: se elabora el reporte con el diagnóstico de la problemática, los objetivos cumplidos y reflexiones de los resultados.

Discusión de resultados

Análisis del proceso de selección del papel ecológico

A través de la aplicación de dos entrevistas a estudiantes de la Licenciatura en Diseño para la Comunicación Gráfica, se extrajo información más profunda sobre el proceso de selección de papel ecológico para el desarrollo de proyectos. En la información recabada se describe y explica cómo es el desarrollo de un proyecto con temática sostenible, desde las primeras fases de investigación y redacción de objetivos hasta las fases finales, donde se seleccionan los sustratos, se realizan prototipos y se imprime el producto final.

En este sentido, se explica el proceso de desarrollo de un proyecto escolar, de la asignatura de Diseño IV. El objetivo del proyecto fue realizar una propuesta de diseño editorial (libro, revista, guía, folleto), que funcio-

nara como memoria o registro del primer Festival de Raicilla Damajuana (2017), y que sensibilizara a la comunidad de Puerto Vallarta sobre la protección y preservación del maguey, así como del valor que adquiere la bebida. La metodología en la que se apoyaron los estudiantes para el desarrollo del proyecto fue la retórica. De esta manera, la primera fase que se realizó fue la de investigación, en la que se requirió de una entrevista con el cliente (los organizadores del festival), para identificar la problemática que se quiere resolver, los objetivos y requisitos del proyecto, antecedentes, contexto y *target* u objetivo del festival. Posteriormente, la información recabada de la entrevista con el cliente se complementa con una indagación de los antecedentes y contexto de la raicilla en la región de Puerto Vallarta; además se investiga el proceso de producción de la raicilla, origen, antecedentes, materia prima, entre otros.

En la segunda fase del proyecto, se llevó a cabo una investigación de campo, en la que se aplicaron entrevistas y cuestionarios a la comunidad de Puerto Vallarta para conocer sus opiniones sobre la raicilla, así como profundizar el problema para posteriormente diseñar estrategias que introduzcan la sensibilización y apreciación de la raicilla.

Una vez que se delimita la problemática y los objetivos del proyecto, inicia la tercera fase, que consiste en diseñar estrategias. En esta, los estudiantes hacen una lluvia de ideas de las estrategias de diseño para resolver la problemática, posteriormente se selecciona la solución más viable, con base en la investigación del contexto, antecedentes, requisitos del proyecto y lo que el cliente solicita. En este caso, ambos estudiantes entrevistados decidieron diseñar un libro que hablara sobre el proceso artesanal de la raicilla, su contexto en Puerto Vallarta, el origen, la importancia de esta bebida y su valor cultural.

Posteriormente, bocetaron el diseño del libro, donde seleccionaron la gama cromática, el diseño, la forma, la distribución de los temas por páginas y el tipo de papel para su impresión. En este sentido, los sustratos que seleccionaron para la producción del libro fue papel cappuccino, debido a que uno de los requisitos que solicitó el cliente fue utilizar materiales amigables con el medio ambiente, además de adaptarse al presupuesto total.





Por otro lado, indicaron que seleccionaron el papel cappuchino principalmente por ser un papel reciclado, lo cual ayuda al medio ambiente ya que no utiliza fibras vírgenes, por lo que no es necesario talar árboles. Además, es un papel que se puede utilizar para impresión, es económico, su apariencia es ecológica por el color café y la textura similar al corcho. Finalmente, una desventaja de Puerto Vallarta es que no hay muchas opciones para adquirir papeles ecológicos, por lo que se vieron en la dificultad de encontrar una amplia variedad de papeles que se vendieran por paquete y no por pieza, aumentando el costo.

Reflexiones finales

La fabricación de papel consume gran cantidad de recursos. Para producir una tonelada, se requieren dos o tres toneladas de troncos, así como grandes cantidades de agua y de energía. La industria papelera y de celulosa ocupa el quinto lugar del sector industrial en consumo mundial de energía, y utiliza más agua por cada tonelada producida que cualquier otra industria (WorldWatch Institute, 2004, p. 263).

En este sentido, surgen alternativas que garantizan un menor consumo de recursos, el control de sus vertidos y un beneficio social. Dentro de las opciones de papeles responsables con el medio ambiente se encuentran las siguientes:

Tabla 4.
Sellos, certificaciones forestales y ecoetiquetas

Papel que en su proceso de fabricación solo utilice como materia prima madera procedente de gestión forestal sostenible		
Nombre		Descripción
	Forest Stewardship Council (FSC)	Promover el manejo ambiental-mente apropiado, socialmente benéfico y económicamente viable de los bosques del mundo.
	Programa para el Reconocimien-to de Certificación Forestal (PEFC)	
Papeles de fibras recicladas y libres de cloro		
Nombre		Descripción
	Etiqueta Ecológica Europea (EEE)	Al menos un 10% de la fibra sea de plantaciones certificadas. No permite utilizar cloro.
	Blue Angel (Ángel azul)	Contiene un 100% de material reciclado, no puede haber utilizado cloro y tiene que haber dejado de usar otros químicos.

	Nordic Swan Ecolabel	No permite el uso de cloro ni de otros químicos. Limita las emisiones, así como el consumo de agua y energía.
	Elemental Chlorine Free, libre de cloro elemental (ECF)	Indica que tanto las fibras nuevas como las procedentes del reciclado se han blanqueado con dióxido de cloro u otros compuestos de cloro.
	Totally Chlorine Free, Total libre de cloro (TCF)	Informa que el papel ha seguido un proceso de fabricación totalmente libre de cloro.
	Process chlorine free, Proceso libre de cloro (PCF)	Productos reciclados blanqueados sin utilizar ningún derivado de cloro. Para estos productos reciclados se usa el distintivo PCF, que indica que no se ha usado cloro en el último ciclo de producción del papel.

Certificaciones forestales, ecoetiquetas y sellos ecológicos que garantizan el uso adecuado de recursos forestales e identifican las alternativas de papeles con menor impacto ambiental.

El papel cappuchino, que fue el seleccionado por los estudiantes para la realización del proyecto editorial, es un papel que contribuye al cuidado del medio ambiente por ser de fibras 100% recicladas, es libre de cloro elemental y libre de ácidos. A pesar de contribuir a la protección de bosques a través de la recuperación de papel postconsumo como materia prima, el papel cappuchino utiliza dióxido de cloro para el blanqueamiento de la fibra recuperada, la cual es una sustancia tóxica y contami-

nante para el agua, aunque en menor cantidad que el cloro. Además, los estudiantes seleccionaron el papel por ser de color café y de textura similar al corcho, sin embargo, estas cualidades físicas del papel no indican que sea ambientalmente amigable, ya que como se mencionó anteriormente el papel ecológico garantiza que los recursos como agua, energía y materia prima se utilicen y gestionen adecuadamente, en pequeñas cantidades, así como que los residuos post producción puedan reintegrarse fácilmente a la naturaleza.

De acuerdo con Greenpeace (2004), el papel ideal para el cuidado medioambiental es cualquier combinación de fibras recicladas blanqueadas sin utilizar ningún derivado de cloro (PCF) y fibras de residuos agrícolas (lino, algodón, paja), totalmente libres de cloro (TCF). Las soluciones transitorias son aquellos papeles hechos con el 50-60% de fibras recicladas, blanqueados sin utilizar ningún derivado de cloro (PCF), papel con certificado forestal (TCF y PEFC) combinado con un proceso de fabricación totalmente libre de cloro (TCF) y fibras de residuos agrícolas (lino, algodón, paja) totalmente libres de cloro (TCF). Por último, los papeles ambientalmente nocivos son aquellos que utilizan el 30% o menos de fibra reciclada, son libres de cloro elemental y utilizan del 90 al 100% de fibra virgen procedente de bosques no certificados.

Figura 3.

Jerarquía ambiental del papel



Figura que presenta las combinaciones de sellos y certificaciones de papel ideales para el cuidado del medio ambiente, hasta los más nocivos.

Fuentes

- Acaroglu, L. (Febrero 2013). *Paper beats plastic? How to rethink environmental folklore*. [Sesión de conferencia]. Recuperado de Ted-Talks.<https://bit.ly/36OLbbJ>.
- Benson, E. y Perullo, Y. (2016). *Design to renourish. Sustainable graphic design in practice*. Boca Raton: CRC Press.
- Braungart, M. y McDonough, W. (2005). *Cradle to Cradle. Rediseñando la forma en que hacemos las cosas*. Madrid: McGraw-Hill.
- Capuz, S. (2004). *Ecodiseño: Ingeniería del ciclo de vida para el desarrollo de productos sostenibles*. México: Alfaomega.
- Chávez, C. (2012). *Diseño gráfico sustentable. Estrategias para el uso de materiales y procesos en el diseño* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. Recuperado de <https://bit.ly/2B-m0RY9>

- Conagua. (s.f.). *La huella hídrica y el agua virtual*. Recuperado de http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/contenido/documentos/Trip-tico_Huella%20Hidrica.pdf
- Cultura Material. (s.f.). *Diseño verde y sostenibilidad*. Recuperado de <http://culturamaterial.org/disenio-verde-y-sostenibilidad/>
- Dewberry, E. y Goggin, P. (1994). *Ecodesign & Beyond: Steps Towards 'Sustainability'*. Londres Nottingham: Open University and Nottingham Trent University.
- García, B. (2008). *Ecodiseño. Nueva herramienta para la sustentabilidad*. México: Designio.
- Gómez, C. (s.f.). *El desarrollo sostenible: conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>
- Greenpeace. (2004). *El papel. Cómo reducir el consumo y optimizar el uso y reciclaje de papel*. Recuperado de <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/el-papel.pdf>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6). México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Madge, P. (1997). *Ecological Design: A new Critique*. Design Issues: Vol. 13, No. 2, p. 44-54. The MIT Press. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/Eco/01.pdf>
- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre diseño*. México: Designio.
- Norman, D. (2004). *Emotional design. Why we love or hate everyday things*. Nueva York: Basic Books.
- Re-nourish. (s.f.). *Systems thinking*. Recuperado de <https://re-nourish.org/systems-thinking/>
- Worldwatch Institute. (2004). *La situación del mundo 2004. Informe anual del Worldwatch Institute sobre progreso hacia una sociedad sostenible*. Barcelona: Icaria editorial. Recuperado de <https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Situaci%C3%B3n%20del%20Mundo/Situaci%C3%B3n%20del%20Mundo%202004.pdf>

II. Caso de estudio del “restaurante-bar Agave del hotel Rosita en Puerto Vallarta”

Sandra Carreón Cárdenas
Vanessa Cristina Escandón Flores
Fernando de Jesús Vergara Moreno

Resumen

El Hotel Rosita fue el primero en Puerto Vallarta, es uno de los establecimientos más emblemáticos del lugar y forma parte del patrimonio cultural de la ciudad a partir del 21 de julio del 2018 por el Departamento de Cultura del estado de Jalisco, y convirtió el centro de la ciudad en un área protegida, con todos los privilegios de un patrimonio protegido por las leyes estatales y federales.

Cuenta con el respaldo de 72 años de experiencia, que le permite adaptarse a la nueva normalidad al implementar nuevos protocolos de limpieza, desinfección y sanitización de sus instalaciones, al ofrecer un ambiente sano con protección al COVID-19. Protocolo Rosita Safe Travels (World Travel & Tourism Council).

A través de la presente investigación se estudiaron las condiciones actuales del servicio que ofrece su restaurante-bar Agave; con el método inductivo se realizó una entrevista estructurada al supervisor de servicio de alimentos y bebidas del restaurante, y se analizaron las opiniones y quejas de los clientes, indicadas en la página TripAdvisor, con la finalidad de validar o refutar la hipótesis planteada. Asimismo se identificaron las principales áreas de oportunidad, para satisfacer las necesidades de sus clientes; dicho análisis dio pauta al diseño de estrategias de mejora, aplicables por el líder, que influirán positivamente en el perfeccionamiento continuo de las actividades y funciones de los colaboradores.

Palabras clave: estrategias, liderazgo, servicio, calidad, cliente.

Introducción

Puerto Vallarta solía llamarse Puerto las Peñas, era, por supuesto, un pueblo muy pequeño. El área para caminar junto a la playa es lo que ahora se conoce como el malecón. Era el lugar donde la gente local tenía grandes bodegas para guardar maíz, semillas y aceite de coco. Los productos eran comercializados y embarcados para su exportación. El mercado regional de ese tiempo se realizaba entre Puerto Vallarta, San Sebastián, Talpa y Mascota.

En 1948 se construyó el Hotel Rosita en el centro de la ciudad, convirtiéndose en el primero de Puerto Vallarta. En 1962, cuando la película *La noche de la iguana* era dirigida por John Huston, Hotel Rosita recibió en varias ocasiones la visita de Elizabeth Taylor, Richard Burton, Ava Gardner y todo el *staff* de la película, quienes disfrutaron de agradables comidas en el restaurante.

El Hotel Rosita está ubicado cerca de tiendas, bares, restaurantes y entretenimiento local, pero sobre todo junto a la playa, para relajarse. Una caminata de diez minutos y estarás en la iglesia, el ayuntamiento, el mercado y plazas principales.

Planteamiento del problema

La industria restaurantera en Puerto Vallarta cuenta con un mercado amplio puesto que es una zona turística, los negocios deben estar preparados para satisfacer las necesidades de diversos perfiles de clientes.

El Hotel Rosita es un lugar muy conocido en Puerto Vallarta, desde 1948, es un sitio con mucha historia, ya que fue el primer hotel en establecerse formalmente contando únicamente con ocho habitaciones y que ha crecido exponencialmente; actualmente también proporciona el servicio restaurantera abierto al público, bajo el nombre restaurante-bar Agave.

De acuerdo con las opiniones encontradas en su portal de internet, el establecimiento cuenta con excelente ubicación y precios razonables; sin

embargo, no se puede decir lo mismo sobre la infraestructura y la atención a sus clientes y usuarios, quienes proporcionan comentarios satisfactorios sobre el hotel en general, calificándolo con 5 estrellas (tabla 1), pero otros garantizan no volver y evalúan con una estrella su inconformidad con los empleados, especialmente en la atención proporcionada en la recepción.

Por ello, es de suma importancia tomar las medidas necesarias para brindar la mejor atención de calidad, al ser un proceso de atención al cliente, la mayor carga de responsabilidad recae sobre el jefe o líder del establecimiento, ya que es la persona encargada de supervisar cada etapa de dicho proceso.

Cabe mencionar que si no se toman acciones pertinentes preventivas y correctivas, como parte del seguimiento a las situaciones que afectan directamente la reputación que precede al establecimiento, podrían reflejar que la cultura que desarrollan día con día no está relacionada con el concepto de cortesía que los visitantes tienen respecto a la ciudad, por ende, causaría insatisfacción en los mismos, lo que se manifiesta en las recomendaciones sobre el establecimiento y el destino turístico.

Tabla 1.

Clasificación de estrellas

Estrellas	Nombre	Descripción
1	Turista	Cubre las necesidades básicas: baño en la habitación y limpieza todos los días.
2	Estándar	Incluye desayuno, servicio de toallas, jabón, televisión en la habitación y pago con tarjeta de crédito.
3	Confort	Además de lo que cuenta el hotel de 2 estrellas, ofrece más opciones de habitación, tienen restaurantes, gimnasios y otros servicios.

4	Primera clase	Servicio las 24 horas, instalaciones en excelentes condiciones, diferente oferta de restaurantes y habitaciones con todas las amenidades.
5	Lujo	Habitaciones Premium, minibar ilimitado e internet sin costo extra, opciones de restaurantes de alta categoría, gimnasios, spas y piscinas, servicio personalizado y multilingüe.

Fuente: Sistema de clasificación europeo. Noviembre 13, 2017, en la página web Viajetip!

Justificación

En esta industria se generan ingresos del turismo, puesto que el principal *target* es turista extranjero (68.4%) y nacional (31.6%), según el Barómetro del 2017; por ello es importante que la experiencia sea satisfactoria y de esta manera recomiende el destino turístico (Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, 2017).

A través de este protocolo se pretende estudiar la relación que existe entre el restaurante-bar Agave, y sus clientes y usuarios (entendamos por clientes a sus huéspedes y usuarios, al público en general), para analizar, observar y buscar la forma de fortalecer ese vínculo que la empresa ha creado durante años.

Se considera que esta investigación es importante dado que el restaurante pertenece al Hotel Rosita, uno de los sitios más emblemáticos de Puerto Vallarta, cuya ubicación en la zona centro resulta ser muy importante para los habitantes y los visitantes de esta ciudad, ya que pertenece a su Centro Histórico, declarado como patrimonio cultural, porque conserva las características auténticas de una ciudad tradicional mexicana, en sus calles empedradas y su arquitectura colonial (Expreso, 2018).

Con esta investigación se podrán identificar las principales áreas de oportunidad, que ayudarán a la resolución de los conflictos que pudiera tener con sus clientes. ¿En qué medida el tipo de liderazgo del responsable del establecimiento es la causa principal del mal servicio que otorgan los colaboradores a sus clientes?

Objetivo general

Identificar el protocolo que debe realizar el responsable del establecimiento de alimentos y bebidas, y su impacto en el servicio al cliente.

Objetivos específicos

- Identificar las actividades que desempeña el responsable en el proceso de servicio.
- Reconocer las funciones que deben realizar los subordinados para un buen servicio.
- Determinar el impacto que tienen las decisiones que toma el responsable sobre sus subordinados.
- Detallar cuántos servicios debe atender un mesero y en qué horarios tiene mayor carga de trabajo.
- Cuestionar, analizar y ofrecer soluciones a las demandas, conflictos y necesidades de los consumidores.

Revisión de literatura

Para determinar una solución al problema identificado, se estudiará la relación que existe entre la problemática y los antecedentes que autores como James R. Evans y Williams M. Lindsay, profesores en Análisis de Negocios y coautores del libro *Administración y Control de la Calidad* (Lindsay, 2015) han investigado la relación del servicio al cliente y control de calidad:

- Gerencia del restaurante.
- Colaboradores del restaurante.
- Protocolo de servicio por parte del colaborador.
- Seguimiento del servicio proporcionado al cliente.

La Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) de Puerto Vallarta, no ha registrado mayor utilidad, puesto que en 2017 y 2018 existió un crecimiento del 7% a nivel estatal, mientras que a nivel municipal solo el 3% (Gómez, 2019).

Por otro lado, la relación del personal y el clima laboral que proporciona el establecimiento a sus colaboradores influye en la toma de decisiones personales, su ideología y su nivel de compromiso profesional, entre otras cosas.

José Arturo Cruz Castellanos, gerente de Recursos Humanos del Hotel Barceló, asegura que la rotación de personal ha incrementado un 35% anual, cuando lo ideal es que sea menor a 10%, siendo una situación alarmante para los diferentes sectores (Brenda Beltrán, 2018).

La relación de estos índices con la situación actual y el planteamiento del problema, van de la mano, argumentando que existe una relación y un área de oportunidad en la que se podrá trabajar.

Por esta razón, es necesario que los niveles jerárquicos, con base en su situación actual, identifiquen y anticipen problemas futuros atendiendo a factores externos e internos, con ello los subordinados se sentirán guiados y respaldados en situaciones que estén fuera de su alcance.

Teoría de la investigación no sustentada

Un restaurante depende de la calidad de liderazgo y toma de decisiones que lleve el administrador, su influencia y relación con sus subordinados, ya que de ello depende en gran medida la satisfacción de los mismos, pues un empleado satisfecho con su trabajo, mantendrá satisfecho al cliente.

Todo va en cadena, desde el ambiente laboral hasta las instalaciones con las características necesarias para que el trabajador realice sus actividades eficientemente. Muchas empresas crean un descontrol de procesos, agregando más puestos de los que se pueden ejecutar.

Los factores internos que afectan el servicio son:

- Falta de educación del mesero.
 - Sobrecargar actividades con poco personal.
 - Instalaciones deficientes.
 - Implementar promociones afectando la producción por demanda.
 - No prever problemas.
 - Falta de comunicación.
- Los factores externos que afectan el servicio son:
- Clientes prepotentes.
 - Exigencias de productos inexistentes.
 - Productos agotados en el mercado.

Marco teórico

Crear una empresa involucra el desarrollo óptimo y funcional de las diversas actividades que los colaboradores de la organización ejecutan en cada departamento.

Una organización necesita vender su producto o servicio para ser competitiva, por ello debe tomar en cuenta todas y cada una de las necesidades y expectativas de sus consumidores; este protocolo de investigación tiene un enfoque en el servicio de atención al cliente.

Los seres humanos tienen la necesidad de sentirse especiales, únicos e inigualables, les gusta que los traten como si fueran la persona más importante del lugar para que puedan sentir euforia y felicidad, pero... ¿cómo se logra esto?

Para otorgar un buen servicio es de suma importancia definir algunos conceptos que se utilizarán constantemente en el desarrollo de este análisis.

Servicio: Organización, medios y personal encargado de cuidar los intereses o satisfacer las necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada (Dictionary, 2016).

Calidad: Hecho de ser algo excelente o superior en su línea o género (Dictionary, 2016).

Líder: persona capaz de *guiar* e influir a otras personas o grupos de personas (Raffino, 2020).

Jefe: persona que se encuentra en el puesto superior de una jerarquía y que tiene las facultades necesarias para *mandar* a sus subordinados (Definición de Jefe, 2009).

Historia

La calidad es un concepto que ha existido desde tiempos remotos y lo usamos diariamente para referirnos al estado en el que se encuentra un bien o un servicio. Comenzó con los egipcios en el año 1450 a.C. Sus murales muestran evidencias de medición e inspección; después, en la Edad Media en Europa, surgieron gremios constituidos por maestros, oficiales y aprendices para garantizar que los artesanos tuvieran la capacitación adecuada.

En la Revolución Industrial (siglo XVIII), Thomas Jefferson introdujo en E.U. el sistema desarrollado por el francés Honoré Le Blanc para fabricar mosquetes con un patrón estándar por medio de partes intercambiables, sin embargo, fue hasta 1798 cuando Eli Whitney estableció un estricto control de calidad para su fabricación.

En 1946 se forma la Organización Internacional de Normalización (ISO) en Ginebra, Suiza, cuyo objetivo es fijar estándares de calidad y control sobre los procesos y fabricación de armas durante la Segunda Guerra Mundial, lo que llevó al desarrollo de un esquema de requerimien-

tos llamado Quality Program Requirements, aplicado al sector militar en E.U. En 1987 se creó la ISO 9000 para facilitar el comercio global, para el proceso de producción. Sin embargo, fue hasta la creación de la ISO 9001 que impacta en las empresas con procesos productivos y en el 2000 se modifica para ser aplicable en empresas de servicios (Lindsay, 2015).

Los Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001 en empresas que ofrecen servicios, mediante el cumplimiento de sus requisitos, establecen la operación de los procesos (Nueva ISO9001 2015, 2015). Además de la identificación del propio proceso y de cualquier otra información relevante para el control documental, se incluirán aspectos como la misión, alcance, interrelaciones entre entradas y salidas, indicadores, variables de control, etc.

Después en los años 90, se implementan los escáner y códigos de barras para la estandarización de procesos, colocando al cliente como la base de la misma y originando lo que hoy se conoce como servicio al cliente; este es el seguimiento de un proceso que involucra: preventa, venta y posventa, cuyo fin es cumplir las expectativas del consumidor. Además, las compañías se enfocaron en retribuir a sus clientes con puntos de bonificación en las tarjetas de crédito, sistemas de descuentos, ofertas de dinero en efectivo, millas de viajero frecuente, llevando a cabo promociones por su lealtad para incrementar las ventas; en aerolíneas, hoteles, empresas financieras, de seguros, tiendas por departamentos y otras cadenas de servicios, crearon sus sistemas de fidelización, en un afán por ganar mercado bajo la filosofía de atención al cliente, cercanía y calidad en servicio duradera en el tiempo.

Posteriormente, la relación entre la tecnología, estudio e investigaciones que se realizaron al considerar que esta situación era de importancia para el crecimiento de una empresa, se crearon libros, técnicas, cursos y talleres, entre otros materiales de apoyo para su implementación; además las empresas generaron promociones de lealtad, para lograr la fidelización de sus consumidores con puntos de bonificaciones en sus tarjetas, sistemas de pago a crédito, entre otras estrategias que hasta la fecha y

con internet como herramienta, utilizan para cubrir las expectativas de sus clientes y facilitan la comunicación en el proceso de adquisición.

Con la globalización, grandes empresas implementaron la ISO 9001, al principio con el pensamiento de crecer y ofrecer un buen servicio, actualmente la insignia de la ISO brinda veracidad y prestigio.

Esta etapa inició con protocolos de calidad, descubrimientos y adaptaciones de la tecnología, materiales e infraestructura, entre otras cosas, que notoriamente hacían cambios en nuestro entorno.

Fue en 1942 cuando se construyó el camino que permitió salir hasta Compostela, Nayarit, que la vocación turística del lugar encontró cauce. El Hotel Rosita fue el primero con fines turísticos, fundado en 1948. En 1968 Puerto Vallarta fue elevada a categoría de ciudad.

En el caso de Jalisco, en 1953 el gobernador Agustín Yáñez creó la Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco, con apoyo del programa Marcha al mar que instituyó el presidente Adolfo Ruiz Cortines. Entre 1965 y 1971 el entonces gobernador de Jalisco, Francisco Medina Ascencio, declaró a Puerto Vallarta destino turístico estratégico para el desarrollo regional. Con esta medida, además de la intensa promoción realizada en medios nacionales e internacionales, se construyeron importantes infraestructuras: el aeropuerto internacional, la dársena marina y el puente sobre el río Ameca, que comunicó a Vallarta con la carretera hacia Compostela. En 1970 el presidente de los E.U., Richard Nixon, y el de México, Gustavo Díaz Ordaz, se reunieron en una Cumbre en Puerto Vallarta, lo que impulsó una etapa de lanzamiento.

El Hotel Rosita ha procurado mantenerse a la vanguardia, en el año 1948 inauguró el restaurante-bar Agave, además tomó la decisión de dar mantenimiento a la infraestructura de su empresa. Este hotel es emblemático no solo por ser el primero en Puerto Vallarta, sino también por haber sido una de las obras arquitectónicas que sobrevivió al Huracán Kenna del 2002.

En el año 2018 cumplió 70 años y actualmente forma parte del centro histórico de Puerto Vallarta, esto significa que forma parte del patrimonio cultural.

Filosofía

Hasta después de la guerra, la calidad no era prioridad de los directivos, fue entonces cuando Edwards Deming, actualmente conocido como uno de los pioneros de la calidad por sus aportaciones, presentó a los japoneses técnicas de control estadístico de la calidad para ayudarlos con los esfuerzos de reconstrucción, posteriormente su trabajo se convirtió en lo que hoy se conoce como “mejora continua”.

Con el tiempo, los japoneses abarcaron gran parte del mercado desplazando a Estados Unidos, sin embargo, los americanos aprendieron rápido, se colocaron a la vanguardia y compañías como Chrysler, General Motors y Ford se enfocaron en la mejora continua y los beneficios que esta traería.

Por otro lado, los acontecimientos filosóficos son importantes porque permitirán comparar el desarrollo que ha tenido esta industria a lo largo del tiempo, por ello, las herramientas y técnicas proporcionadas por autores como Deming ayudarán al desarrollo de esta investigación y a la búsqueda de soluciones.

William Edwards Deming fue un estadista estadounidense, profesor universitario, autor de textos, consultor y difusor del concepto de “calidad total”. En 1946 fue enviado a Japón para estudiar la producción agrícola y los problemas derivados por los daños generados durante la guerra. En 1950 sería contactado y daría numerosos seminarios en el país, en lo referente al control estadístico, formando una gran cantidad de profesionales en control estadístico de los procesos y en la gestión de la calidad total.

Estas conferencias fueron transcritas y vendidas, gozando de un enorme éxito. Pese a que quisieron pagarle los derechos de autor, Deming decidió rechazarlo para, en su lugar, proponer usar lo que le hubiesen dado con el fin de generar un premio para empresas ejemplares (el premio Deming, hoy en día uno de los más relevantes para las empresas japonesas). Sus teorías y métodos se empezaron a aplicar rápidamente, algo que contribuyó enormemente a cambiar la economía y mentalidad del país: la necesidad de controlar la calidad de los procesos y materiales, y de generar planes que ayuden a gestionarla sin derroches. También elaboró

múltiples principios y obstáculos que sirvieron para favorecer el control de dicha calidad.

Después de su paso por Japón, la popularidad de Deming aumentó en gran medida, realizando múltiples conferencias en diferentes partes del mundo y una gran cantidad de publicaciones.

Los métodos y principios de este importante estadista, matemático, profesor y consultor siguen vigentes en la sociedad japonesa y se han aplicado con éxito en otras partes del mundo.

Las herramientas y técnicas proporcionadas por Deming como el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) y su filosofía, contribuirán al desarrollo de esta investigación y la búsqueda de posibles soluciones.

El ciclo PHVA se puede aplicar de la siguiente manera:

1. Realizar cuestionarios a operarios, o visitar la empresa u organización para conocer la situación real inicial.
2. Identificar posibles puntos de mejora.
3. Realizar una muestra o prueba piloto para evaluar el resultado, depurarlo y aplicarlo al resto de la empresa.
4. Verificar las mejoras.
5. Planificar el trabajo en el resto de la empresa u organización.

Interdisciplinario

Enfocando esta situación en Puerto Vallarta, ubicado en Bahía de Bandejas, en la costa norte de Jalisco y en sus límites con el estado de Nayarit, en el Pacífico central mexicano, nació a mitad del siglo XIX como un pequeño puerto asociado a la economía minera. Posteriormente, tras la crisis de la minería, vino el auge agrícola y pesquero que pervivió durante la primera mitad del siglo XX, hasta que en los sesenta y los setenta Puerto Vallarta comenzó a sobresalir como un lugar turístico de importancia internacional, visitado principalmente por turistas estadounidenses” (Munguía, 1997; Olveda, 1997; Evans, 1981).

En menos de 20 años el turismo sustituyó a la agricultura y la pesca como la base de su economía: “Según estimaciones oficiales, 49% del turismo que llega a la región es nacional y 51% de origen extranjero. Dentro del rubro de turistas extranjeros que visitan el estado, 65.8% procede de Estados Unidos, 28% de Canadá, 3.5% de Europa, 1.17% de Sudamérica, y 0.8% de Centroamérica y el Caribe (Sector-Jalisco, 2007). La región es el tercer destino de playa más visitado por los turistas extranjeros que se internan en México, después del Corredor Cancún-Riviera Maya y Los Cabos, y el cuarto para el turismo nacional después de Acapulco, Veracruz y Cancún-Riviera Maya.

El núcleo de esta zona turística se encuentra constituido por la ciudad de Puerto Vallarta, la cual según el Instituto de Información Estadística y Geográfica de México, estima que para el 2020 la población aumentará a 304 mil 141 habitantes, donde 152 mil 066 son hombres y 152 mil 075 mujeres, representando el 3.64 por ciento de la población total del estado, y se ofrece como un “pueblito típico mexicano” con un malecón, hoteles modestos, múltiples restaurantes, tiendas varias y otros servicios” (Geográfica, 2018).

En cuanto a la industria restaurantera, esta es muy diversa, pues abarca a consumidores de clases media y alta economía, y debe adaptarse a las características del cliente; sin embargo, no todos los restaurantes logran la satisfacción de su comensal, ¿a qué se debe esto?

Toda organización necesita un líder, lo que conlleva que la persona encargada debe conocer sus propias emociones y saber qué significa cada una de ellas para entender cómo pueden impactar en la jornada diaria y controlarlas. Las empresas requieren una persona que sea emocionalmente inteligente porque implica un mayor control de las situaciones de estrés, por lo que puede analizar situaciones estresantes con calma, para resolverlas de manera eficaz y eficiente (Redacción APD, 2019).

Además, debe estar motivado para incentivar a sus trabajadores y tener habilidades sociales que los represente, los guíe y los motive para ofrecer un servicio de calidad, que contribuya al crecimiento y mejoramiento de la empresa y de su personal.

Las decisiones que su líder tome se verán reflejadas en el desempeño de sus colaboradores. Las compañías que tengan a su cargo un líder tendrán tareas equitativas, clima y ambiente laboral adecuado, motivación para ejecutar sus actividades correctamente y, sobre todo, lograrán una empatía con el consumidor.

Por el contrario, las organizaciones que tengan un jefe como representante tendrán un ambiente tenso, rotación del personal, sobrecarga de trabajo y una logística inadecuada, afectando gravemente el trabajo y los protocolos de servicios que todos los restaurantes deberían de tener: “el 7 por ciento de la información se atribuye a las palabras, mientras que el 38 por ciento se atribuye a la voz (entonación, proyección, resonancia, tono, etc.) y el 55 por ciento al lenguaje corporal (gestos, posturas, movimiento de los ojos, respiración, etc.)” (Perez, 2015).

Las acciones mencionadas afectan directamente el servicio al consumidor, quien recibe una buena o mala percepción del establecimiento. El colaborador omite las necesidades y expectativas del cliente, generando una mala impresión.

La mayoría de las veces, la diferencia de un negocio y su competencia es simplemente el servicio, las relaciones que se establezcan con el cliente, el trato y la atención que se le otorgue.

La imagen corporativa que el cliente tenga sobre el establecimiento habla más del restaurante que de la persona que está ofreciendo el servicio. Un mesero arrogante es un restaurante arrogante. La mejor manera de sobresalir, no es sobre producto-precio, sino sobre el valor agregado que se otorgue al servicio.

Bases teóricas

En Puerto Vallarta, la industria restaurantera que existe en la región es uno de los principales recursos de la economía. Según el secretario de Turismo, Miguel Torruco Marqués, el sector restaurantera es uno de los más productivos y representativos, registrándose en el 2019 aportación

del 15.3 % del Producto Interno Bruto Turístico y del 1.3 % al PIB Nacional (Gobierno de México. 2019).

Es necesario tomar un modelo protocolario donde el colaborador de un restaurante aprenda y siga las normas que se presentan en una organización, esto se logra con constantes capacitaciones que ayuden al colaborador a otorgar un trato de calidad al cliente, sin importar la procedencia.

El motivo de este tema de investigación se deriva de quejas que los comensales presentan al momento de visitar un establecimiento de alimentos y bebidas. Al darse cuenta que es completamente opuesto a lo que esperaba, dicha desilusión parte de factores o variables como:

1. Atención al cliente.

- Ignorar la llegada del cliente.
- No acercar menús/no explicar el menú.
- Ignorar la mesa.
- No preguntar necesidades y gustos.
- Acercar platillos, cubiertos, bebidas, con rudeza.
- Falta de amabilidad.
- No entregar la orden o pedido en tiempo.
- Entregar una cuenta errónea/tarde la cuenta.

2. No abastecer la demanda de los clientes.

- Pensar que el poco personal puede con todo.
- No establecer correctamente las áreas de trabajo.
- No tener identificada la capacidad instalada y excederse con las mesas.
- Poner más servicios de lo que se puede ofrecer.

3. Abandono del restaurante.

- No mantener adecuado el establecimiento.
- No llevar los insumos a tiempo.

- Negar servicios.
- Rotación de personal.

4. Mal liderazgo.

- No atender las peticiones del cliente y del trabajador.
- Egos altos.
- Involucrar problemas personales con los laborales.
- No anticiparse a problemas futuros.
- Justificarse constantemente.

5. Malos trabajadores.

- No acatar reglas ni políticas del restaurante.
- Tener poca iniciativa por parte del trabajador.
- Falta de compromiso por parte del trabajador.
- Mala relación con compañeros.
- Falta de educación.

6. Incoherencia del restaurante.

- Instalaciones en malas condiciones.
- Precios extremadamente altos.
- Falta de cuidado en la presentación del lugar.
- No respetar promociones.
- Poco producto en los platillos.

La problemática se centra en el mal servicio que se ofrece por la falta de liderazgo y supervisión, que afecta a los trabajadores y clientes al no encontrar la calidad del servicio esperada, ya que en su mayoría los comensales suelen desarrollar una crítica analítica y observan la relación entre calidad, precio, servicio e infraestructura.

Las consecuencias de no tener un protocolo o un seguimiento formal, contar con un jefe sin liderazgo, entre otros factores ya mencionados, se reflejan en la economía municipal, estatal y regional.

Hipótesis

La calidad del servicio proporcionado está relacionada con la personalidad de los altos mandos, como líderes o jefes, que influye directamente en el crecimiento y desarrollo de las empresas, lo que provoca opiniones positivas y negativas de los clientes y usuarios.

Métodos y materiales

Metodología: se realizó con un enfoque cualitativo porque se basa en características dentro de un método inductivo. El diseño es *ex post facto*, puesto que se validó el planteamiento de la hipótesis. La investigación es de tipo descriptiva, ya que se indagó de manera general. Los instrumentos de recolección de información son las opiniones de la página TripAdvisor y la entrevista al Lic. Álvaro Ortiz Jara.

Opiniones de la página TripAdvisor, segmentadas para el hotel y el restaurante.

Para el hotel se tienen las siguientes opiniones:

Tabla 2.

Opiniones de los usuarios respecto al Hotel Rosita en diversos idiomas

Todos los idiomas	488
Español	140
Inglés	315
Francés	7
Chino	24
Ruso	1
Sueco	1

Fuente: Rosita Hotel, Puerto Vallarta, Jalisco, 2020. Página *web* TripAdvisor.

Tabla 2.1.

Clasificación de las opiniones de los usuarios respecto al Hotel Rosita

Clasificación	Número de opiniones	Descripción
Excelente	158	Excelente comida del restaurante y alberca, buen precio, trato y amabilidad.
Muy bueno	178	Mala atención en recepción, mobiliario en mal estado, le falta modernización. Mejorar el idioma.
Regular	90	Servicio lento, lugar en remodelación, mal servicio.
Malo	25	Mal mantenimiento, trabajadores antipáticos, mala comida.
Pésimo	14	Pésimo servicio de reservación, mal trato y servicio.

Fuente: Rosita Hotel, Puerto Vallarta, Jalisco, 2020. Página *web* TripAdvisor.

La evaluación de estrellas corresponde a indicadores de satisfacción que forman parte del establecimiento de hospedaje, como son: la ubicación, limpieza, servicio, calidad y precio, donde la evaluación de cinco es excelente y uno es pésimo.

Para el restaurante, la página cuenta con 51 opiniones, de las cuales:

Tabla 3.
Opiniones respecto al restaurante-bar Agave

Puntuación de estrellas	Núm. de opiniones	Descripción
1	4	Copia de datos, comida fría, servicio lento y caro.
2	2	Utilizan comida congelada, servicio lento, comida fría cuando llega a la mesa.
3	4	En el restaurante hay mucho ruido, no se puede hablar. Utilizan muchos condimentos.
4	27	Excelente comida y sazón. El servicio es bueno y la gente muy amable. El lugar no es lujoso. El café no es bueno.
5	14	El lugar es rústico, comida deliciosa, excelente trato y amabilidad. El desayuno es muy rico.
Total	51	

Fuente: Restaurante del Hotel Rosita, 2020. Página *web* TripAdvisor.

En la página del restaurante se ofrece comida típica mexicana, durante el día: desayuno, almuerzo, cena y los domingos *brunch*.

Entrevista al Lic. Álvaro Ortiz Jara, supervisor de Alimentos y Bebidas del establecimiento.

1. ¿Cuándo se inauguró el restaurante-bar Agave del Hotel Rosita?

En 1948 se construyó el Hotel Rosita en el centro de la ciudad, convirtiéndose en el primer hotel de Puerto Vallarta, al mismo tiempo que el restaurante.

2. ¿Qué puesto a nivel organizacional ocupa usted en la empresa?

Supervisor de Servicios de Alimentos y Bebidas.

3. ¿Qué actividades son las que usted desempeña en el proceso de servicio?

- Planear, administrar y coordinar las actividades de alimentos y bebidas.
- Dirigir y distribuir tareas.
- Promocionar la venta de los productos.
- Realizar menús.
- Atender huéspedes, escuchar sugerencias, críticas y proveer la solución adecuada.
- Cotizar, ofrecer y vender los servicios de alimentos y bebidas en eventos y banquetes.
- Mantener el costo de las operaciones.
- Coordinar y monitorear el nivel del servicio.
- Supervisar la calidad de las compras, equipo de operación y *stocks*.
- Elaborar turnos de trabajo.
- Integrar y entrenar al equipo de a y b.

4. En una escala del 1 al 5, donde 1 es pésimo y 5 es excelente, ¿cómo considera que es el servicio que ofrece y por qué?

Se considera bueno el servicio en el restaurante Agave, ya que la calidez de los colaboradores, su capacitación y la calidad de los productos, son suficientes para dar un servicio competitivo de calidad a nivel regional.

5. ¿Qué funciones deben realizar los meseros para brindar un buen servicio al cliente?

Colocarse la camisa y seguir el protocolo de servicio interno, que explica una sencilla capacitación para brindar un servicio de calidad.

6. ¿Cómo considera que sus decisiones impactan a sus subordinados en el servicio que proporcionan a los comensales?

Los subordinados lo toman de la mejor manera y participan en su gran mayoría, por ende, el servicio se mejora cada día.

7. ¿Cómo les da solución a los conflictos de los comensales con respecto al servicio u otros factores y por qué?

Dependerá del tipo de conflicto que se presente, el mesero cuenta con la facultad de corregir el error en el momento o, si así fuese, ofrecer una segunda opción de platillo; respecto a las instalaciones, se escucha al cliente y se le solicita dejar su queja o sugerencia para gerencia, etc.

8. Indíquenos en qué horarios y días opera el restaurante

Labora los 365 días del año, con un horario corrido abierto al público de 7:30 a.m. a 22:30 horas.

9. ¿Cuántas personas tiene a su cargo y qué puestos ocupan?

Actualmente cuenta con una plantilla en el área de alimentos y bebidas de 48 personas entre supervisor, cocineros, meseros y *stewards*.

10. Podría mencionarnos cuántos servicios debe atender un mesero (cuántas mesas tiene asignadas) y en qué horarios tienen mayor carga de trabajo

Cada mesero cuenta de cuatro a cinco mesas a cargo (con cuatro comensales cada una)

Los horarios con mayor flujo son el turno matutino, en desayuno, entre 8 y 10 a.m., comida entre 13 y 15:30 horas y cenas, entre 19 y 21 horas.

11. ¿Considera que cuenta con el personal suficiente para cubrir las demandas de todos sus clientes?

Sí, ya que se tiene cubierta el área de servicio de acuerdo al *staffing* anual.

12. Tenemos entendido que el hotel se encuentra en remodelación, ¿esta situación afecta directa o indirectamente el servicio del restaurante?

No, porque actualmente no se encuentra en remodelación ninguna área de servicio y, en caso de que así fuese, se cuenta con un anexo a este para habilitarlo como restaurante.

En cuanto a la relación con los colaboradores:

13. ¿Considera usted que la relación que tiene con ellos impacta en el servicio que ellos brindan al comensal?

Por supuesto que sí.

14. ¿Cómo considera que debería ser su relación laboral?

Amistosa, cordial, estricta en el trabajo, empática, respetuosa, porque debe existir un equilibrio entre estas.

15. De acuerdo a su criterio, ¿cómo se considera, un líder o un jefe?, ¿por qué?

Líder, ya que se trabaja en equipo para lograr el bien común, sin pretender llegar solo a la meta, sino hacerlo todos como equipo de trabajo.

16. ¿Cómo considera que lo visualizan sus subalternos?

Como una persona capaz de sobrellevar el departamento y generar bienestar mutuo (empresa-trabajador).

17. ¿Cómo aplica el liderazgo con sus subalternos?

Reiterando, el trabajo en equipo sin sobresalir de nadie y llegar todos a las metas establecidas, empática y amablemente, sin perder el punto fijo al cual llegar.

18. ¿Podría platicarnos un poco sobre la capacitación de su personal? ¿quién la imparte y con qué periodicidad?

La capacitación general la imparte el área de recursos humanos a todos los empleados en general, por lo menos en una ocasión cada seis meses.

Respecto a su cargo, la realiza el supervisor con la especialidad de cada puesto, la periodicidad es por lo menos una vez cada seis o siete meses al año.

19. ¿Realiza alguna actividad con sus compañeros de trabajo que les permita interactuar y convivir fuera del ambiente laboral?

En ocasiones suelen salir a comer a distintos lugares, para poder observar y refinar o incluir elementos a los procedimientos de servicio o productos (alimentos y bebidas).

En cuanto a los comentarios de los clientes de la página TripAdvisor:

20. ¿Qué acciones toma con los clientes respecto a los comentarios negativos?

Se les da a conocer a los colaboradores para estar al día y poder ver las áreas de oportunidad para su mejora.

21. ¿Considera que en su manera de solucionar problemas son preventivos o correctivos?

Se admite que en ocasiones hay de ambos y toma la decisión de la mejor manera posible.

22. ¿Qué seguimiento se les da a los comentarios que emiten los clientes en la página de TripAdvisor u otras con las que cuente el Hotel Rosita?

Se da respuesta lo más pronto posible y el área de servicio al cliente se pone en contacto directo con el cliente para hacer más amplio su comentario, poderlo solucionar de la mejor manera y tener el área de oportunidad a corregir.

Existen redes sociales tales como Facebook, Instagram y Twitter, además de encuestas de casa que se realizan al hacer el *check out*, y buzón de quejas y sugerencias.

23. ¿Cómo motiva a sus colaboradores?

Se les toma en cuenta, reconociéndolos, haciéndolos sentir parte de, cuidando de su lugar de trabajo, implementando políticas flexibles, etc.

Discusiones de resultados

Tabla 4.

Cuadro comparativo de resultados

Comentarios	Entrevista al Lic. Álvaro Ortiz Jara. Supervisor de Servicios de Alimentos y Bebidas	Opiniones de la página de TripAdvisor del restaurante-bar Agave del Hotel Rosita
--------------------	---	---

Positivo	Es bueno el servicio por la calidez de los colaboradores.	
	Personal capacitado y productos de calidad.	
	Sistema de quejas y sugerencias.	El lugar es rústico, debido a que la construcción del establecimiento data del año 1948.
	Se tiene personal suficiente.	
	Cuenta con un anexo para habilitarlo como restaurante en situaciones extraordinarias.	La comida del restaurante es buena.
	Retroalimentación a colaboradores sobre las opiniones de los clientes.	El restaurante está abierto al público.
	Seguimiento al cliente.	

Negativo

El hotel se encuentra en remodelación, lo que afecta directamente la comodidad de los clientes.

En ocasiones el servicio llega frío a la mesa, y utilizan conservadores y comida refrigerada.

Los colaboradores toman acciones inadecuadas frente al cliente, como el robo de información de sus tarjetas.

El establecimiento carece de modernización en mobiliario y equipo.

La organización sobre la atención al cliente es ineficiente. Los clientes reservan con anterioridad y reciben un mal servicio.

Fuente: Entrevista al Lic. Ortiz Jara, A. (2020) y restaurante del Hotel Rosita, 2020. Página *web* TripAdvisor.

Tabla 4.1

Cuadro comparativo de resultados

Comentarios	Participación del Lic. Marcelo Alcaraz González en el webinar “Las ciudades turísticas ante COVID-19. Una visión desde Puerto Vallarta”	Entrevista al director del Hotel Rosita, Marcelo Alcaraz, realizada por el director de Contenidos Editoriales de Televisa, Roberto Morán
Positivos	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Jalisco será un mercado meta para el turista nacional. <input type="checkbox"/> Protocolos de higiene para todos los sectores y atractivos turísticos. <input type="checkbox"/> Todos los alimentos se llevarán a través de servicio a cuartos. <input type="checkbox"/> En el restaurante se cuidará la sana distancia entre clientes y usuarios. <input type="checkbox"/> Camaristas con equipos de protección. <input type="checkbox"/> <i>Check-in</i> por internet. <input type="checkbox"/> Entrega de <i>kit</i> de protección a huéspedes en habitaciones. <input type="checkbox"/> Decoración con estilo minimalista. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Aplicación del protocolo emitido por la WTTC (Consejo Mundial de Viajes y Turismo) para la obtención y validez de una certificación. <input type="checkbox"/> Desarrollo de protocolos de higiene para colaboradores y clientes. <input type="checkbox"/> Capacitación <i>online</i> a colaboradores. <input type="checkbox"/> Incluir productos de alta tecnología para limpiar y sanitizar. <input type="checkbox"/> Equipos aspersores electrostáticos (nanopartículas que sanitizan). <input type="checkbox"/> Inicio escalonado de actividades (1° de junio 2020). <input type="checkbox"/> Se evitará la mantelería de tela. <input type="checkbox"/> Menús a través de plataformas y aplicaciones. <input type="checkbox"/> Se privilegia el servicio a cuartos, para reducir el contacto entre personas. <input type="checkbox"/> Inventario del restaurante se reduce el 50% (para cuidar la sana distancia). <input type="checkbox"/> Ingreso con limpieza de zapatos. <input type="checkbox"/> Traslado al huésped hasta su habitación. <input type="checkbox"/> Asesoramiento al huésped durante su estancia, para protección de todos.

Negativos	<input type="checkbox"/> Los turistas tienen miedo de viajar.	
	<input type="checkbox"/> Se suspenden los buffets.	<input type="checkbox"/> La experiencia de Puerto Vallarta será diferente; los turistas tendrán que adaptarse a los nuevos procesos y protocolos.
	<input type="checkbox"/> Suspensión de eventos masivos.	
	<input type="checkbox"/> Reducir la interacción entre <i>staff</i> y clientes.	

Fuente: Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara. 2020, *webinars* UdeG: “Las ciudades turísticas ante COVID-19. Una visión desde Puerto Vallarta” y Entrevista de National Geographic Traveler Latinoamérica. 2020. El futuro del turismo en Puerto Vallarta.

Conclusiones

La deficiencia del servicio en la atención al cliente es la consecuencia de una mala toma de decisiones por parte del jefe, quien tiene a su cargo múltiples tareas que distribuye de manera inadecuada, lo que ocasiona problemáticas internas, ya que sus decisiones son el eslabón del inicio de un proceso en el trabajo y se ven reflejadas en el servicio que ofrece el colaborador al cliente, tanto como en la evaluación que este dé, indicada en la página de TripAdvisor y el buzón de sugerencias; lo que indica que la hipótesis es aceptada.

Por otro lado, el Hotel Rosita tiene clientes asiduos por temporadas, sin embargo, solo a dos clientes se les ofrece tarifa preferencial de grupo porque se hospedan cada diciembre. Algunos turistas extranjeros se hospedan por temporadas largas (de cuatro a cinco meses) e identifican el incremento de tarifas por periodos, por lo tanto, algunos consideran rentar casas o apartamentos, lo que implica menor atracción de clientes; por lo anterior, se recomienda la creación de programas de lealtad para huéspedes.

Para reactivar la economía, ante la contingencia, el hotel ofrece en su página *web* paquetes para familias o parejas, donde al pagar dos noches de estancia, la tercera es gratis. Cabe mencionar que ante la situación actual (COVID-19), la industria hotelera y restaurantera toma medidas como: formar un Comité de Auditoría (limpieza e higiene); respetar el distanciamiento social y el uso de tecnología avanzada para sanitización y desinfección, con productos de limpieza avalados por la OMS.

Aunado a lo anterior, las opiniones de los clientes permiten conocer los principales factores de insatisfacción que los llevan a percibir un mal servicio y sus expectativas, con esta investigación se deduce que además de la importancia de la infraestructura, una organización requiere de un líder que ponga en práctica sus cualidades y habilidades para el éxito de la misma.

Fuentes

Alto índice de rotación de personal en PV, es de 35% (agosto 06, 2018). *Tribuna de la Bahía* Recuperado de: <https://tribunadelabahia.com.mx/noticias/puerto-vallarta/alto-indice-de-rotacion-del-personal-en-pv-es-de-35-17734>

Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas. (2017). Barómetro Turístico Puerto Vallarta Diciembre pdf. Puerto Vallarta Bahía de Banderas.

El 93% de la comunicación es no verbal... ¿mito o realidad? club lenguaje no verbal. (2015, febrero 19). Recuperado de: Club de lenguaje no verbal. <https://www.comportamientonoverbal.com/clublenguajenoverbal/el-93-de-la-comunicacion-es-no-verbal-mito-o-realidad-club-lenguaje-no-verbal/>

El futuro del turismo en Puerto Vallarta. (mayo 15, 2020). *National Geographic Traveler America* Recuperado de: <https://www.facebook.com/NGTravelerLatin/videos/298690091137293/> ¿Eres un jefe o un Líder? (febrero 15, 2018). Recuperado de Mente Maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/eres-un-jefe-o-un-lider/>

- Evans, James R. y Lindsay, William M. (2008) *Administración y control de la calidad*. (7a. ed.). México, D.F. Editorial Cengage Learning. ISBN- 9789706868367
- Expreso. Redacción. A. F (agosto 13, 2018). El Centro Histórico de Puerto Vallarta, Patrimonio Cultural de Jalisco. Recuperado de: Expreso. https://www.expreso.info/noticias/internacional/64769_el_centro_historico_de_puerto_vallarta_patrimo
- Historia del servicio al cliente (June 04, 2018). Recuperado de Cuida tu Dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>
- Inteligencia emocional en el liderazgo: el secreto para ser un buen líder. (noviembre 11, 2019). Recuperado de Redacción APD: <https://www.apd.es/inteligencia-emocional-en-liderazgo/>
- La industria restaurantera aporta el 15.3 por ciento del PIB turístico en México (noviembre 01, 2019). Recuperado de Secretaría de Turismo, prensa. Gobierno de México: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/la-industria-restaurantera-aporta-el-15-3-por-ciento-del-pib-turistico-en-mexico>
- Las Ciudades Turísticas ante COVID-19 una visión desde Puerto Vallarta. (mayo 7, 2020). Recuperado de Webinars UdeG: <https://www.facebook.com/canal44tv/videos/1427152604160676/>
- Nueva ISO9001 2015. (febrero 25, 2015). *Gestión de los procesos de una empresa prestadora de servicios*. Recuperado de ISO 9001:2015: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2015/02/iso-9001-gestion-procesos-empresa-prestadora-servicios>
- Pérez Porto, J. y Merino, M. (2009). *Definición de Jefe*. Recuperado de Definición de: <https://definicion.de/jefe/>
- Puerto Vallarta Diagnostico Municipal. (2018, mayo) Recuperado de Instituto de Información Estadística Geográfica: <https://iieg.gob.mx/contenido/Municipios/PuertoVallarta.pdf>
- ¿Qué significan las estrellas de los hoteles? (noviembre 13, 2017). Recuperado de Redacción Viajetip!: <https://viajetip.com/significa-las-estrellas-los-hoteles/>

Rosita Hotel y Restaurante (2020). Recuperado de Tripadvisor: https://www.tripadvisor.com.mx/Hotel_Review-g150793-d152377-Reviews-Rosita_Hotel-Puerto_Vallarta.html#REVIEWS

https://www.tripadvisor.com.mx/Restaurant_Review-g150793-d7828140-Reviews-Restaurant_at_Hotel_Rosita-Puerto_Vallarta.html

III. Expectativas tributarias, arrendamiento de inmuebles coherente a la LISR. Personas físicas

Sandra Lizbeth Delgado Martínez
Andrea Guzmán Rodríguez
Francisco Ríos Gallardo

Resumen

La presente es una investigación documental descriptiva, en donde se pretende que las personas físicas conozcan los ingresos que provienen de la actividad de arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, como también que puedan identificar qué es uso o goce, e igualmente los periodos de los pagos provisionales y su procedimiento, así como el ISR del ejercicio de conformidad a la LISR (Ley del Impuesto sobre la Renta).

El orden normativo de los contribuyentes personas físicas que obtengan ingresos por arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, se encuentra en la Ley del Impuesto sobre la Renta (LISR), vigente a partir de 2014, en el título IV, capítulo III, en los artículos 114 al 118 de la citada legislación.

Además, se comentarán casos prácticos de las alternativas de tributación que tienen los referidos contribuyentes, ajustadas a la situación en que se encuentren, como también el fundamento legal y las obligaciones que deben de cumplir al tomar alguna opción de tributación para el cumplimiento de las obligaciones fiscales que la ley les exige cumplir.

Palabras clave: arrendamiento, bienes inmuebles, ingresos, deducciones.

Introducción

La siguiente exploración, denominada “Expectativas tributarias, arrendamiento de inmuebles acorde a la LISR. Personas físicas”, es una investigación de naturaleza teórica, documental y descriptiva, que tiene como finalidad proporcionar información, habitual y estándar, a las personas físicas que se encuentra en el contexto de la obtención de ingresos por el otorgamiento en arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, referida contribución establecida en los artículos vigentes de los artículos 114 al 118 (Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020).

La referida Ley del Impuesto sobre la Renta, vigente desde el año de 2014, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 11 de diciembre de 2013 (Diario Oficial de la Federación 11122013, 2020).

Dentro de la indagación se mencionarán y explicarán los siguientes aspectos relevantes de las personas físicas que paguen sus impuestos de la obtención de ingresos provenientes por el otorgamiento en arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, ubicados en el capítulo III del título IV de la Ley del Impuestos Sobre la Renta, como son los siguientes:

- Los sujetos del impuesto.
- El objeto del impuesto.
- Las deducciones autorizadas.
- Los pagos provisionales y declaración anual.
- Las operaciones en fideicomiso.
- Las obligaciones de los contribuyentes.
- Ejemplos de ejercicios prácticos de arrendamiento, arrendamiento opcional, subarrendamiento y los realizados en el esquema de fideicomiso.

Fortaleciendo lo anterior, la norma jurídica máxima que obliga a todo contribuyente al pago de contribuciones es la Constitución de nuestra na-

ción en su artículo 31, fracción IV, en donde se establece “Son obligaciones de los mexicanos: [...] Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes” (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2020).

Así mismo, de manera supletoria, o sea, de forma accesoria y adicional, el Código Fiscal Federal en su primer párrafo del artículo 1º, estipula que: “Las personas físicas y las morales, están obligadas a contribuir para los gastos públicos conforme a las leyes fiscales respectivas. Las disposiciones de este Código se aplicarán en su defecto y sin perjuicio de lo dispuesto por los tratados internacionales de los que México sea parte. Sólo mediante ley podrá destinarse una contribución a un gasto público específico” (Código Fiscal de la Federación, 2020), también obliga a toda persona al pago de las contribuciones para contribuir a los gastos públicos.

Ahora bien, tomando en consideración lo anterior, lo que estipula la Constitución, que obliga a todo mexicano a contribuir al gasto público, como también –de carácter supletorio–, el Código Fiscal Federal menciona como obligación para toda aquella persona, sea física (que es nuestra materia de estudio) y/o moral, la de contribuir para los gastos públicos. Por lo tanto, con mayor eficacia, en la ley específica, la Ley del Impuesto sobre la Renta, es donde se establecen las características y definiciones de esta contribución:

- Sujeto: a quién se va a cobrar.
- Objeto: qué es lo que se va a cobrar.
- Base/monto: de dónde se va a cobrar.
- Tasa/tarifa; cuánto se va a cobrar.
- Época de pago: cuándo se va a pagar.

Antecedentes

Ante la endeble y frágil recaudación del gobierno mexicano de las contribuciones a sus contribuyentes, decidió ingresar como miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el 18 de mayo de 1994, asignándole el número 25 de la OCDE, de 37 que actualmente lo integran; dicho ingreso se publicó en el Diario Oficial del mes de julio del mismo año (Diario Oficial de la Federación 05071994, 2020).

El apoyo de la OCDE hacia los países en desarrollo integrantes fue la implementación del Proyecto BEPS (Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios, 2020), cuyas siglas en inglés significan– “Base Erosion and Profit Shifting” y traducido en español, “Erosión de bases y traslado de utilidades”, – documento elaborado por dicha organización; para el caso de México sirvió como herramienta para evitar la evasión fiscal, entre otras acciones.

Con la implementación de las recomendaciones y sugerencias de la OCDE, el gobierno mexicano logró modificar en la última década diferentes indicadores, como se muestra y demuestra en las siguientes tablas, elaboradas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), publicadas en el portal del Servicio de Administración Tributaria (SAT) (Sistema de Administración Tributaria, 2020).

En lo que respecta al Padrón del Registro Federal de Contribuyentes, las cifras son las siguientes:

Tabla 1.

Padrón por situación ante el RFC				
Número de contribuyentes (acumulado)				
<u>Año</u>	<u>Mes</u>	<u>Activos</u>	<u>Suspendidos</u>	<u>Cancelados</u>
2010	Enero	28369038	5525611	271774
2011	Enero	33579842	5144294	322388
2012	Enero	37037179	5048684	356294
2013	Enero	38598647	5254436	478313
2014	Enero	41970904	5472909	565489
2015	Enero	47073146	5735408	629779
2016	Enero	51801778	6158755	723068
2017	Enero	58076266	7118008	816630
2018	Enero	65153457	7230553	921347
2019	Enero	72337237	7471754	1022180
2020	Enero	77706166	7723964	1126805

Fuente: SHCP, Dirección General de Estadística de la Hacienda Pública. Unidad de Planeación Económica de la Hacienda Pública

** Cifras preliminares.*

Referente al padrón del por tipo de contribuyentes, los números son los siguientes:

Tabla 2.

Padrón por tipo de contribuyente							
Número de contribuyentes activos							
<u>Año</u>	<u>Mes</u>	<u>Personas físicas</u>	<u>Grandes contribuyentes (PF)</u>	<u>Asalariados (PF)</u>	<u>Personas morales</u>	<u>Grandes contribuyentes (PM)</u>	<u>Total</u>
2010	Enero	10,587,312	4	16,562,605	1,205,310	13,807	28,369,038
2011	Enero	11,571,448	2	20,686,083	1,307,398	14,911	33,579,842
2012	Enero	12,086,798	17	23,531,445	1,403,401	15,518	37,037,179
2013	Enero	12,485,385	39	24,602,689	1,494,412	16,122	38,598,647
2014	Enero	14,483,685	62	25,882,217	1,588,195	16,745	41,970,904
2015	Enero	17,342,084	6,581	28,028,773	1,681,384	14,324	47,073,146
2016	Enero	20,019,124	15,807	29,991,766	1,766,605	8,476	51,801,778
2017	Enero	22,622,619	18,734	33,576,955	1,847,972	9,986	58,076,266
2018	Enero	25,137,538	24,458	38,042,108	1,940,466	8,887	65,153,457
2019	Enero	28,665,495	34,429	41,578,663	2,049,713	8,937	72,337,237
2020	Enero	29,902,243	38,820	45,613,917	2,142,305	8,881	77,706,166

Fuente: SHCP, Dirección General de Estadística de la Hacienda Pública. Unidad de Planeación Económica de la Hacienda Pública

**Cifras preliminares.*

En relación al padrón por régimen, las cantidades son los siguientes:

Tabla 3.

Padrón por régimen		
<u>Año</u>	<u>Mes</u>	<u>Régimen de arrendamiento</u>
2010	Enero	576,623
2011	Enero	569,685
2012	Enero	566,390
2013	Enero	556,192
2014	Enero	544,688
2015	Enero	550,309
2016	Enero	446,887

2017	Enero	454,187
2018	Enero	467,750
2019	Enero	478,882
2020	Enero	501,460

n.a. No aplica por ser régimen de reciente creación a partir de 2014.

Nota: La suma de los regímenes puede exceder el total de contribuyentes activos, debido a que un contribuyente puede tributar en más de un régimen fiscal.

Fuente: SHCP, Dirección General de Estadística de la Hacienda Pública. Unidad de Planeación Económica de la Hacienda Pública.

Por otro lado, en que se refiere a la Declaraciones y pagos, Número de declaraciones anuales por tipo de contribuyente, los montos son los siguientes:

Tabla 4.

Declaraciones y pagos, número de declaraciones anuales por tipo de contribuyente			
Número de declaraciones anuales			
<u>Año</u>	<u>Mes</u>	<u>Personas físicas</u>	<u>Personas morales</u>
2010	Enero	30,454	12,092
2011	Enero	35,432	15,339
2012	Enero	44,096	20,697
2013	Enero	43,998	20,302
2014	Enero	60,840	16,810
2015	Enero	72,704	22,721
2016	Enero	88,170	24,606
2017	Enero	110,142	27,674
2018	Enero	95,133	24,595
2019	Enero	105,927	29,098
2020	Enero	104,550	20,941

Fuente: SHCP, Dirección General de Estadística de la Hacienda Pública. Unidad de Planeación Económica de la Hacienda Pública.

** Cifras preliminares.*

Así mismo, en lo que se representa a las Declaraciones y pagos, número de pagos por tipo de contribuyente, los montos son los siguientes:

Tabla 5.

Declaraciones y pagos, número de pagos por tipo de contribuyente				
Número de pagos				
Año	Mes	Físicas	Morales	Total general
2010	Enero	1,330,573	687,776	2,018,349
2011	Enero	1,383,704	699,049	2,082,753
2012	Enero	1,597,593	691,482	2,289,075
2013	Enero	1,453,400	461,278	1,914,678
2014	Enero	1,497,184	493,799	1,990,983
2015	Enero	1,342,072	518,710	1,860,782
2016	Enero	1,345,502	535,957	1,881,459
2017	Enero	2,229,798	568,761	2,798,559
2018	Enero	2,356,018	591,138	2,947,156
2019	Enero	2,389,880	620,790	3,010,670
2020	Enero	2,502,064	682,526	3,184,590

Nota: La información se obtiene de los pagos presentados a través del Nuevo Esquema de Pagos Electrónicos y del Servicio de Declaraciones y Pagos, no incluye declaraciones y pagos presentados en papel.

Fuente: SHCP, Dirección General de Estadística de la Hacienda Pública. Unidad de Planeación Económica de la Hacienda Pública.

* Cifras preliminares.

Por último, y el más significativo, lo correspondientes a la Recaudación de Ingresos Tributarios del Gobierno Federal, los valores son los siguientes:

Tabla 6.

Recaudación ingresos tributarios del gobierno federal				
Ingresos por impuesto (millones de pesos)				
Año	Mes	<u>Impuesto</u> <u>Sobre la Renta</u>	<u>Impuesto</u> <u>al Valor</u> <u>Agregado</u>	<u>Impuesto</u> <u>Especial sobre</u> <u>Producción y</u> <u>Servicios</u> <u>(IEPS)</u>
2010	Enero	71,997.9	58,816.9	2,628.3
2011	Enero	78,436.3	56,441.9	7,738.2
2012	Enero	92,229.3	56,305.3	-11,391.7
2013	Enero	88,382.1	59,028.6	5,257.6
2014	Enero	116,533.8	69,304.9	12,797.5
2015	Enero	122,658.4	75,966.3	37,899.4
2016	Enero	128,247.4	78,056.7	31,821.2
2017	Enero	143,724.1	75,892.0	29,850.4
2018	Enero	162,593.9	99,012.4	28,141.0
2019	Enero	172,089.7	90,664.8	45,378.4
2020	Enero	178,972.6	113,123.0	62,350.7

***Nota:** La columna de “Otros ingresos tributarios”, incluye los conceptos: Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU), Impuesto a los Depósitos en Efectivo (IDE), Impuesto Sobre Tenencia o Uso de Vehículos (ISTUV), Exportaciones y Accesorios.*

***n.a.** No aplica por ser un impuesto de creación a partir de 2015.*

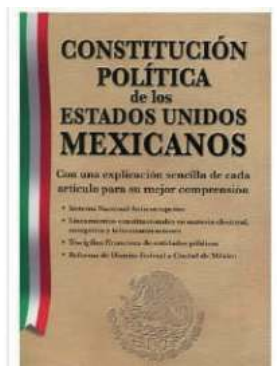
**Cifras preliminares.*

*** El total puede no coincidir debido al redondeo.*

El gobierno mexicano, con la implantación de las recomendaciones y sugerencias de OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2020), logró incrementar los indicadores, tal como se manifiesta en las tablas anteriores.

Fundamentación teórica

El soporte teórico y legal de la presente investigación, intitulada “Expectativas tributarias, arrendamiento de inmuebles acorde a la LISR. Personas físicas”, relativo a los ingresos por arrendamiento y en general por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, se encuentra fundamentado en el artículo 31 (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2020), donde se establece la obligación de contribuir al gasto público a los mexicanos.



Fuente: <https://images.app.goo.gl/C5a7pYPZczuQWBbp8> 30052020

De igual manera y con mayor precisión, la norma legal que exige a las personas físicas al pago de contribuciones, “De los ingresos por arrendamiento y en general por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles” (Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020), lo encontramos en la ley específica en sus artículos 114 al 118, en su capítulo II del título IV de dicha ley sustantiva, así como los artículos 194 al 199 (Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020) de la ley adjetiva.



Fuente: <https://images.app.goo.gl/gYdq5TmwWigemnak8> 30052020



Fuente: <https://images.app.goo.gl/SX7jo5KgRwWymSmE8> 30052020

De igual manera y de carácter supletorio se aplica el Código Fiscal de la Federación, en donde en su artículo 1° (Código Fiscal de la Federación, 2020) estipula la obligación de las personas físicas y morales al pago de las contribuciones; en caso de incumplimiento de los contribuyentes, contiene los procedimientos para obtenerlas e inclusive, de manera coercitiva, para cobrarlas.



Fuente: https://images.app.goo.gl/gW3P81HCgBYzF2Cn9_30052020

Con el propósito de otorgar un contexto de la investigación, es necesario recurrir a las siguientes definiciones:

Arrendamiento: “Hay arrendamiento cuando las dos partes contratantes se obligan recíprocamente, una, a conceder el uso o goce temporal de una cosa, y la otra, a pagar por ese uso o goce un precio cierto” (Código Civil Federal, 2020), así se establece en el artículo 2398.

Bienes Inmuebles: de acuerdo a la naturaleza de la presente investigación, son bienes inmuebles, entre otros, el suelo y las construcciones adheridas a él, como lo funda el artículo 750, fracción I (Código Civil Federal, 2020); definición apropiada para el estudio.

Ahora bien, analizando el objeto de la investigación, el artículo que especifica los ingresos, estos considerados acumulables, es el 114 de la LISR, refiriéndose a los bienes inmuebles y certificados que amparen bienes inmuebles destinados a la obtención de ingresos por arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles.

Los ingresos de las personas físicas pueden provenir de arrendamiento o subarrendamiento y, en general, por otorgar a título oneroso el uso o goce temporal de bienes inmuebles, en cualquier otra forma, así como de los rendimientos de certificados de participación inmobiliaria no amortizables.

Por otro lado, el artículo 115 de la LISR, detalla las diferentes erogaciones que pueden deducir para degradar el ingreso y, por lo consiguiente, determinar la base gravable para determinar el impuesto correspondiente.

En lo referente a las deducciones, estas deberán ser las autorizadas, dentro de las que podrán considerar:

- Impuesto predial.
- Impuestos locales.
- Gastos de mantenimiento.
- Intereses reales.
- Los salarios, comisiones y honorarios pagados, así como los impuestos de estos.
- Las primas de seguros que amparen los bienes respectivos.
- Las inversiones en construcciones.

Por otro lado, existe la opción de considerar el 35% de los ingresos por arrendamiento o, en general, por el uso o goce temporal de bienes inmuebles, adicionando el impuesto predial en sustitución de las deducciones autorizadas. Para el supuesto de subarrendamiento, la única deducción autorizada que pueden considerar es el importe de las rentas pagadas por arrendatario al arrendador.

En cuanto al artículo 116 de la LISR, se establecen diferentes modalidades de pagos provisionales que deben efectuar los contribuyentes que obtengan esos ingresos, los cuales dependen de los ingresos percibidos en el periodo. Los ingresos obtenidos mediante fideicomiso, los pagos provisionales los presenta la institución de crédito, como se estipula en el artículo 117 de la LISR, únicamente la persona física presenta la declaración anual.

Los pagos provisionales que deberán efectuar los contribuyentes serán mensuales, teniendo la opción de realizarlos trimestralmente, en el supuesto que los ingresos mensuales no excedan de diez salarios mínimos generales elevados al mes ($\$123.22 \times 10 = 1,232.20 \times 30 =$ **36,966.00**). El

salario mínimo referido fue determinado por el H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, que fija los salarios mínimos general y profesionales que habrán de regir a partir del 1° de enero de 2020, tal como se publicó el 23 de diciembre de 2019 (Diario Oficial de la Federación, 2020).

Por último, en el artículo 118 de la LISR, se encuentran las obligaciones de los contribuyentes que obtengan ese tipo de ingresos, dentro de las que se señalan en la fracción IV, que textualmente dice: “Presentar declaraciones provisionales y anual en los términos de esta ley”.

Las obligaciones fiscales que deben cumplir son las siguientes:

- Solicitar el RFC.
- Llevar contabilidad. No están obligados quienes hayan optado por la deducción del 35%.
- Expedir comprobantes.
- Presentar declaraciones provisionales y anual en los términos de esta Ley.
- Informar a las autoridades fiscales, de las contraprestaciones recibidas en efectivo, en moneda nacional, así como en piezas de oro o de plata, cuyo monto sea superior a cien mil pesos.

Determinación y entero de los pagos provisionales del impuesto

Como lo establece la a Ley del Impuesto sobre la Renta en su artículo 116, pueden existir dos modalidades de pagos provisionales que los contribuyentes deben realizar cuando obtengan ingresos por arrendamiento, o por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles y realizarlos a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al que corresponda el pago, bien sean estos:

- Mensual.
- Trimestral.

La determinación del pago provisional se obtendrá aplicando la tarifa mensual o trimestral (Anexo 8 de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2020, 2020), a la que resulte de disminuir a los ingresos del mes o del trimestre, el monto de las deducciones del periodo mensual o trimestral, al resultado acreditar las retenciones efectuadas por las personas morales.

La tarifas mensual y aplicable son las siguientes:

Tabla 7.

Tarifa aplicable para el cálculo de los pagos provisionales mensuales correspondientes a 2020, que efectúen los contribuyentes a que se refiere el capítulo III, del título IV de la Ley del Impuesto Sobre la Renta, que obtengan ingresos por arrendamiento y, en general, por el otorgamiento del uso o goce temporal de bienes inmuebles

<u>Límite inferior</u>	<u>Límite superior</u>	<u>Cuota fija</u>	<u>Por ciento para aplicarse sobre el excedente del límite inferior</u>
\$	\$	\$	%
0.01	578.52	0.00	1.92
578.53	4,910.18	11.11	6.40
4,910.19	8,629.20	288.33	10.88
8,629.21	10,031.07	692.96	16.00
10,031.08	12,009.94	917.26	17.92
12,009.95	24,222.31	1,271.87	21.36
24,222.32	38,177.69	3,880.44	23.52
38,177.70	72,887.50	7,162.74	30.00
72,887.51	97,183.33	17,575.69	32.00
97,183.34	291,550.00	25,350.35	34.00
291,550.01	En adelante	91,435.02	35.00

Tabla 8.

Tarifa aplicable para el cálculo de los pagos provisionales trimestrales correspondientes a 2020, que efectúen los contribuyentes a que se refiere el capítulo III, del título IV de la Ley del Impuesto sobre la Renta, que obtengan ingresos por arrendamiento y, en general, por el otorgamiento del uso o goce temporal de bienes inmuebles

Límite inferior	Límite superior	Cuota fija	Por ciento para aplicarse sobre el excedente del límite inferior
\$	\$	\$	%
0.01	1,735.56	0.00	1.92
1,735.57	14,730.54	33.33	6.40
14,730.55	25,887.60	864.99	10.88
25,887.61	30,093.21	2,078.88	16.00
30,093.22	36,029.82	2,751.78	17.92
36,029.83	72,666.93	3,815.61	21.36
72,666.94	114,533.07	11,641.32	23.52
114,533.08	218,662.50	21,488.22	30.00
218,662.51	291,549.99	52,727.07	32.00
291,550.00	874,650.00	76,051.05	34.00
874,650.01	En adelante	274,305.06	35.00

Tabla 9.

Tarifa para el cálculo del impuesto correspondiente al ejercicio 2020

Límite inferior	Límite superior	Cuota fija	Por ciento para aplicarse sobre el excedente del límite inferior
\$	\$	\$	%
0.01	6,942.20	0.00	1.92
6,942.21	58,922.16	133.28	6.40
58,922.17	103,550.44	3,460.01	10.88
103,550.45	120,372.83	8,315.57	16.00
120,372.84	144,119.23	11,007.14	17.92
144,119.24	290,667.75	15,262.49	21.36
290,667.76	458,132.29	46,565.26	23.52
458,132.30	874,650.00	85,952.92	30.00
874,650.01	1,166,200.00	210,908.23	32.00
1,166,200.01	3,498,600.00	304,204.21	34.00
3,498,600.01	En adelante	1,097,220.21	35.00

Caso práctico No. 1. Pago provisional mensual con deducción normal (arrendamiento).

Tabla 10.

Conceptos de ingresos acumulables y deducciones autorizadas del pago provisional de enero, ejercicio 2020

<u>Concepto</u>	<u>Enero</u>
Ingresos	100,000.00
Totales	100,000.00
Egresos	
Sueldos	10,000.00

IMSS	2,900.00
INFONAVIT	0.00
SAR	0.00
2% sobre nóminas	200.00
Impuesto predial	500.00
Mantenimiento	15,000.00
Papelería	3,000.00
Deducción por inversión.	300.00
Seguro de inmueble	1,000.00
Totales	32,900.00

Nota: El 50% de los ingresos fue percibido de personas morales.

Tabla 11.

Determinación ingreso gravable del pago provisional de enero, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso acumulable	100,000.00
-	Deducciones autorizadas	32,900.00
=	Ingreso gravable	67,100.00

Tabla 12.

Determinación del pago provisional del ISR de enero, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso gravable	67,100.00
-	Límite inferior	38,177.70
=	Excedente del límite inferior	28,922.30
x	Tasa	30.00%
=	Impuesto marginal	8,676.69

+	Cuota fija	7,162.74
=	Determinación ISR	15,839.43
-	Retención	5,000.00
=	Pago provisional mensual a enterar	10,839.43
=	Pago provisional mensual a pagar	10,839.00

Caso práctico No. 2. Pago provisional mensual con deducción opcional (arrendamiento).

Tabla 13.

Conceptos de ingresos acumulables y deducciones autorizadas opcional del pago provisional de enero, ejercicio 2020

<u>Concepto</u>	<u>Enero</u>
Ingresos	100,000.00
Totales	100,000.00
Egresos	
Sueldos	10,000.00
IMSS	2,900.00
INFONAVIT	0.00
SAR	0.00
2% sobre nóminas	200.00
<i>Impuesto predial</i>	<i>500.00</i>
Mantenimiento	15,000.00
Papelería	3,000.00
Deducción por inversión	300.00
Seguro de inmueble	1,000.00
Totales	32,900.00

Nota: El 50% de los ingresos fue percibido de personas morales.

Tabla 14.

Determinación de la deducción opcional del pago provisional de enero, ejercicio 2020

<u>Deducción opcional</u>	≡	<u>Ingresos</u>	x	<u>35.00%</u>	±	<u>Impuesto predial</u>
Deducción opcional	=	100,000.00	x	35.00%	+	500.00
Deducción opcional	=	35,000.00	+	500.00		
Deducción opcional	=	35,500.00				

Tabla 15.

Determinación ingreso gravable del pago provisional de enero, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso acumulable	100,000.00
-	Deducciones autoriza- das	35,500.00
=	Ingreso gravable	64,500.00

Tabla 16.

Determinación del pago provisional del ISR de enero, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso gravable	64,500.00
-	Límite inferior	38,177.70
=	Excedente del límite inferior	29,322.30
X	Tasa	30.00%
=	Impuesto marginal	7,896.69

+	Cuota fija	7,162.74
=	Determinación ISR	15,059.43
-	Retención	5,000.00
=	Pago provisional mensual a enterar	10,059.43
=	Pago provisional mensual a pagar	10,059.00

Caso práctico No. 3. Pago provisional mensual (subarrendamiento).

Tabla 17.

Conceptos de ingresos acumulables y deducciones autorizadas del pago provisional de enero, ejercicio 2020

<u>Concepto</u>	<u>Enero</u>
Ingresos	100,000.00
Totales	100,000.00
Egresos	
Rentas	56,000.00

Nota: El 50% de los ingresos fue percibido de personas morales.

Tabla 18.

Determinación ingreso gravable del pago provisional de enero, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso acumulable	110,000.00
-	Deducciones autorizadas	56,000.00
=	Ingreso gravable	54,000.00

Tabla 19.

Determinación del pago provisional del ISR de enero, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso gravable	54,000.00
-	Límite inferior	38,177.70
=	Excedente del límite inferior	15,822.30
x	Tasa	30.00%
=	Impuesto marginal	4,746.69
+	Cuota fija	7,162.74
=	Determinación ISR	11,909.43
-	Retención	5,500.00
=	Pago provisional mensual a enterar	6,409.43
=	Pago provisional mensual a pagar	6,409.00

Caso práctico No. 4. Pago provisional trimestral con deducción normal (arrendamiento).

Tabla 20.

Conceptos de ingresos acumulables y deducciones autorizados del pago provisional 1º trimestre, ejercicio 2020

<u>Concepto</u>	<u>Enero</u>	<u>Febrero</u>	<u>Marzo</u>
Ingresos	10,000.00	12,000.00	8,000.00
Totales	10,000.00	12,000.00	8,000.00
Egresos			
Sueldos	1,000.00	1,200.00	600.00
IMSS	290.00	348.00	174.00
INFONAVIT	0.00	110.00	0.00
SAR	0.00	13.00	0.00
2% sobre nóminas	20.00	24.00	12.00

Impuesto predial	500.00	0.00	500.00
Mantenimiento	1,500.00	1,000.00	500.00
Papelería	300.00	200.00	150.00
Deducción por inversión	300.00	300.00	300.00
Seguro de inmueble	500.00	500.00	500.00
Totales	4,410.00	3,695.00	2,736.00

Nota: El 50% de los ingresos fue percibido de personas morales.

Tabla 21.

Determinación ingreso gravable del pago provisional 1° trimestre, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso acumulable	30,000.00
-	Deducciones autorizadas	10,841.00
=	Ingreso gravable	19,159.00

Tabla 22.

Determinación del pago provisional 1° trimestre, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso gravable	19,159.00
-	Límite inferior	14,730.55
=	Excedente del límite inferior	4,428.45
x	Tasa	10.88%
=	Impuesto marginal	481.82

+	Cuota fija	864.99
=	Determinación ISR	1,346.81
-	Retención	900.00
=	Pago provisional trimestral a enterar	446.81
=	Pago provisional trimestral a pagar	447.00

Caso práctico No. 5. Pago provisional trimestral con deducción opcional (arrendamiento).

Tabla 23.

Conceptos de ingresos acumulables y deducciones autorizadas opcional del pago provisional 1º trimestre, ejercicio 2020

Concepto	Enero	Febrero	Marzo
Ingresos	10,000.00	12,000.00	8,000.00
Totales	10,000.00	12,000.00	8,000.00
Egresos			
Impuesto predial	500.00	0.00	500.00
Totales	500.00	0.00	500.00

Nota: El 50% de los ingresos fue percibido de personas morales.

Tabla 24.

Determinación de la deducción opcional del pago provisional 1° trimestre, ejercicio 2020

<u>Deducción opcional</u>	<u>≡</u>	<u>Ingresos acumulables</u>	<u>x</u>	<u>35.00%</u>	<u>±</u>	<u>Impuesto predial</u>
Deducción opcional	=	30,000.00	x	35.00%	+	1,000.00
Deducción opcional	=	10,500.00	+	1,000.00		
Deducción opcional	=	11,500.00				

Tabla 25.

Determinación ingreso gravable del pago provisional 1° trimestre, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingresos acumulables	30,000.00
-	Deducciones autorizadas	11,500.00
=	Ingreso gravable	18,500.00

Tabla 26.

Determinación del pago provisional 1° trimestre, 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso gravable	18,500.00
-	Límite inferior	14,730.55
=	Excedente del límite inferior	3,769.45
x	Tasa	10.88%
=	Impuesto marginal	410.12

+	Cuota fija	864.99
=	Determinación ISR	1,275.11
-	Retención	900.00
=	Pago provisional trimestral a enterar	375.11
=	Pago provisional trimestral a pagar	375.00

Caso práctico No. 6. Pago provisional cuatrimestral por los ingresos obtenidos por fideicomiso, el cual debe realizarlo la institución de crédito que administra el fideicomiso.

Tabla 27.

Determinación del pago provisional 1° cuatrimestre 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingresos acumulables	370,000.00
X	Tasa	10.00%
=	Pago provisional cuatrimestral a enterar	375.11
=	Pago provisional cuatrimestral a pagar	375.00

Caso práctico No. 7. Último pago provisional considerando todos los ingresos acumulables y deducciones autorizadas, como si fuera declaración anual.

Tabla 28.

Determinación ingreso gravable del último pago provisional, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingresos acumulables	1'850,000.00
-	Deducciones autorizadas	356,865.00
=	Ingreso gravable	1'493,135.00

Nota: El 50% de los ingresos fue percibido de personas morales, en los meses de 02, 04, 06, 08, 10 y 12.

Tabla 29.

Determinación del último pago provisional, ejercicio 2020

<u>Signo</u>	<u>Conceptos</u>	<u>Importe</u>
	Ingreso gravable	1'493,135.00
-	Límite inferior	874,650.01
=	Excedente del límite inferior	1'405,669.99
x	Tasa	32.00%
=	Impuesto marginal	449,814.40
+	Cuota fija	210,908.23
=	Último pago provisional a enterar	660,722.63
=	Último pago provisional a enterar	660,723.00
-	Pago provisional enterado a enero	36,543.00
-	Pago provisional enterado a febrero	37,773.00

-	Pago provisional enterado a marzo	35,481.00
-	Pago provisional enterado a abril	27,573.00
-	Pago provisional enterado a mayo	58,679.00
-	Pago provisional enterado a junio	50,974.00
-	Pago provisional enterado a julio	56,160.00
-	Pago provisional enterado a agosto	54,694.00
-	Pago provisional enterado a septiembre	57,566.00
-	Pago provisional enterado a octubre	46,992.00
-	Pago provisional enterado a noviembre	72,666.00
-	Retención en febrero	6,000.00
-	Retención en abril	3,500.00
-	Retención en junio	8,000.00
-	Retención en agosto	9,000.00
-	Retención en octubre	10,000.00
-	Retención en diciembre	11,000.00
=	Último pago provisional a pagar	78,122.000

Como se observa en los ejercicios prácticos presentados, la persona física tiene diferentes expectativas u opciones para tributar y cumplir cabalmente con las obligaciones fiscales, impuestas por las leyes tributarias vigiladas por las autoridades hacendarias.

Las expectativas u opciones contempladas por las leyes fiscales que puede el contribuyente persona física considerar, son las siguientes:

- Considerar el 35% de los ingresos obtenidos en lugar de las erogaciones realizadas como deducciones autorizadas; artículo 115 segundo párrafo (Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020).
- Reflexionar en la presentación de los pagos provisionales, de mensuales a trimestrales, cuando los ingresos mensuales no excedan de diez salarios mínimos generales elevados al mes ($\$ 123.22 \times 10 = 1,232.20 \times 30 = \mathbf{36,966.00}$); artículo 116, tercer párrafo (Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020).
- Razonar el determinar el último pago provisional considerando la totalidad de los ingresos acumulables, así como las deducciones del año de calendario en lugar de las del periodo, aplicando la tarifa del artículo. 152 artículo 194 (Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020).
- Poder deducir el excedente de los ingresos acumulables y las deducciones autorizadas, cuando las segundas sean superiores a los primeros; de los demás ingresos acumulables a la declaración anual con excepción de los ingresos del título IV, capítulo I y II del artículo 195 (Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020)
- Aplicar las deducciones autorizadas cuando no se efectúen en un periodo; en los periodos siguientes del mismo ejercicio; artículo 197, tercer párrafo (Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020).
- Aplicar las deducciones autorizadas cuando no se efectúen al presentar la declaración anual; artículo 197, tercer párrafo (Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020).
- Optar por aplicar el excedente, cuando las deducciones autorizadas sean mayores a los ingresos acumulables del periodo, en los periodos siguientes del mismo ejercicio; artículo 197, cuarto párrafo (Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta, 2020).

Métodos y materiales

La presente es una investigación documental y descriptiva, la cual se enfocó principalmente en el régimen fiscal de personas físicas de los ingresos por arrendamiento y en general por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles.

La metodología de esta investigación es cualitativa y cuantitativa, por lo que en lo concerniente a lo primero, se refiere a las condiciones de las situaciones a investigar y en cuanto a lo cuantitativo, alude a los cálculos y determinación de resultados de un fenómeno o situación específica.

El método de estudio consistió en la revisión, selección, identificación, análisis, determinación, interpretación y conclusión de las diversas disposiciones fiscales aplicables a los diferentes casos prácticos expuestos de los ingresos por arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles que obtienen las personas físicas, objeto de esta investigación.

La información obtenida en su contexto natural; es decir, se habla con profundidad y exactitud de tratar de obtener el mejor entendimiento posible sobre el tema a tratar, por un lado; y por el otro, la determinación de las contribuciones fiscales determinadas en los casos prácticos. Además, se eligió dicha metodología ya que a través de esta se analizó la información obtenida mediante diversas fuentes, la cual fue considerada general numérica que contribuye al entendimiento de dicho régimen fiscal.

Los instrumentos de recolección de la información fueron a través de la consulta documental en diversas fuentes tanto físicas como electrónicas, las cuales se obtuvieron de libros, así como del prontuario fiscal, revistas, páginas *web*, computadora de escritorio y portátiles entre otras, de igual manera posteriormente se llevó a cabo el análisis para la descripción de los resultados obtenidos.

Discusión de resultados

Para los efectos de la Ley del Impuesto sobre la Renta, ley sustantiva fiscal específica, reguladora de la determinación de las contribuciones por la obtención de ingresos por arrendamiento y en general por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles que obtienen las personas físicas.

La referida ley, no menciona explícitamente los ingresos por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, expresando que: “Se consideran ingresos por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles: Los provenientes del arrendamiento o subarrendamiento y en general por otorgar a título oneroso el uso o goce temporal de bienes inmuebles, en cualquier otra forma, así como Los rendimientos de certificados de participación inmobiliaria no amortizables” (artículo XXX).

Por lo anterior, se puede inferir que el arrendamiento es el derecho por el que una persona puede usar los bienes de otra y disfrutar de sus beneficios, con la obligación de conservarlos y cuidarlos como si fueran propios, esto es lo que se entiende como usufructo y cualquier otro acto relacionado, independientemente de la forma jurídica que al efecto se utilice, por el que una persona permita a otra usar o gozar temporalmente bienes tangibles, a cambio de una contraprestación.

Como se puede observar, pueden concurrir diversos escenarios para las personas físicas que obtengan ingresos por arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, dependiendo el escenario en que se sitúen, ya que las leyes fiscales les proporcionan opciones o exceptivas para el cumplimiento de las obligaciones fiscales, con el cumplimiento de requisitos de procedencia, así como de tiempo y forma, como se mencionan a continuación:

- Aplicar la deducción opcional, en vez de las deducciones autorizadas, pero dicha opción es por el ejercicio fiscal.
- Identificar la presentación de los pagos provisionales mensuales a trimestrales, de acuerdo a su situación y oportunidad.
- Evaluar presentar el último pago provisional como si fuera la declaración anual, si es aplicable.

- Las deducciones autorizadas en exceso, la posibilidad de deducirlas en la declaración anual.
- Cuando no se efectúen las deducciones autorizadas en un periodo, la posibilidad de deducirlas en los periodos siguientes del mismo ejercicio.
- Considerar las deducciones autorizadas cuando no se efectúen en algún periodo, al presentar la declaración anual.
- Optar por aplicar el excedente de las deducciones autorizadas a los ingresos acumulables del periodo.

Conclusiones o reflexiones

Después de realizar la investigación, de haber revisado, seleccionado, identificado y analizado los resultados obtenidos con cada uno de los casos prácticos, apoyados con los métodos y materiales referidos en el cuerpo de la presente investigación, se teoriza que las personas físicas que obtengan ingresos por arrendamiento y en general por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, de acuerdo a lo establecido en la Ley del Impuesto sobre la Renta, estarán sujetos a cumplir con los pagos provisionales y obligaciones mencionados en dicha ley.

Aunado a lo anterior, cuando dichos pagos los efectúen las personas morales, estas tendrán la obligación de retener una tasa del 10% al monto de los mismos, debiendo disminuir dicho monto las personas físicas en su pago provisional del periodo determinado.

Por otro lado, en el supuesto que los ingresos por arrendamiento y, en general, por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles de las personas físicas, sean obtenidos mediante fideicomiso, será la institución de crédito que cumpla con la determinación y entero de los pagos provisionales, debiendo ser el 10% de los ingresos. Las personas físicas tienen como única obligación, la presentación de la declaración anual.

Por último, se debe hacer énfasis en que las expectativas tributarias u opciones disponibles para los contribuyentes personas físicas que obtengan ingresos por otorgar el uso o goce temporal de bienes inmuebles, de conformidad con la Ley del Impuesto sobre la Renta, dependerá de cada uno de los contribuyentes según el contexto en que se encuentren, tomando en consideración la exposición de los casos prácticos presentados.

De lo contrario, dichos contribuyentes se ubicarían en algún escenario de riesgo por el incumplimiento de los requisitos en tiempo y forma solicitados por la autoridad fiscal, al decidirse por alguna exceptiva u opción contempladas por la ley.

Fuentes

Anexo 8 de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2020. (02 de 06 de 2020). <https://dof.gob.mx/index.php?year=2020&month=01&day=09>. Obtenido de <https://dof.gob.mx/index.php?year=2020&month=01&day=09>: <https://dof.gob.mx>

Código Civil Federal. (30 de 05 de 2020). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>: <http://www.diputados.gob.mx>

Código Fiscal de la Federación. (27 de 05 de 2020). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>: <http://www.diputados.gob.mx>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (27 de 05 de 2020). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>: <http://www.diputados.gob.mx>

Diario Oficial de la Federación 05071994. (27 de 05 de 2020). <https://dof.gob.mx/index.php?year=1994&month=07&day=05>. Obtenido de <https://dof.gob.mx/index.php?year=1994&month=07&day=05>: <https://dof.gob.mx>

- Diario Oficial de la Federación 11122013. (29 de 06 de 2020). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>: <http://www.diputados.gob.mx>
- Diario Oficial de la Federación. (29 de 06 de 2020). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>: <http://www.diputados.gob.mx>
- Diccionario jurídico mexicano. (04 de 06 de 2020). <https://www.unamonlinea.unam.mx/recurso/84477-diccionario-juridico-mexicano>. Obtenido de <https://www.unamonlinea.unam.mx/recurso/84477-diccionario-juridico-mexicano>: <https://www.unamonlinea.unam.mx>
- Ley del Impuesto sobre la Renta, 2. (05 de 05 de 2020). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>: <http://www.diputados.gob.mx>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (29 de 05 de 2020). <https://www.oecd.org/>. Obtenido de <https://www.oecd.org/>: <https://www.oecd.org/>
- Proyecto OCDE/G20 de Erosión de la Base Imponible y Traslado de Beneficios. (27 de 05 de 2020). <https://www.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version.pdf>. Obtenido de <https://www.oecd.org/ctp/Action-1-Digital-Economy-ESP-Preliminary-version.pdf>: <https://www.oecd.org>
- Reglamento de la Ley del Impuesto sobre la Renta. (30 de 05 de 2020). <https://dof.gob.mx/index.php?year=2015&month=10&day=08>. Obtenido de <https://dof.gob.mx/index.php?year=2015&month=10&day=08>: <https://dof.gob.mx>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (04 de 06 de 2020). <https://www.gob.mx/shcp>. Obtenido de <https://www.gob.mx/shcp>: <https://www.gob.mx>

Sistema de Administración Tributaria. (27 de 05 de 2020). http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Paginas/inicio.html. Obtenido de http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Paginas/inicio.html: <http://omawww.sat.gob.mx>

IV. Impuestos ambientales en México

Lorena Alejandra Aguilar Aréchiga
Ana Laura Hernández Rodríguez
Natalia Monserrat Mancilla González
Francisco Ali Ríos Medina

Resumen

El tema del daño hacia el medio ambiente fue tomando relevancia en el país debido a los altos índices de contaminación que muestran las estadísticas. Esto se ha convertido en un componente determinante para el diseño y la implementación de nuevas políticas, así como impuestos para tratar de combatir dicha problemática.

Por lo tanto, el objetivo general de esta investigación fue exponer la forma en que se lleva a cabo el sistema de los impuestos ambientales en México, para poder conocer su impacto en el medio ambiente.

La metodología para la presente investigación es cualitativa, a través de la búsqueda de artículos, leyes y opiniones sobre la implementación de este tipo de impuestos; mientras que el método utilizado es el explicativo, el cual busca encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos, en este caso los impuestos ambientales en nuestro país. Basado en ello, es posible decir que el aumento de los problemas ambientales en el mundo ha obligado a varios países a diseñar políticas públicas que contribuyan a reducir la contaminación ambiental, sin afectar el crecimiento económico.

Como conclusión de dicha investigación se encontró que los impuestos están etiquetados y que los ingresos obtenidos se usen con un fin en particular, de acuerdo al impuesto que los cause. Esto para facilitar la toma de decisiones en cuanto al ingreso y gasto necesario de una actividad que contamina en particular, es decir, es más fácil introducir o aumentar un impuesto si se dan a conocer claramente sus beneficios.

Palabras clave: impuestos ambientales, política fiscal, cultura tributaria, recaudación.

Introducción

Los impuestos ambientales son uno de los principales instrumentos con los que cuenta la economía ambiental para proteger y conservar el medio ambiente, ya que mediante estos se intenta reducir el impacto negativo que produce la actividad económica (Conde, 2016).

Antes de comenzar a analizar qué son, se va a describir la relación que existe entre la economía y el medio ambiente. Al hablar de estos conceptos, se tienden a considerar como dos variables nada afines. Sin embargo, estos dependen uno del otro, ya que sin una calidad mínima del entorno no sería posible la actividad económica y, por consiguiente, las personas dependemos de los ecosistemas, ya que estos nos proveen de los recursos naturales necesarios para el sostenimiento de la vida.

Para evitar problemas ambientales y para no tener que hacer frente a los costos generados por la contaminación, los gobiernos cuentan con distintos instrumentos, entre los que se encuentran los impuestos ambientales, que contribuyen a reducir dicha contaminación sin afectar el crecimiento económico (Global, 2015).

La aplicación de estos permite controlar y reducir la cantidad de residuos que se envían al medio ambiente y como tal, reducir parte de los problemas que se hayan generado. Por otro lado, estos impuestos logran minimizar las consecuencias negativas que generan ciertas actividades económicas, es decir, se logra incluir en el cálculo económico los daños que esas actividades provocan en el medio ambiente.

En este sentido, se establece que la aplicación de normas tributarias de carácter ambiental, podrían favorecer la concientización de los entes económicos para producir o realizar una actividad económica sin afectar el medio ambiente y los recursos naturales.

En la presente investigación se pretende exponer cómo se desarrollan dichos impuestos en nuestro país para conocer su impacto en el medio ambiente, así como las medidas que ha tomado el gobierno con referencia a estos. Así mismo se explica la importancia de contar con tributos ambientales en el sistema de recaudación fiscal mexicano, con el objetivo de tratar de concientizar a los contribuyentes sobre el pago de dichos impuestos.

Igualmente tiene como propósito de alimentar la cultura tributaria de los mexicanos, ya que el conocer los impuestos que se tributan en el país y su importancia es de vital relevancia para que todos los ciudadanos tengan noción del beneficio que se obtiene de los mismos para la economía del país y, en el caso de los impuestos verdes, se busca reducir el impacto ambiental que algunas de las actividades económicas generan al medio ambiente, como se mencionaba anteriormente.

Antecedentes del problema

En *Impuestos ambientales en México* (Figuerola, 2019), su autor analiza las posibles aplicaciones de los impuestos en materia de medio ambiente en la economía mexicana como mecanismo para crear conciencia entre la población sobre la importancia del cuidado del medio ambiente. Además de mostrar que los impuestos ambientales pueden ser utilizados por el gobierno mexicano a fin de recaudar ingresos para financiar aquellos programas que ayuden a minimizar los efectos del cambio climático.

Ahora bien, otro autor (Barde, 2018) en su escrito llamado *Reformas fiscales ambientales: Una revisión de la experiencia de países de la OCDE* comenta que aquellos que contaminan son quienes deben pagar los impuestos, cargos y permisos ambientales, a fin de que sus decisiones particulares consideren los costos generados; de esta manera, se apropian del daño que generan para el resto de la sociedad. Por un lado, los impuestos ambientales generan ingresos que pueden tener un destino específico para la conservación o el mantenimiento de los recursos naturales, al tiempo que afecta de manera positiva en el comportamiento y crean incentivos para disminuir el impacto negativo sobre el entorno ambiental.

La investigación sobre la *Política Fiscal en México y las iniciativas y derechos en impuestos ambientales* (Ríos, 2018), habla de cómo hasta el momento, los logros en cuestión ambiental en nuestro país han sido pocos, debido a que se percibe que el medio ambiente no es aún una de las prioridades del presupuesto federal, por lo que resulta necesario establecer un diálogo mucho más profundo y permanente con el Congreso de la Unión. Esto para aplicar de manera más efectiva e igualitaria los impuestos ambientales a quienes contribuyen al deterioro y daño de los recursos naturales que se perciben, para de esta manera regular dichas actividades y, a la vez, obtener una retribución que sea aplicada a la conservación de dichos recursos.

En el estudio sobre *Análisis, diagnóstico y propuesta de creación de incentivos económicos para empresas sustentables*, de Berger García, Torres Hernández, Gutiérrez Moreno y Becerra Peña (2017), se expone que México ocupa el lugar 20 de 21 en el Índice de Impuestos Verdes, lo que denota un uso relativamente bajo de instrumentos fiscales en el ámbito de la política ambiental; de la clasificación por categoría de política, realizada en el mismo reporte, la nación mexicana únicamente figura en control de la contaminación y protección del ecosistema, donde sostiene la tercera posición junto a Francia, Sudáfrica, Reino Unido y Estados Unidos. Con ello es posible apreciar la poca presencia y aplicación de impuestos ambientales en nuestro país y la gran necesidad de incentivar instrumentos fiscales que los promueven, para aumentar la recaudación de impuestos por este concepto y así poder revertir el daño causado.

Por otra parte, Corichi (2019), en un artículo sobre impuestos ambientales, comenta que la recaudación a través de dichos impuestos es aún un escenario poco explorado en el sistema fiscal mexicano. Sin embargo, la ineludible marca de las empresas contaminantes es cada vez mayor, en todos los sentidos. Comunidades afectadas, familias desplazadas, daños a la salud, pero también consecuencias sociales que son poco abordadas por estos sistemas impositivos, que muchas veces no culminan con políticas y recursos orientados a resolver problemas públicos. La recaudación de estos impuestos no es muy conocida en México debido a la poca cultura

tributaria que se vive en el país, es decir, al desconocimiento del tema en la sociedad y, sin duda, es de gran importancia debido a que se necesita presupuesto para de alguna manera enmendar un poco el daño causado al medio ambiente día con día.

En el artículo *Impuestos ambientales al carbono en México y su progresividad: una revisión analítica*, Reynoso (2016) expone la importancia de los impuestos ambientales para la mitigación del cambio climático, realiza un análisis de la implementación de un impuesto a la gasolina. En México un impuesto de este tipo no tendría regresión y busca causar un impacto en el cuidado del medio ambiente.

Jean Acquatella, en el análisis *Aplicación de instrumentos económicos en la gestión ambiental de América Latina y el Caribe* (2001), menciona que para llegar a este resultado en México se aplicaron estudios de caso acerca de los aranceles cero y depreciación acelerada para equipo de control y prevención de contaminación, el sobreprecio a la gasolina, derechos por uso o aprovechamiento de bienes públicos: flora, fauna, etc., financiamiento y subsidio a proyectos de plantación y manejo forestal en áreas forestalmente devastadas, etc. Esto para observar cómo se encontraba el país en este sentido ambiental y las medidas que podrían adoptarse (Acquatella, 2001).

Finalmente, es fácil apreciar cómo los diversos autores coinciden en la gran importancia que tiene la implementación de impuestos que ayuden al cuidado y preservación del medio ambiente en nuestro país, esto con la finalidad extrafiscal de disminuir los efectos negativos en el mismo, que generan muchas empresas y productos que actualmente se consumen en exceso y, de la misma manera, recaudar ingresos que contribuyan a la mejora del país.

Planteamiento del problema

Actualmente el daño hacia el medio ambiente ha ido tomando relevancia en el país debido a los altos índices de contaminación que muestran las estadísticas. Esto se ha convertido en un componente determinante para el diseño y la implementación de nuevas políticas, así como impuestos para tratar de combatir dicha problemática. Lo que se pretende con dichas políticas es lograr un equilibrio entre la economía del país y el cuidado del medio ambiente.

En el 2017, el Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP), como una organización civil sin fines de lucro, encargada de democratizar la información en temas fiscales, publicó un estudio sobre impuestos ambientales, donde se puede observar que de los países que tienen cargas fiscales por dichos impuestos, México es el que percibe la recaudación más baja; en los últimos años fue el único país con una relación negativa de -0.8% en porcentaje de su Producto Interno Bruto (PIB).

Las contribuciones relacionadas con los impuestos al medio ambiente, a nivel federal, son: el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), el Impuesto Sobre Automóviles Nuevos (ISAN) y los impuestos a los combustibles fósiles (vigentes a partir de 2014). En México sobresale el sector transporte como el de mayor emisión de contaminantes, seguido por la electricidad y producción de calor.

Al considerar la emisión de CO₂ en los últimos años, no se percibe un cambio significativo por el tipo de contaminante, sino todo lo contrario, se puede observar un incremento (Naturales, 2015).

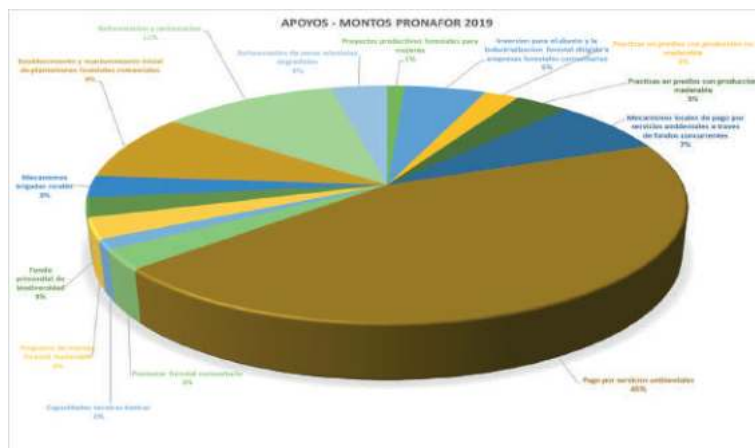
Cabe mencionar que el dicho monto negativo de los impuestos ambientales en México, tiene que ver con el subsidio que venía otorgando el Gobierno Federal a los ingresos asociados a los impuestos ambientales, como lo es el Impuesto sobre Producción y Servicios (IEPS), aplicable a las gasolinas y diésel. El impuesto al consumo de estos combustibles se convirtió en subsidio cuando los precios internacionales del petróleo eran altos y el Gobierno Federal tuvo la necesidad de compensar a Petróleos Mexicanos (PEMEX) la diferencia entre los precios internacionales y los

precios internos por la venta de gasolina y diésel, que habían sido fijados por el gobierno a un menor costo.

De acuerdo con la Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2015, el impuesto a las gasolinas y diésel que conforman parte del IEPS para combustión automotriz dejó de tener subsidio desde dicho año.

Acorde a los datos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), en el periodo enero-octubre de 2019, la recaudación por este gravamen aportó 9.2% del total de contribuciones obtenidas, con 248,802.8 millones de pesos; mientras que en el mismo periodo del 2018 contribuyó con 5.8% del total, esto es 153,937.6 millones de pesos. Es decir, los ingresos que obtuvo el gobierno por el impuesto que cobra a la gasolina crecieron 61.6% en términos reales y frente al mismo periodo del 2018 (Albarrán, 2019). Es el crecimiento más alto que se haya registrado desde 1998 para un periodo similar.

Uno de los programas ecológicos más importantes del Gobierno Federal es el Programa Nacional Forestal (PRONAFOR) (Forestal, 2020), ejecutado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), al cual en el 2019 se le asignaron, vía Presupuesto de Egresos de la Federación, \$1,959,936,494.33, distribuidos en 6,676 diferentes apoyos que fueron dispuestos de la siguiente manera (CONAFOR, 2020):



Justificación

Esta investigación analiza la importancia de contar con impuestos ambientales, valorando el papel que juega la tributación ambiental en México, a través del punto de vista fiscal, en donde la finalidad de los impuestos verdes sea la de crear conciencia entre los agentes económicos, generando así algún cambio de postura respecto al medio ambiente, que satisfaga las necesidades de la sociedad, ya que con el crecimiento siempre se ven afectados los recursos naturales.

Los impuestos ambientales se han convertido de vital importancia en nuestro país debido a la ayuda que representan en la preservación y cuidado del medio ambiente, gravando los comportamientos nocivos para la salud del planeta, partiendo del sencillo principio “quien contamina, paga”, siendo esenciales para frenar el cambio climático. De la misma manera su aplicación no solo contribuye a restituir o devolver los recursos naturales afectados, sino que también promueve el ahorro energético y la utilización de fuentes renovables, desincentivan comportamientos antiecológicos, incentivan a las empresas a innovar en sostenibilidad para reducir los impuestos que tributan y generan recaudación para los gobiernos, que puede servir para bajar otros impuestos o para desarrollar proyectos ambientales.

Es por ello que la implementación de los impuestos ambientales debe disminuir la contaminación e incidir en el cambio de conducta de los agentes económicos, pues estos instrumentos, que son aplicados como impuestos en otros lugares del mundo, han demostrado su eficacia, más aún en la inclusión directa de los costos por los servicios que nos brindan los recursos naturales. Por lo tanto, se requiere de una legislación ambiental de mejor control, en donde los objetivos de los responsables de formular las políticas ambientales en materia de sanciones y de reparación al medio ambiente sean la gestión, comando y control de los recursos naturales por parte de las diferentes autoridades ambientales, que fueron creadas por la ley para este fin.

La importancia de esta investigación recae en que, como se menciona anteriormente, es necesario implementar más impuestos ambientales en

nuestro país, para lograr que todas las actividades que contaminan tengan un gravamen.

Este proyecto busca identificar las medidas que ha tomado el gobierno mexicano respecto a la aplicación de dichos impuestos, ya que la recaudación por medio de impuestos ambientales es un tema que aún no está bien cimentado dentro del sistema fiscal mexicano. Sin embargo, la huella que están dejando las empresas aumenta cada día más, puesto que se ven afectadas tanto las comunidades como las familias del país, así como los daños a la salud que los contaminantes que emiten dichas empresas causan en las personas, aunque también hay consecuencias sociales, solo que estos sistemas les dan aún poca importancia.

La Ley de Impuestos Ambientales al igual que el ECO-ISAN, presenta faltas en la conformación de los elementos tributarios, distorsionándose la finalidad extrafiscal ambiental. Dicha ley solamente contempla tres supuestos que son: por la contaminación por sustancias tóxicas, por el deterioro de los ecosistemas forestales y por la pérdida de componentes de la biodiversidad.

Por lo tanto, esta investigación pretende conocer la eficacia de la aplicación de los impuestos ambientales, si se consigue la finalidad de internalizar el impuesto y que este se refleje en el sistema de precios el costo social ambiental.

Algunas de las formas para poder lograr la eficacia de la finalidad ambiental de los impuestos, está la vinculación de estos con el problema a combatir y la solución de la problemática. Dicha vinculación puede comprobarse de tres maneras, tales como una correcta determinación de la cuota por las actividades que afectan a otros para mejorar o para empeorar, por las cuales no se paga, o no hay una compensación o bien por el gasto ambiental producido; el cambio de la cuota tributaria a lo que verdaderamente contamina; y la afectación de los ingresos obtenidos por los tributos ambientales para otros fines específicos. Cabe destacar que ninguno de estos métodos es sencillo y alguno de los tres podría causar efectos contrarios a lo que pretende ambientalmente.

Uno de los propósitos de estos impuestos, es modificar el comportamiento de los consumidores de los bienes o servicios que causan daño al planeta y, a su vez, incentivar diferentes tecnologías o productos que se vayan desarrollando en favor del medio ambiente.

Además, se busca que todos estos impuestos estén etiquetados, es decir que los ingresos obtenidos se usen con un fin en particular, de acuerdo al impuesto que se haya causado. Facilita la toma de decisiones en cuanto al ingreso y gasto necesario de una actividad en concreto, o sea, es más fácil introducir o aumentar un impuesto si se dan a conocer claramente sus beneficios.

Sin duda unas de las principales problemáticas en México son los aspectos culturales o, mejor dicho, la falta de cultura tributaria y desinformación en la que vive la mayor parte de la sociedad; debido a esto, se busca erradicar en la medida de lo posible esta situación, evidenciando que un sistema tributario con mayor énfasis en impuestos ambientales, sí puede tener resultados positivos sobre la recaudación y el medio ambiente.

Con este proyecto se busca concientizar sobre lo importante que es para el país y el medio ambiente contar con impuestos verdes en el sistema tributario mexicano, y que a su vez se implementen nuevos, para que mientras se trata de erradicar los daños causados por las actividades contaminantes, la economía del país obtenga un ingreso extra. Así pues, que las actividades que en la actualidad gravan este tipo de impuestos sigan pagándolos, pero que también lo hagan las que contaminan, ya que aún no existe un impuesto en nuestro sistema tributario que las grave.

Marco legal

El marco legal nos proporciona las bases sobre las cuales se sustenta la presente investigación, puesto que parte de diversas leyes en las que la sociedad en general puede encontrar el fundamento de dichos impuestos ambientales. Dentro de ello se pueden detectar las medidas a tomar para resarcir el daño al ambiente, así como también las sanciones en caso de

incumplimiento. En este apartado se hace mención de algunas de las leyes en materia ambiental y artículos importantes de las mismas.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

“Artículo 4o. Toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar. El Estado garantizará el respeto a este derecho. El daño y deterioro ambiental generará responsabilidad para quien lo provoque en términos de lo dispuesto por la ley”.

La Constitución acoge en el párrafo anterior del artículo 4º la obligación de proteger un medio ambiente adecuado para que toda persona pueda disfrutar de su bienestar, resaltando con ello la importancia de los impuestos ambientales en el país.

Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente

“Artículo 5o. Son facultades de la Federación:

- I La formulación y conducción de la política ambiental nacional;
- II La aplicación de los instrumentos de la política ambiental previstos en esta Ley, así como la regulación de las acciones para la preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente que se realicen en bienes y zonas federales;
- III. La atención de los asuntos que afecten el equilibrio ecológico en el territorio nacional”.

Dichas facultades que es necesario endurecer y cumplir estrictamente para obtener el beneficio y objetivo principal de los instrumentos antes mencionados: el preservar y mantener el medio ambiente de nuestro país.

“Artículo 21. La Federación y los Estados, diseñarán, desarrollarán y aplicarán instrumentos económicos que incentiven el cumplimiento de los objetivos de la política ambiental, y mediante los cuales se buscará:

- I Promover un cambio en la conducta de las personas que realicen actividades industriales, comerciales y de servicios, de tal manera que sus intereses sean compatibles con los intereses colectivos de protección ambiental y de desarrollo sustentable;

Otorgar incentivos a quien realice acciones para la protección, preservación o restauración del equilibrio ecológico. Asimismo, deberán procurar que quienes dañen el ambiente, hagan un uso indebido de recursos naturales o alteren los ecosistemas, asuman los costos respectivos”.

- II El artículo mencionado anteriormente es de suma importancia, pues deja en claro los objetivos de la federación con la creación de impuestos ambientales y su compromiso con el cumplimiento de estos, además de promover una mayor equidad social en la distribución de costos y beneficios asociados a los objetivos de la política ambiental.

“Artículo 22 Bis. Se consideran prioritarias, para efectos del otorgamiento de los estímulos fiscales que se establezcan conforme a la Ley de Ingresos de la Federación, las actividades relacionadas con:

- I La investigación científica y tecnológica, incorporación, innovación o utilización de mecanismos, equipos y tecnologías que tengan por objetivo evitar, reducir o controlar la contaminación o deterioro ambiental, así como el uso eficiente de recursos naturales y de energía;
- II La investigación e incorporación de sistemas de ahorro de energía y de utilización de fuentes de energía menos contaminantes;
- III El ahorro y aprovechamiento sustentable y la prevención de la contaminación del agua;

En general son acreedoras de estímulos fiscales todas aquellas actividades que están relacionadas con la preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente, ya que de alguna manera retribuyen a la preservación de los ecosistemas de nuestro país mediante su actividad

Ley Federal de Responsabilidad Ambiental

“Artículo 10. Toda persona física o moral que con su acción u omisión ocasione directa o indirectamente un daño al ambiente, será responsable y estará obligada a la reparación de los daños, o bien, cuando la reparación no sea posible a la compensación ambiental que proceda, en los términos de la presente Ley. De la misma forma estará obligada a realizar las acciones necesarias para evitar que se incremente el daño ocasionado al ambiente”.

Esto con el fin de contribuir al principal objetivo de los impuestos ambientales, que no se siga contaminando y, en su caso, aplicar las compensaciones ambientales que no son más que un conjunto de medidas y acciones generadoras de beneficios ambientales, proporcionales a los daños o perjuicios ambientales causados por el desarrollo de los proyectos, siempre que no se puedan adoptar medidas de prevención, corrección, mitigación, recuperación y restauración eficaces.

“Artículo 19. La sanción económica prevista en la presente Ley, será accesorio a la reparación o compensación del Daño ocasionado al ambiente y consistirá en el pago por un monto equivalente de:

- I De trescientos a cincuenta mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal al momento de imponer la sanción, cuando el responsable sea una persona física, y
- II De mil a seiscientos mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal al momento de imponer la sanción, cuando la responsable sea una persona moral.

Dicho monto se determinará en función del daño producido”.

Tal artículo tiene como finalidad establecer las cuotas de reparación al medio ambiente que deberán pagar las personas físicas o morales, cuyas actividades causen un daño al mismo.

Ley Federal del Impuesto sobre Automóviles Nuevos

“Artículo 1o.- Están obligados al pago del impuesto sobre automóviles nuevos establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que realicen los actos siguientes:

- I Enajenen automóviles nuevos. Se entiende por automóvil nuevo el que se enajena por primera vez al consumidor por el fabricante, ensamblador, distribuidor autorizado o comerciante en el ramo de vehículos.
- II Importan en definitiva al país automóviles, siempre que se trate de personas distintas al fabricante, ensamblador, distribuidor autorizado o comerciante en el ramo de vehículos”.

La base de dicho impuesto es el precio de venta, incluyendo el equipo opcional común o de lujo, cobrado al consumidor por el fabricante, ensamblador, distribuidor o comerciante autorizado en el ramo de vehículos, sin tomar en cuenta los descuentos, rebajas y bonificaciones. En el caso de importación definitiva de automóviles, la base es el precio de venta más el impuesto general de importación y demás contribuciones. El IVA no forma parte de la base.

Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios

“Artículo 1o. Están obligadas al pago del impuesto establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que realicen los actos o actividades siguientes:

- I La enajenación en territorio nacional o, en su caso, la importación de los bienes señalados en esta Ley. Para efectos de la presente Ley se considera importación la introducción al país de bienes.
- II La prestación de los servicios señalados en esta Ley.

El impuesto se calculará aplicando a los valores a que se refiere este ordenamiento, la tasa que para cada bien o servicio establece el artículo 2o. del mismo o, en su caso, la cuota establecida en esta Ley.

La Federación, el Distrito Federal, los Estados, los Municipios, los organismos descentralizados o cualquier otra persona, aunque conforme a otras leyes o decretos no causen impuestos federales o estén exentos de ellos, deberán aceptar la traslación del impuesto especial sobre producción y servicios y, en su caso, pagarlo y trasladarlo, de acuerdo con los preceptos de esta Ley.

El impuesto a que hace referencia esta Ley no se considera violatorio de precios o tarifas, incluyendo los oficiales”.

El objeto de este impuesto es gravar la enajenación e importación de los siguientes bienes: bebidas alcohólicas y cerveza, alcoholes, alcohol desnaturalizado y mieles incristalizables; tabacos labrados, gasolinas y diésel, bebidas energizantes, bebidas con azúcares añadidos, combustibles fósiles, plaguicidas y alimentos con alto contenido calórico (densidad calórica de 275 kilocalorías o mayor por cada 100 gramos: botanas, productos de confitería, chocolate y demás productos derivados del cacao, flanes y pudines, 17 dulces de frutas y hortalizas, cremas de cacahuete y avellanas, dulces de leche, alimentos preparados a base de cereales, y helados, nieves y paletas de hielo).

El IEPS también tiene como objeto gravar los servicios por comisión, mediación, agencia, representación, correduría, consignación y distribución, con motivo de la enajenación de: bebidas alcohólicas y cervezas, alcoholes y mieles, tabacos labrados, bebidas energizantes, plaguicidas y alimentos con alto contenido calórico. También se gravan los servicios de juegos de apuestas y sorteos, y los de telecomunicaciones.

Ley Minera

“Artículo 6. La exploración, explotación y beneficio de los minerales o sustancias a que se refiere esta Ley son de utilidad pública, serán preferentes sobre cualquier otro uso o aprovechamiento del terreno, con sujeción a las condiciones que establece la misma, y únicamente por ley de carácter federal podrán establecerse contribuciones que graven estas actividades.

El carácter preferente de las actividades a que se refiere el párrafo anterior, no tendrá efectos frente a las actividades de exploración y extracción del petróleo y de los demás hidrocarburos, así como frente al servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica.

La Secretaría, previo a expedir títulos de concesión, deberá solicitar información necesaria a las autoridades competentes, a fin de verificar si, dentro de la superficie en la que se solicita la concesión, se realiza alguna de las actividades de exploración y extracción de petróleo y de los demás hidrocarburos o del servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica.

En caso de que la información solicitada confirme la realización de alguna de las actividades a que se refiere el párrafo segundo de este artículo dentro de la superficie para la que se solicita la concesión, la Secretaría, con base en un estudio técnico que realice con la Secretaría de Energía y en el cual se determine la factibilidad de la coexistencia de actividades mineras con las actividades de exploración y extracción de petróleo y demás hidrocarburos, o con las de servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica, en la misma superficie, podrá negar la concesión minera u otorgar excluyendo la superficie que comprendan las actividades preferentes, en la medida en que resulten incompatibles con la explotación minera.

Con base en el estudio a que hace referencia el párrafo anterior, la Secretaría y la Secretaría de Energía podrán establecer reglas de convivencia entre las actividades mineras y las actividades estratégicas de exploración y extracción del petróleo y de los demás hidrocarburos y del servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica.

Este artículo hace alusión a que la actividad minera es una actividad de interés público, prioritaria sobre cualquier otra actividad o utilidad, ya que dicha ley contempla la extracción de minerales como un bien en sí mismo, aun con los riesgos y beneficios que esta actividad implica. La ley otorga permisos para la exploración y explotación de los recursos mineros a través de comunidades locales u otras regulaciones ambientales.

Metodología

En esta sección se presentan los aspectos metodológicos de la investigación. Se expone la perspectiva metodológica que se ha utilizado, la estrategia de búsqueda y el diseño metodológico de las diferentes fases de la investigación desarrolladas.

La orientación metodológica que se ha elegido en la presente investigación es la cualitativa, ya que se pretende conocer los factores que han llevado al gobierno mexicano a implementar impuestos ambientales en el sistema tributario, a través de la búsqueda de artículos, leyes y opiniones sobre la implementación de este tipo de impuestos, así como la importancia de contar con ellos, y los beneficios o cambios que estos generan al país y al ambiente.

Esta se desarrolla analizando el sistema tributario mexicano, la manera en que los gobiernos han ido implementando dichos impuestos dentro del sistema, con la finalidad de conocer su impacto y si las medidas tomadas han sido suficientes para reducir el daño ambiental en el país.

De acuerdo con datos proporcionados por la OCDE, de todos los países que gravan impuestos ambientales; México es el país que recauda la menor cantidad de este tipo de impuestos; cabe destacar que esto proviene del subsidio que los gobiernos otorgaban a los ingresos asociados, tales como el Impuesto sobre Producción y Servicio (IEPS), que es aplicable a la gasolina y el diésel.

El objetivo del sistema tributario mexicano al implementar impuestos verdes tiene un fin extrafiscal, puesto que la intención no es recaudar más,

sino desincentivar las actividades que generan contaminantes para hacerlos más caros.

Finalmente, en dicho estudio se pretende dar a conocer a los contribuyentes la importancia de contar con este tipo de impuestos, ya que como se mencionó anteriormente, México es el país que menos impuestos verdes recauda, así como también hacer énfasis en fomentar la cultura tributaria en el país para que al mismo tiempo que se consigan cantidades de recaudación más altas, a la vez se logre ayudar a reducir la contaminación y el impacto ambiental que algunas actividades generan.

Método de investigación

El objetivo aplicado en la presente investigación es explicativo, ya que busca encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos, en este caso los impuestos ambientales en nuestro país. La metodología es de carácter cualitativo, la técnica de investigación es preponderantemente documental. Basado en ello, podemos decir que el aumento de los problemas ambientales en el mundo ha obligado a varios países a diseñar políticas públicas que contribuyan a reducir la contaminación ambiental sin afectar el crecimiento económico. En los últimos años, diversas organizaciones y gobiernos, han puesto en marcha algunos ordenamientos jurídicos para regular la emisión de factores contaminantes, así como acciones de carácter fiscal que penalicen el mal uso de recursos naturales y la contaminación del medio ambiente.

Los gobiernos, tienen a su disposición una gran variedad de herramientas como lo son la aplicación de leyes para el cobro de impuestos ambientales, subsidios y regulaciones ambientales. Dentro de estas herramientas, los impuestos ambientales son los más flexibles para los entes económicos de un país, a la hora de determinar la manera menos costosa de reducir el impacto ambiental por medio de la determinación de precios. En este sentido, se establece que la aplicación de normas tributarias de carácter ambiental, podrían favorecer la concientización de los entes económicos para producir o realizar una actividad económica, sin afectar el medio ambiente y los recursos naturales.

Los principales motivos o razones por las que es recomendable poner en práctica un tipo de fiscalidad verde es que puede proporcionar incentivos para que tanto consumidores como productores cambien de comportamiento en la dirección de un uso de recursos más ecoeficiente; para estimular la innovación y los cambios estructurales; para reforzar el cumplimiento de las disposiciones normativas puede aumentar la renta fiscal, que puede utilizarse para mejorar el gasto en medio ambiente; y/o para reducir los impuestos sobre el trabajo, el capital y el ahorro (Jiménez-Beltrán, 2016).

Como sabemos los impuestos cuentan con elementos tributarios que son la base, objeto, tasa o tarifa; en el caso de los impuestos verdes, en lugar de existir una base existe un hecho gravable en los tributos protectores del entorno natural, mientras que las tasas ambientales emplean tres variables, a saber: la utilización o aprovechamiento especial del dominio público, la prestación por parte de la administración que traiga consigo un beneficio al medio ambiente y la realización de una actividad administrativa.

Discusión de resultados

Los impuestos ambientales pueden diferenciarse de otros impuestos, debido a que muchos de ellos se caracterizan en que su finalidad principal no es recaudatoria, sino que busca corregir una externalidad negativa, sin embargo, en nuestro país no existe una norma o ley que avale que dichos ingresos son utilizados de esta forma, esta información sería de gran ayuda debido a que con esto los contribuyentes podrían estar enterados de cómo benefician los impuestos que están tributando y ser más conscientes del daño ocasionado.

Para que este tipo de impuestos tengan un beneficio más directo, es deseable que los ingresos obtenidos estén referenciados o cuenten con un nombre específico. Es decir, que se usen con un fin en particular. Por ejemplo, el consumo de gasolina produce una externalidad negativa en el resto de la población en forma de aumentos en gastos de salud, por la contaminación del aire. Por lo tanto, sería deseable que el ingreso obte-

nido por el Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios (IEPS) a las gasolinas, sea destinado a conceptos como: atender la salud de pacientes con problemas respiratorios a causa de la contaminación, mejorar el transporte público, impulsar formas de transporte menos contaminantes, por mencionar algunos.

Utilizando una pequeña muestra de países, se observa que, al gravar una mayor cantidad por concepto de cuestiones ambientales, la recaudación incrementa y el país obtiene una mejor calidad ambiental.

Cuadro 1: Tipos de impuestos ambientales

País	Ruido	Emisiones CO ₂	Manejo de tierra, suelo y recursos naturales	Otras emisiones	Productos petroleros	Vehiculares	Capa de Ozono	Transporte aéreo	Consumo de electricidad	Producción de electricidad
México			X		X	X				
Australia	X	X	X		X	X	X			
Chile		X	X	X	X	X				
Alemania		X	X		X	X		X	X	
Estados Unidos			X		X		X			X

Fuentes: Elaboración por el CIEP, con datos de OECD (2017).

Fuente: CIEP (2017).

Sin embargo, es razonable pensar que los países con más gravámenes ambientales serían los que presentan una mayor calidad ambiental y una mayor recaudación por concepto de impuestos ambientales.

Conclusiones

El presente documento se propuso analizar los tributos ambientales, como una alternativa para que el gobierno mexicano lo utilice como estrategia para reducir los efectos del cambio climático en la economía y como mecanismo de recaudación tributaria.

Con los resultados obtenidos en el presente análisis de investigación, se concluye que la política tributaria en materia ambiental aplicada en México es limitada ya que realmente se requiere la aplicación de este tipo de tributos a las actividades contaminantes, pues su principal objetivo es

penalizar el mal uso de los recursos naturales y la contaminación al medio ambiente, contribuyendo con estas medidas al cuidado y conservación de los recursos naturales del país; al ser el medio ambiente un recurso esencial para la vida humana, la atención a este tema permitiría disminuir progresivamente los índices de contaminación.

Los impuestos ambientales son considerados como uno de los instrumentos idóneos para alcanzar la meta de una economía con desarrollo sustentable; es por ello que se busca que todos estos impuestos estén etiquetados, es decir, que los ingresos obtenidos se usen con un fin en particular, de acuerdo al impuesto que se haya causado. Esto para facilitar la toma de decisiones en cuanto al ingreso y gasto necesario de una actividad en concreto, ya que es más fácil introducir o aumentar un impuesto si se dan a conocer claramente sus beneficios.

Finalmente, es de reconocer la importancia de los impuestos verdes para el desarrollo del país, ya que a través de ellos y de lo que se recauda por los agentes contaminantes que generan las grandes industrias, las autoridades hacendarias cuentan con recursos para implementar políticas públicas que subsanen esta problemática.

Fuentes

- Acquatella, J. (enero de 2001). *Aplicación de instrumentos económicos en la gestión ambiental*. Obtenido de Medio ambiente y desarrollo: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5715/S0101102_es%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Albarrán, E. (09 de diciembre de 2019). *Recaudación por IEPS a gasolina aportó 9.2% a los ingresos del erario*. Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Recaudacion-por-IEPS-a-gasolina-aporto-9.2-a-los-ingresos-del-erario--20191209-0126.html>
- Barde, J. P. (2018). *Reformas fiscales ambientales: Una revisión de la experiencia de países de la OCDE*. México: Instituto Nacional de Ecología.

- Berger García, M. A., Torres Hernández, A., Gutiérrez Moreno, P., & Becerra Peña, D. L. (2017). *Análisis, diagnóstico y propuesta de creación de incentivos económicos para empresas sustentables*. Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial.
- CIEP. (2017). *OCDE*.
- CONAFOR. (06 de febrero de 2020). *PRONACOR 2019*. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/532377/Pronafor_2019.pdf
- Conde, A. C. (2016). *Impuestos Ambientales y Reforma Fiscal Verde*.
- Corichi, C. (20 de Febrero de 2019). “Impuestos ambientales”. Obtenido de *El sol de Mexico*: <https://www.elsoldemexico.com.mx/analisis/impuestos-ambientales-3083421.html>
- Figueroa, J. G. (2019). *Impuestos ambientales en México y experiencias internacionales*. México.
- Forestal, C. N. (16 de 01 de 2020). Obtenido de <https://www.gob.mx/conafor/acciones-y-programas/apoyos-conafor>
- Global, P. d. (2015). *Lucha contra la contaminación*.
- Jiménez-Beltrán, D. (19 de 04 de 2016). *Agencia Europea de Medio Ambiente*. Obtenido de <https://www.eea.europa.eu/es/publications/92-9167-000-6-sum/page001.html>
- Naturales, S. D. (2015). *Informe de la Situación del Medio Ambiente en México 2015*. México.
- Reynoso, L. H. (2016). *Impuestos ambientales al carbono en México y su progresividad: una revisión analítica*. Economía informa.
- Ríos, F. G. (2018). *La política fiscal en México y las iniciativas y derechos en impuestos ambientales*. México: INE-SEMARNAT.

V. La factura electrónica y su evolución en México

Alberto Villalvazo Martínez
Romy Selene Flores Quinn
Francisco Ali Ríos Medina

Resumen

La factura electrónica es una modalidad de factura en la que no se emplea el papel como soporte para demostrar su autenticidad, es la representación digital de un tipo de Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI), que está apegada a los estándares definidos por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) en el Anexo 20 de la Resolución de Miscelánea Fiscal.

A poco más de seis años del uso de la factura electrónica en México, los contribuyentes se encuentran en una constante curva de aprendizaje y las dudas se acumulan, en especial para quienes se incorporan a una actividad empresarial o quienes se desarrollan en el régimen de servicios profesionales y requieren facturar.

La primera factura electrónica se emite en el año 2005, gracias a que un grupo de contribuyentes solicitó permiso para poder presentar la facturación electrónica. Anteriormente, los contribuyentes debían acudir a las oficinas del Servicio de Administración Tributaria (SAT) para poder hacer sus declaraciones y otro tipo de trámites, lo cual les llevaba mucho tiempo.

Por otra parte, la autoridad tiene más control con el conocimiento de las operaciones que se realizan en el país e incrementa su recaudación, por lo tanto, ha permitido detectar esquemas de defraudación fiscal y otorgar mayor transparencia, seguridad y personalización en la relación entre ciudadanos y gobierno.

Con el paso de los años se han implementado versiones de facturas electrónicas cada vez más avanzadas que demuestran el ahorro en el costo

administrativo y la facilidad en la elaboración, lo cual disminuye cada vez más los errores.

Palabras clave: factura electrónica, Comprobante Fiscal Digital a través de Internet, Servicio de Administración Tributaria, Proveedor Autorizado de Certificación.

Introducción

La facturación electrónica es un documento de soporte para demostrar la autenticidad por medio de una presentación digital, es generado por un contribuyente para posteriormente enviarlo a un proveedor autorizado ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Este comprobante es emitido a través de la página del Servicio de Administración Tributaria (SAT), para que así se tenga registrado lo que un comerciante o empresa vende, es decir, los ingresos que tenga generados y que las autoridades fiscales tengan notificación de ello. Está fundamentada en el artículo 29° del Código Fiscal de la Federación y en la Resolución Miscelánea Fiscal del Anexo 20.

En este trabajo se podrá observar una línea del tiempo donde se logra demostrar cómo y cuándo empezó la facturación electrónica en nuestro país, así mismo se mostrará su evolución con el paso del tiempo. Durante muchos años la manera de elaborar una factura fue en papel, se logra hacer una evolución para realizar diferentes procesos comerciales, legales y administrativos. De igual manera se conocerán las ventajas de los procesos fiscales, su comportamiento y su aplicación a lo largo de la historia.

Toda la investigación que se llevó a cabo es con base en la historia, la evolución que ha tenido la facturación electrónica y sus diferentes cambios en México, por lo que se planteó una hipótesis con la emisión de las facturas electrónicas para que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) pueda tener mayor control en los procesos fiscales; dicho esto, prácticamente analizando todos los procesos evolutivos que ha tenido, se dan a conocer cuáles son los verdaderos sentidos de todas las modifica-

ciones que se le han hecho al Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI).

Antecedentes del problema

La factura electrónica es una modalidad de factura en la que no se emplea el papel como soporte para demostrar su autenticidad, se diferencia de la factura en papel por la forma de gestión informática y el envío mediante un sistema de comunicaciones que, conjuntamente, permiten garantizar la autenticidad y la integridad del documento electrónico. La facturación electrónica en México es la representación digital de un tipo de Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI), que está apegada a los estándares definidos por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) en el Anexo 20 de la Resolución Miscelánea Fiscal, y la cual puede ser generada, transmitida y resguardada utilizando medios electrónicos.

La versión de la factura electrónica válida en México es el XML que ha sido validado, asignado folio fiscal y certificado previamente por un Proveedor Autorizado de Certificación, o bien por el propio Servicio de Administración Tributaria (SAT) (FACTURA FÁCIL, 2020).

Por otro lado, se tiene que entender que el CFDI (Comprobante Fiscal Digital a través de Internet), es aquel generado por un contribuyente a través de una aplicación informática y que, posteriormente, es enviado a un Proveedor Autorizado de Certificación (PAC) ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT), con la finalidad de que sea validado, se le asigne folio y sea incorporado el sello digital del SAT, otorgado para dicho efecto (Certificación). El PAC (Proveedor Autorizado de Certificación) deberá cumplir con las especificaciones técnicas previstas en los rubros II.A “Estándar de comprobante fiscal digital por internet” y II.B “Generación de Sellos Digitales para comprobantes fiscales digitales por Internet” del Anexo 20 (FACTURA FÁCIL, 2020).

Cabe señalar que el Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI), en ocasiones no es un documento completo si tiene algunas ca-

racterísticas —las cuales se verán más adelante—, los completos de pago no son más que integraciones al comprobante fiscal para concluir la forma de los requisitos del mismo, si hay un Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) con un método de pago desconocido y que, además, no se sabe cuándo se pagará, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) en su página oficial da información adicional sobre los complementos, afirman y permiten integrar información adicional de uso regulado por la autoridad para un sector o actividad específica, permitiendo que la información adicional sea protegida por el sello digital de la factura (Servicio de Administración Tributaria, s.f.).

Cabe mencionar que la factura electrónica es un instrumento mediante el cual el Servicio de Administración Tributaria (SAT) busca reducir los fraudes y la evasión fiscal. Los constantes cambios del fisco generan dudas para los contribuyentes, en especial para quienes recién se incorporan a una actividad empresarial.

A poco más de seis años del uso de la factura electrónica en México, los contribuyentes se encuentran en una constante curva de aprendizaje y las dudas se acumulan, en especial para quienes se incorporan a una actividad empresarial o quienes cotizan en el régimen de servicios profesionales y requieren facturar (Luna, 2018).

Planteamiento del problema

La facturación electrónica en México está fundamentada en el Artículo 29 del Código Fiscal de la Federación y en la Resolución Miscelánea Fiscal del Anexo 20. Los Comprobantes Fiscales Digitales a través de Internet (CFDI) que se generen, para efectos de amparar la retención de contribuciones, deberán contener los requisitos que determine el Servicio de Administración Tributaria (SAT) mediante reglas de carácter general (Servicio de Administración Tributaria, 2020).

Las cantidades que estén amparadas en los comprobantes fiscales que no reúnan algún requisito de los establecidos en esta disposición o en el

artículo 29 de este Código, según sea el caso, o cuando los datos contenidos en los mismos se plasmen en forma distinta a lo señalado por las disposiciones fiscales, no podrán deducirse o acreditarse fiscalmente (Mendoza, 2018).

Los Comprobantes Fiscales Digitales a través de Internet (CFDI) solo podrán cancelarse cuando la persona a favor de quien se expidan acepte su cancelación. El Servicio de Administración Tributaria (SAT), mediante reglas de carácter general, establecerá la forma y los medios en los que se deberá manifestar dicha aceptación.

Han pasado 12 años desde que la comprobación fiscal en México evolucionó, el cambio se nota desde que se comenzaron a realizar documentos digitales y se dejaron atrás las facturas en un bloc de hojas. Este cambio es en beneficio de todos, gracias al Servicio de Administración Tributaria (SAT) de México, al facilitarnos el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

La revista *Prontuario de Actualización Fiscal* (PAF) publicó un artículo en el año 2007, en donde da a conocer la migración de comenzar a utilizar las tecnologías de información como una herramienta para realizar los documentos digitales y obliga a muchas empresas a adquirir sistemas para realizarlos.

Para poder realizar facturas electrónicas es un requisito contar con firmas electrónicas y certificados de sellos digitales, es necesario tener un sistema que nos permita emitir y registrar la factura electrónica y certificados de sellos digitales, es menester contar con un sistema que nos permita emitir y registrar la factura en lenguaje XML (Lenguaje utilizado para la lectura de estas sin que intervenga una persona) (Pro, 2017).

Todos los contribuyentes conocían el término factura o comprobante de ingresos, se tenía que ir a una imprenta autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y solicitar la impresión de facturas en un bloque, en ella se escribían los datos del cliente y el concepto por el cual se estaba entregando la factura para poder deducir impuestos. La información que debería tener la factura era: Folio que lo asignaba el

Servicio de Administración Tributaria (SAT), datos del impresor, número de autorización, fecha, información del receptor, hasta que las facturas evolucionaron, incluyendo vigencia por disposición oficial.

En el 2010 inició el cambio con el código de barras, primera modificación en las empresas para realizar la migración a factura electrónica; los impresores aún tenían oportunidad de realizar impresiones a facturas, incluyendo el código de barras, que en ese entonces era posible descargar en la página del Servicio de Administración Tributaria (SAT). Si se contaba con un sistema de facturación, la realizabas desde tu sistema.

Para el año 2014 oficialmente la factura electrónica se volvió obligatoria para todos los contribuyentes, dejando atrás a las imprentas y realizando un cambio importante para nuestro país. Un cambio en la parte contable para todas las empresas y personas físicas, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) tiene muy claro hacia dónde quería llegar: facturación electrónica, contabilidad electrónica, proveedores que procesan y verifican declaraciones por medios electrónicos.

Ilustrando de una manera ordenada la implementación del Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI), el primer paso de la facturación electrónica, se observa cómo se han transformado los esquemas de facturación en los últimos 15 años, desde el reino de papel hasta la factura electrónica versión 3.3.

La evolución de la facturación electrónica ha ido mejorando en nuestro país, en el cual existe un gran problema, pues los contribuyentes, por falta de conciencia ética y responsabilidad civil, no cumplen con las obligaciones fiscales que desde siempre han existido en cualquier sociedad. La problemática de la carga tributaria, de parte de todos los mexicanos, no se cumplía como hasta ahora, con todos los cambios que se han presentado; por supuesto que va en incremento el mejor cumplimiento de la misma. El sistema de facturación electrónica en México es muy favorable para la recaudación de impuestos, ya que con ello se evita de muchas maneras –y se cumple uno de los objetivos para lo cual fue creado– la evasión fiscal. El Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) pone a los contribuyentes a tener más orden en sus procesos contables, a te-

ner información al día de los movimientos de comercio y, evidentemente, ayuda a determinar eficientemente cuánto se debe pagar al finalizar el mes o periodo del que se trate.

Sin embargo, también han surgido diferentes problemas con los contribuyentes, el nuevo Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) representa un esfuerzo del Servicio de Administración Tributaria (SAT) por brindar un mejor servicio a través de una mayor recopilación de la información que, a la vez, combatiría prácticas indebidas y errores, refieren los expertos.

A pesar de que desde julio del año pasado inició la vigencia de la nueva versión de la factura electrónica y a partir del primer día de este año ya se considera como el único medio de comprobación fiscal, aún existen varias dificultades que los contribuyentes están experimentando para adaptarse al nuevo formato de facturación (Rodríguez, 2018).

Simplemente, con la inclusión del nuevo método de facturación versión 3.3, el Servicio de Administración Tributaria (SAT) estima que los errores en las facturas tendrán un impacto significativo en las empresas.

Por su parte, Marco García, representante de Enconta, explicó que la integración de nuevos campos y la estandarización de otros, es de gran ayuda para mantener un mejor control. No obstante, estas actualizaciones pueden resultar confusas para las personas que no cuentan con un asesoramiento oportuno o conocimientos contables previos (Rodríguez, 2018).

De ahí que nuestros esfuerzos como plataforma digital se enfoquen en que el usuario pueda cumplir con sus obligaciones frente al Servicio de Administración Tributaria (SAT) de manera más sencilla y amigable”, abundó el especialista. Asimismo, consideró que informar y capacitar a las personas físicas y morales para este cambio ha sido una gran labor por parte de la autoridad fiscal. Sin embargo, Enconta ha detectado que los principales problemas que presentan los contribuyentes al momento de cumplir con los requisitos se concentran en tres segmentos.

El primero de ellos es el catálogo de productos y servicios. Señaló que como contribuyente se enfrenta a más de 52,000 opciones que integran

este listado, por lo que necesita adaptarse conceptualmente al nivel de detalle que presenta el campo para llegar hasta el resultado solicitado o el concepto más cercano al que se desea facturar.

A pesar de que la herramienta del Servicio de Administración Tributaria (SAT) permite la búsqueda del término a partir de las tres primeras letras que lo conforman, al no poder guardar los resultados más utilizados, además de lo complejo que es identificar la clave que le corresponde a las operaciones del día a día de los clientes, se puede entorpecer el proceso de facturación cuando se hace a gran volumen, confirmó.

Por otra parte, el vocero mencionó que, al momento de pactar una operación a crédito, es decir, se hace la entrega de la mercancía sin el pago de contado, se debe emitir un Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) por el valor total de la operación, eligiendo la clave en el método de pago como en parcialidades o diferido.

Dijo que, posteriormente, se tendrá que generar otra factura por cada aporte que haga el cliente para liquidar. Por lo tanto, aunque esta medida facilita la conciliación entre la emisión de los documentos y las transacciones, podría implicar una mayor carga administrativa al tener que generar varios Comprobantes Fiscales Digitales a través de Internet (CFDI) de una misma compra. El último segmento en donde los contribuyentes han tenido dificultades es el de cancelación con sustitución de factura; ante esto, el experto expresó que hay ocasiones en las que un error en la captura de información puede derivar en la cancelación de la factura.

En el caso que se requiera sustituirla para corregir el dato, se necesita identificar el folio fiscal, generar otro Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) y en la sección de facturas relacionadas, seleccionar la clave 04. De modo que se invierte más tiempo al repetir el proceso y vincular un documento con otro.

Los cambios que vemos en el organismo de fiscalización atienden a la necesidad de actualización y mejora continua de sus procesos. Por lo tanto, el desarrollo que las empresas de tecnología financiera están generando dinamismo en el entorno contable e impulsarán la adopción de las nuevas disposiciones por parte de los contribuyentes.

Gráfica 1. Evolución de la factura electrónica en México





Fuente: Villalvazo (2020).

Por su parte, Enrique Velderrain, socio de Velderrain Sáez y Asociados, explicó que como todo cambio este debe ser paulatino y confirmó que para algunas personas les resultará más fácil la adaptación a la versión 3.3. Sin embargo, refirió que, en caso de tener algún tipo de problema, lo recomendado es que los contribuyentes se apoyen en la opinión de algún especialista, de su contador, para evitar cualquier tipo de inconveniente. Que este los ayude a distinguir cuál es el código que debe utilizar su producto y servicio, de acuerdo a lo que viene en el catálogo de la factura. Al final, cualquier cambio de sistema (en la facturación) tendrá un costo y tiempo de adaptación. Ya sea empresas o incluso para una persona física, aunque cada caso es distinto. Por ello es importante que los contribuyentes se acerquen con sus contadores o incluso las autoridades para aclarar sus dudas”, manifestó (Rodríguez, 2018).

Justificación

Con la recopilación de toda la información, de los cambios y demás que se han hecho a lo largo de la historia en el sistema de facturación electrónica en México, el Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) ha tomado mucho valor porque es la principal herramienta de nuestra determinación de impuestos, la manera de colaborar, la manera en la que llevamos los procesos, además que es el documento oficial de que otorga nombramiento al bien o servicio que se adquiere; la importancia del sistema de recaudación lo vemos reflejado en la historia del Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI).

El motivo que da nombre a esta investigación es la revisión, de manera ordenada y sintética, de todos los procesos que ha tenido el sistema de facturación hasta como lo conocemos hoy en día, en los procesos electrónicos con sus herramientas de lectores (XML) y el comprobante fiscal válido con todos los requerimientos que se necesitan para poder deducir o emitir de manera correcta y que se denomina Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI).

Es conveniente realizar esta recopilación, en la cual resulta sorprendente el hecho no solo de ver la realidad del país en cuestiones éticas relacionadas con los comprobantes, cómo comprar y vender facturas para poder deducir gastos que nunca existieron; con esta investigación nos damos cuenta del objetivo principal, que es del mejoramiento de las cosas, del orden y la formalidad que le damos a estos documentos. El mal manejo de hechos inexistentes en la historia de la evasión fiscal ha llevado a realizar todo este trabajo, que ahora se puede resumir y observar la realidad que en muchas maneras es positiva para el crecimiento del país.

En cualquier economía del mundo realizar facturas es una actividad esencial que se hace diariamente en las pequeñas, medianas y grandes empresas, a pesar de que no todos los países han evolucionado a las facturas electrónicas en México es una obligación, como ya se ha mencionado en su evolución, aunque resulta pertinente cuestionarnos ¿por qué ello tiene tanta importancia?

Durante muchos años la manera de realizar las facturas fue en papel y a partir del 2010 comienza la revolución electrónica, como se ilustra en el recuadro del planteamiento, inicia la evolución como ahora la conocemos, esto para realizar diferentes procesos comerciales, legales, fiscales y administrativos que no fueron nada sencillos, pero se lograron con éxito como hasta ahora lo vivimos.

El Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) se estableció en las empresas y se debe cumplir como el Servicio de Administración Tributaria (SAT) nos indica para la facturación electrónica. Debe realizarse en un formato especial, para que pueda ser aprobado y emitido para la comprobación fiscal.

Poco a poco, en todo este desarrollo, es palpable el avance y la modernización de los negocios en México para llevar a cabo estos procesos, en donde es fundamental tener conocimiento técnico básico en el uso de las tecnologías de la información, procesos controlados y eficientes; muchas empresas que se dedican a este tema tecnológico, desarrollaron sistemas de facturación que se ponen de la mano a las necesidades de cada contribuyente o cliente en su caso.

Todo este proceso en la historia de la facturación está apegado al principal objetivo del Servicio de Administración Tributaria (SAT), en sus publicaciones, para la comprobación de impuestos y el control de IVA en el gobierno. Realizar facturación electrónica trae muchos beneficios a las empresas, el simple hecho de omitir los gastos de impresión o la duplicidad de documentos, desde su implementación se han optimizado los procesos de cobro para los proveedores y los pagos para los clientes (Pro M., 2017).

Todos los cambios en este tema han ayudado a los contribuyentes a llevar su contabilidad y tener disponibilidad de la información que deseen en tiempo real. Existen muchos sistemas y, dependiendo de las características del que se tenga implementado, se podrá consultar la información el día y la hora que quiera, una vez emitido el Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) se puede consultar en ese mismo momento. Pensar, por ejemplo, en las facturas de hace más de 15 años en papel, el proceso y los controles, arrastrar el lápiz, conocer los malos manejos para la evasión fiscal constata la razón por la que debemos estar satisfechos con los avances que se han hecho.

El tema de la ética es en particular una materia que no ha estado relacionada con la vida profesional de muchas personas que colaboraron con tanta mala y falsa información para poder evadir los impuestos, considerando el proceso tan incompleto y falso que se tenía; hoy en día pensar en eso es casi imposible y con mucho gusto puedo decir que el mejoramiento y control de estos procesos exige también a los contadores y futuros contadores a prepararse de la mejor manera para hacer frente a este trabajo tan importante, pues es una gran manera de avanzar como país.

Marco referencial

Facturación electrónica

La factura electrónica es una modalidad de factura en la que no se emplea el papel como soporte para demostrar su autenticidad, se diferen-

cia de la factura en papel por la forma de gestión informática y el envío mediante un sistema de comunicaciones que, conjuntamente, permiten garantizar la autenticidad y la integridad del documento electrónico (Facturafacilmente.com, 2019).

La facturación electrónica viene a sustituir el papel físico, es el comprobante electrónico ante las autoridades fiscales para poder realizar procesos administrativos, contables y fiscales; este se puede visualizar por medio de herramientas electrónicas que conectan con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), ahorrando tiempo, espacio, dinero y procesos administrativos.

CFDI

El CFDI (Comprobante Fiscal Digital a través de Internet) en México es un documento XML que cumple con la especificación proporcionada por el SAT (Servicio de Administración Tributaria). Un nodo secundario del CFDI Pago: Receptor, que indica quién recibe la factura.

El Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) es el objeto de todo lo realizado en este trabajo, ya que actualmente la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) ha realizado muchos cambios a lo largo de los años, como lo hemos visto, teniendo uno de los mejores, así como complejos, sistemas fiscales en nuestro país.

CFD (Comprobante Fiscal Digital)

Cuando las leyes fiscales establezcan la obligación de expedir comprobantes fiscales por los actos o actividades que realicen, por los ingresos que se perciban o por las retenciones de contribuciones que efectúen, los contribuyentes deberán emitirlos mediante documentos digitales a través de la página de internet del Servicio de Administración Tributaria (SAT). Las personas que adquieran bienes, disfruten de su uso o goce temporal, reciban servicios o aquellas a las que hubieran retenido contribuciones, deberán solicitar el respectivo comprobante fiscal digital por internet (artículo 29 CFF).

Es un documento electrónico validado por el Sistema de Administración Tributaria (SAT) que reciben al adquirir un bien, servicio o usar temporalmente bienes inmuebles. Sirve para comprobar las operaciones realizadas de manera digital.

CBB (Código de Barras Bidimensional)

Es un código de barras bidimensional que debe incorporarse en los comprobantes fiscales impresos, que será proporcionado por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) al momento de obtener cada aprobación de folios a través de su página en internet (Guía Emisión CBB SAT).

XML (Extensible Markup Language)

Es un lenguaje de marcado que define un conjunto de reglas para la codificación de documentos.

Es un conjunto de códigos que se aplican en el análisis de datos de los textos creados por la computadora. El lenguaje XML proporciona una plataforma con la que crea un formato y genera un lenguaje personalizado.

Para la factura electrónica hace referencia al conjunto de datos estructurados que componen el documento tributario, se pone de tal modo que sea legible para el intercambio de información entre las distintas plataformas informativas que intervienen en el proceso.

El propósito de este documento es brindar una introducción al concepto del lenguaje XML y los esquemas XML, mismos que son la base para la generación de los archivos, así como los estándares que apoyan la implementación de un esquema para poder formar un XML que sea validado para la contabilidad electrónica (sat.gob.mx).

CFF. Capítulo II. De los medios electrónicos

“Artículo 17-C. Tratándose de contribuciones administradas por organis-

mos fiscales autónomos, las disposiciones de este Código en materia de medios electrónicos sólo serán aplicables cuando así lo establezca la ley de la materia.

CFF. Título II. De los derechos y obligaciones de los contribuyentes. Capítulo I

“Artículo 18. Toda promoción dirigida a las autoridades fiscales, deberá presentarse mediante documento digital que contenga firma electrónica avanzada. Los contribuyentes que exclusivamente se dediquen a las actividades agrícolas, ganaderas, pesqueras o silvícolas que no queden comprendidos en el tercer párrafo del artículo 31 de este Código, podrán no utilizar firma electrónica avanzada. El Servicio de Administración Tributaria, mediante reglas de carácter general, podrá determinar las promociones que se presentarán mediante documento impreso.

Las promociones deberán enviarse a través del buzón tributario y deberán tener por lo menos los siguientes requisitos:

- I El nombre, la denominación o razón social, y el domicilio fiscal manifestado al registro federal de contribuyentes, para el efecto de fijar la competencia de la autoridad, y la clave que le correspondió en dicho registro.
- II Señalar la autoridad a la que se dirige y el propósito de la promoción.
- III La dirección de correo electrónico para recibir notificaciones.

Cuando no se cumplan los requisitos a que se refieren las fracciones I y II de este artículo, las autoridades fiscales requerirán al promovente a fin de que en un plazo de 10 días cumpla con el requisito omitido. En caso de no subsanarse la omisión en dicho plazo, la promoción se tendrá por no presentada, así como cuando se omita señalar la dirección de correo electrónico.

Los contribuyentes a que se refiere el tercer párrafo del artículo 31 de este Código no estarán obligados a utilizar los documentos digitales previstos en este artículo. En estos casos, las promociones deberán pre-

sentarse en documento impreso y estar firmadas por el interesado o por quien esté legalmente autorizado para ello, a menos que el promovente no sepa o no pueda firmar, caso en el que imprimirá su huella dactilar. Las promociones deberán presentarse en las formas que al efecto apruebe el Servicio de Administración Tributaria. Cuando no existan formas aprobadas, la promoción deberá reunir los requisitos que establece este artículo, con excepción del formato y dirección de correo electrónicos. Además, deberán señalar el domicilio para oír y recibir notificaciones y, en su caso, el nombre de la persona autorizada para recibirlas.

Cuando el promovente que cuente con un certificado de firma electrónica avanzada, acompañe documentos distintos a escrituras o poderes notariales, y éstos no sean digitalizados, la promoción deberá presentarla en forma impresa, cumpliendo los requisitos a que se refiere el párrafo anterior, debiendo incluir su dirección de correo electrónico. Las escrituras o poderes notariales deberán presentarse en forma digitalizada, cuando se acompañen a un documento digital.

Cuando no se cumplan los requisitos a que se refieren los párrafos cuarto y quinto de este artículo, las autoridades fiscales requerirán al promovente a fin de que en un plazo de 10 días cumpla con el requisito omitido. En caso de no subsanarse la omisión en dicho plazo, la promoción se tendrá por no presentada, si la omisión consiste en no haber usado la forma oficial aprobada, las autoridades fiscales deberán especificar en el requerimiento la forma respectiva.

Lo dispuesto en este artículo no es aplicable a las declaraciones, solicitudes de inscripción o avisos al registro federal de contribuyentes a que se refiere el artículo 31 de este Código”.

Metodología

Toda la investigación que se llevó a cabo en el presente artículo es con base en la historia, la perspectiva metodológica que se ha elegido es cualitativa, la evolución que ha tenido a la facturación electrónica y sus diferentes cambios en México, con una observación para recopilar datos, movimientos y cambios para mejorar nuestro sistema fiscal, por lo que se

planteó una hipótesis con la emisión de las facturas electrónicas para que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) pueda tener mayor control en los procesos fiscales, dicho esto, prácticamente analizando todos los procesos evolutivos que ha tenido se dan a conocer cuáles son los verdaderos sentidos de todos los cambios que se le han hecho al Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI).

Posteriormente se analiza una línea del tiempo, en la cual es estudiado el comportamiento y cambios del comprobante fiscal, llevándolo a un sistema electrónico, hasta convertirse en lo que actualmente es el Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI); la finalidad de todos los cambios se analiza en la justificación, dando a conocer todo lo que se puede desarrollar de dicha situación.

Finalmente podemos determinar que todos los cambios evolutivos de dicho comprobante, para la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) han traído beneficios de los cuales ya se han hablado. Utilizando información de las diferentes revistas fiscales, diarios oficiales, páginas fiscales y la misma página del Servicio de Administración Tributaria (SAT), podemos tomar como buenas bases para la historia de este documento tan importante para el funcionamiento de cualquier entidad, lucrativa y no lucrativa.

Método de investigación

El método empleado es explicativo, tiene sentido en migrar la información de la historia y como objetivo explicar cómo ha sido la evolución e informar, a la vez, el beneficio de la misma, al sistema de facturación en nuestro país. La primera factura electrónica se emite en el año 2005, gracias a que un grupo de contribuyentes solicitó permiso para poder presentar la facturación electrónica. Anteriormente, los contribuyentes debían acudir a las oficinas del Servicio de Administración Tributaria (SAT) para poder hacer sus declaraciones y otro tipo de trámites, lo cual les llevaba mucho tiempo.

Había mucho descontrol, ya que no existían las condiciones para la transparencia y la rendición de cuentas, por lo cual el fraude y la evasión fiscal eran difícil de detectar. La implementación de la factura electrónica permite reducir tanto el tiempo como el costo de los trámites, lo cual motiva a cumplir las obligaciones fiscales.

Por otra parte, la autoridad tiene más control con el conocimiento de las operaciones que se realizan en el país e incrementa su recaudación. Ha permitido detectar esquemas de defraudación fiscal y otorgar mayor transparencia, seguridad y personalización en la relación entre ciudadanos y gobierno.

Con el paso de los años se han implementado versiones cada vez más avanzadas que nos han demostrado el ahorro en el costo administrativo y la facilidad en la elaboración, lo cual disminuye cada vez más los errores.

Sabemos bien que cada que sale una nueva versión es para mejorar, aunque es inevitable que al principio de cada cambio se cometan algunos errores, en lo que los contribuyentes se adaptan a la nueva versión.

Discusión de resultados

La facturación electrónica es la mejor herramienta fiscal que México ha implementado desde el 2004; de muchos países se puede afirmar por comentarios de profesionales, que México es uno de los mejores y más completos en sistemas fiscales y ello se debe a su control de medios electrónicos para la recaudación por medio del Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI), que, según hemos visto, su evolución ha ido más allá de lo que un contribuyente al evadir los impuestos puede imaginar. Es obtener el control de los recursos mexicanos, de todos y cada uno de los que colaboramos para el crecimiento del país, es tener en manos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) toda la información financiera para la mejor obtención de recursos.

Todo el control electrónico en los XML, la lectura de la información es para beneficio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), esperando que todo este esfuerzo que se hace día a día, con los cambios

a la facturación, los complementos de pago y demás, no solo sirvan para la mejor obtención de recursos, y para el mejor manejo administrativo del mismo, sino que constituya un reflejo para la consciencia de que cada vez se colabora mejor con el gobierno y se utilicen esos recursos de la mejor manera.

Los problemas que los contadores enfrentamos día a día con todos los cambios fiscales, el estudio que se dedica al mismo, la gran variedad de impuestos que se recaudan, la gran cantidad de procesos y requisitos fiscales que se piden para poder deducir cualquier cosa es solo el proceso tan complejo, pero tan afortunado, que tenemos de poder contar con el sistema que tenemos. Esperemos que los controles que vienen y los cambios que se espera lleguen, sean para el mejor manejo de los recursos y se actúe con mayor transparencia en la recaudación de los recursos.

Conclusión

La factura electrónica en nuestro país inició en el 2004, coexistiendo con los documentos fiscales impresos hasta 2014, fecha en que por disposición fiscal se hace universal la facturación por medios electrónicos, mediante el denominado Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI). La principal razón por la que México migró a la facturación electrónica fue para incrementar el control de operaciones, aumentar la calidad de la auditoría y, por lo tanto, combatir la evasión.

Un hecho que no puede pasar desapercibido en nuestro país es que cuando se instaure una política, se considere su efectividad o alcance dadas las condiciones reales en la que se aplica. El caso concreto fue establecer como condición para emitir Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI), que tanto personas físicas como personas morales obtuvieron más de 4 millones de pesos de ingresos, esto según información del Servicio de Administración Tributaria (SAT), lo cual fue exitoso para el caso de personas morales, pero no tratándose de las personas físicas, ya que son muy pocas las que se encuentran en esa circunstancia.

A pesar de los avances que ha tenido México en materia de facturación, es importante se considere implementar un catálogo de cuentas estandarizado por producto para obtener un mayor nivel de información sobre las operaciones, provocando una disminución considerable en los costos operativos de las empresas.

Por lo cual se piensa muy efectiva la relación del Comprobante Fiscal Digital a través de Internet (CFDI) como en todos los temas, es de suma relevancia subrayar el avance en recaudación fiscal gracias a este documento, pues se habla de obtener mayor control en los procesos contables fiscales y administrativos, pero sobre todo para la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), quien con el sistema diseñado ya tiene la información al día, ordenada y precargada para que el contribuyente le informe cómo deben responder ante la obligación de contribuir al país.

Fuentes

AN. (Alto Nivel). (2019). *altonivel.com.mx/finanzaspersonales*.

Big erp. (2017). *La historia de la facturación electrónica*. Obtenido de <https://blog.bind.com.mx/historia-facturacion-electronica-mexico>

Fácilmente, P. F. (2019). *Facturafacilmente.com*.

FACTURA FÁCIL. (FEBRERO de 2020). *FACTURAFACILMENTE.COM*. Obtenido de FACTURA FÁCILMENTE PROVEEDOR AUTORIZADO DE CERTIFICADOS: <https://www.facturafacilmente.com/que-es-la-facturacion-electronica/>

Luna, C. (2018). *Factura electrónica del SAT: todo lo que debes saber*. México.

Mendoza, A. M. (02 de 10 de 2018). *ContadorMx*. Obtenido de <https://contadormx.com/2018/10/02/requisitos-para-que-el-cfdi-de-egreso-sea-una-deducccion-autorizada-su-correcta-emision/>

PAF. (2016). *Prontuario de Actualización Fiscal*. PAF.

- Pro, B. M. (28 de 06 de 2017). *La Factura Electrónica y su evolución en México*. Obtenido de <https://blog.mproerp.com/la-factura-electronica-y-su-evolucion-en-mexico/>
- Pro, M. (11 de 07 de 2017). *La importancia de la Factura Electrónica en México*. Obtenido de <https://blog.mproerp.com/la-importancia-de-la-factura-electronica-en-mexico/>
- Rodríguez, B. S. (12 de marzo de 2018). “Qué dificulta la adopción de la facturación 3.3”. *El economista*.
- Servicio de Administración Tributaria. (s.f.). Obtenido de <https://www.sat.gob.mx/home>
- Servicio de Administración Tributaria*. (19 de 03 de 2020). Obtenido de <https://www.sat.gob.mx/articulo/99662/articulo-29-a>

VI. Problemática del uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales en la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio de las empresas en Puerto Vallarta

Edith Araceli Arreola Ávalos
Diego Alejandro Hernández Sánchez
Elba Martina Cortés Palacios

Resumen

El servicio se da en todo tipo de empresa, la calidad en el mismo resulta importante porque es lo que los clientes perciben al momento de entregar los productos para su consumo, ya sean bienes o servicios, sin embargo, la realidad es que, en su mayoría, los empresarios carecen de información que les indique la efectividad de los procesos o estrategias de calidad en el servicio de su negocio y, por ende, la importancia en la satisfacción de sus clientes. Actualmente existen estudios que comprueban que darle seguimiento a la experiencia que se llevan los clientes le da un mayor reconocimiento a la empresa y atrae a más clientes, asimismo funciona como un factor a tomar en cuenta en las estrategias de mejora de la calidad. Una alternativa para la anterior problemática la ofrecen las plataformas digitales y las redes sociales, pues si las empresas ofrecen un servicio de calidad se refleja en las calificaciones recibidas en estas, las cuales ayudan a mejorar el servicio al cliente; desafortunadamente no se les da un seguimiento a las calificaciones recibidas, por lo tanto, no hay información que puede contribuir a la detección de problemas y la mejora. Debido a lo antes expuesto, el objetivo de la presente investigación fue analizar la problemática del uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales en la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio de las empresas, en Puerto Vallarta.

Palabras clave: calidad en el servicio, plataformas digitales.

Introducción

Las reseñas de opinión sobre los servicios de los consumidores han existido desde hace mucho tiempo, desde algo formal como algo escrito en un medio impreso, hasta una reseña más informal como puede ser recomendar un restaurante de voz en voz, es un medio poderoso de publicidad ya que proviene de alguien que ya ha recibido el servicio o producto y tiene el poder para influir en un potencial consumidor. Con el uso de las nuevas tecnologías estas opiniones han tomado fuerza en las páginas en línea, hay hasta sitios especializados en recoger y analizar esta información, por lo cual, las empresas cada vez se interesan más en darle la importancia necesaria para que sirvan como punto de referencia en la toma de decisiones del lugar.

En relación con lo anterior, en primer lugar, Savini (2014) menciona que la evolución que ha sufrido la comunicación en los últimos años ha sido trascendental ya que se incorpora a nuestra vida cotidiana; esta evolución toma importancia ya que les facilita a las personas hacer *feedback* en tiempo real. Las empresas toman beneficio de esto, incorporándolo a sus planes de marketing como un aspecto importante a tomar en cuenta para así elegir en qué red social va a impactar más la marca y tomar las decisiones consecuentes. Aquí es donde se integra la interacción marca-cliente en tiempo real. Además, Fernández & Fernández (2017) exponen que la gestión de los comentarios *online* se ha convertido en una nueva forma de gestionar la relación con los clientes, la respuesta a los comentarios positivos revela que escucha a sus clientes y los valora, mientras que las respuestas a los comentarios negativos pueden aumentar la satisfacción del cliente. Esta información se debe de gestionar bien para darle el correcto uso y así poder aplicarlo en mejorar el servicio que se ofrece.

Lara (2002) considera que la calidad del servicio es la conformidad del servicio prestado con las especificaciones y expectativas del cliente; las organizaciones de servicio deben de determinar qué beneficios esperan recibir los clientes y de procurar producir los servicios que puedan colmar sus expectativas, tomando en cuenta que un servicio de buena calidad casi nunca pasará desapercibido. La calidad del mismo aumentará la reputación de la empresa; acorde a Treball (2012) la gestión de la reputación

en redes de la empresa se ha convertido en una herramienta fundamental de promoción para las empresas, ya que pueden ver cómo sus ventas y prestigio aumenta, o se desploma, en función de las opiniones de los consumidores y como debe reaccionar ante estas opiniones, ya que más del 80% de las personas busca información en internet de un producto o servicio antes de comprarlo. Es la parte en donde las empresas tienen que examinar otros aspectos para mejorar o posicionar su imagen en el mercado, tomando de referencia dichas opiniones. Casani (2011) propone que una nueva estrategia en las empresas son las emociones y redes sociales, siendo este aspecto esencial, menciona que un modelo de negocios puede enfocarse en emociones como una propuesta de valor, aquí es donde algunas estrategias como el *storytelling* pueden funcionar como instrumento para conectar con el público, a través de redes sociales esto puede ser más fácil de difundir, dando como resultado una respuesta positiva.

Existen estudios que comprueban que el darle seguimiento a la experiencia que se llevan los clientes genera un mayor reconocimiento a la empresa y atrae a más clientes, asimismo funciona como un factor a tomar en cuenta en las estrategias de mejora de la calidad. Como resultado, si las empresas ofrecen un servicio de calidad se refleja en las calificaciones recibidas en las plataformas digitales, lo cual ayuda a mejorar el servicio al cliente. Por lo tanto, se puede deducir que a mayor calidad en el servicio, mayor será calificación otorgada en las redes sociales. Sin embargo, no siempre se realiza la acción de calificar el servicio, por lo tanto el empresario carece de información sobre la manera de llevar el negocio y la importancia sobre el servicio que se brinda. En algunas empresas la gente no tiene los estudios ni los conocimientos necesarios para la correcta forma de llevar a cabo el servicio y el postservicio al cliente. No se les da un seguimiento a las calificaciones recibidas, por lo cual no hay información que pueda ayudar a la detección de problemas y la mejora, lo que implica que, a menor conocimiento, menor la calificación otorgada por los clientes y por lo tanto no habrá una mejora de los procesos de calidad en el servicio.

Finalmente, con base en lo analizado anteriormente, se puede identificar que los servicios contribuyen con el 60% del PIB aproximadamente, el sector servicios de Jalisco es el que mayor número de empleos genera y el 55% de los mexicanos ha puesto una queja por mal servicio recibido (INEGI, 2016). Por otra parte, los datos referenciales de estudios ya elaborados destacan que de las opiniones de los usuarios que corren por las redes sociales, el 95% comparte las malas experiencias y el 58% de los clientes que reciben una experiencia negativa jamás vuelve a utilizar de nuevo esa empresa (INEGI, 2013).

No obstante, bajo el estudio de la teoría se encuentra un conflicto, dado que la teoría de los recursos y capacidades plantea que las organizaciones son diferentes entre sí, en función de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado, así como por las distintas características de estas, y que dichos recursos y capacidades no están disponibles para todas las empresas en las mismas condiciones, tal es el caso de la información sobre la calidad percibida por el cliente. Lo anterior llevó al desarrollo de la siguiente pregunta de investigación: ¿cuál es la problemática del uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales en la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio de las empresas de Puerto Vallarta? Para responder esta pregunta se planteó el siguiente objetivo: analizar la problemática del uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales en la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio de las empresas en Puerto Vallarta. Este estudio permitirá sentar las bases para un tipo de empresa de elevada importancia económica en la ciudad referida y que, como resultado, plantee alternativas para guiarlas en la elaboración de las estrategias necesarias para solucionar los problemas que se puedan presentar y potencializar el uso de las plataformas digitales como un recurso empresarial de alto valor en la toma de decisiones.

Desarrollo

Contexto nacional

El sector de los servicios ha tenido un crecimiento bastante notorio en la economía mexicana a partir de la década de los 90, gradualmente México se ha estado transformando en una economía que depende más del sector de los servicios, dejando atrás la manufactura y el campo. Según el INEGI (2016), los servicios contribuyen con aproximadamente el 60% de la producción agregada del Producto Interno Bruto. De esta manera, cada día la importancia de estos entre los ciudadanos es primordial para el desarrollo económico del país. Por lo cual es importante que estos servicios se ofrezcan con la calidad necesaria para hacerlos crecer.

En México por lo general los clientes no reciben buenos servicios de las organizaciones que los brindan, lo que hace que las personas que se enfrentan a estos no le sean leales a las empresas y fácilmente cambien de organización. Dicho efecto negativo impacta seriamente a las empresas dedicadas al tercer sector. Por esta razón, si se quiere lograr una economía fuerte en el sector servicios, se tiene que mejorar la calidad en el mismo, lo que provocaría mayor satisfacción de los clientes y, por lo tanto, mayor lealtad de estos. Un estudio de Servicios de Atención al Cliente realizado en el 2016, por parte del Departamento de Investigación de Mercados de la UNAM, arrojó como resultado, en una encuesta realizada a 250 consumidores mexicanos, que el 55.77% sí ha interpuesto una queja por algún mal servicio o por la mala calidad de un producto y el 44.23% no lo había hecho (Universidad Autónoma de México, 2016).

Contexto estatal

En el sector servicios del estado de Jalisco ha venido creciendo de forma constante la banca, la bolsa, los seguros y el turismo, debido al aumento progresivo de la inversión extranjera, en los últimos años. Según cifras oficiales de 2015, Jalisco es el cuarto estado que más aportación hace

al Producto Interno Bruto nacional, con una participación del 6.47%. El sector servicios de esta entidad es el que mayor número de empleos genera en el estado, según las cifras aportadas por la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) de 2014, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). Por su parte, en lo referente al turismo, ha tenido un fuerte repunte en los últimos años. En 2016 Jalisco recibió más de 16 millones de visitantes en sus principales zonas turísticas: Guadalajara, Puerto Vallarta, sur de Costa alegre, Rivera de Chapala, Tequila, zona de los Altos y otros lugares de interés (Turismo, 2019).

Contexto municipal

Puerto Vallarta es uno de los destinos turísticos principales de México, por lo cual el sector de servicios básicamente mantiene la economía del puerto. Por esta razón, las empresas deben de estar siempre a la vanguardia, capacitando a sus empleados en materia de servicio al cliente, así como estar al tanto de las calificaciones que se le dan, para así detectar problemas y encontrar tácticas para dar solución a las situaciones que se puedan suscitar. Al implementar este proceso las empresas se hacen más competitivas y adquieren una ventaja para hacer frente a su competencia en el mercado. El periódico *El Informador* (2016) reporta que se entregaban 28 distintivos H a las empresas del sector hotelero y restaurantero; las mejoras logradas en el sector turístico de Puerto Vallarta satisfacen la demanda del turismo actual, particularmente la de aquellos vacacionistas más exigentes.

Puerto Vallarta es una ciudad reconocida, en la cual la mayoría de las empresas determinan que el talento está en el capital humano. En la actualidad, las actividades terciarias son las que registraron el crecimiento más pronunciado; en julio del 2018, la actividad económica en el sector comercial y de servicios incrementó 3.6% a tasa anual, hilando cuatro periodos siguiendo una tendencia al alza (Jalisco, 2018). El comportamiento de las actividades terciarias es fundamental para la economía mexicana

debido a que en ellas se emplea más de la mitad de los mexicanos y son las que presentan mayor dinamismo. Debido a ello, la importancia que se le debe dar a estas áreas es cada vez mayor, con el buen manejo de la mejora continua en el servicio que se ofrece se puede llegar a generar una mayor derrama económica proveniente del sector de servicios.

Marco teórico

Para la presente investigación fue importante definir los conceptos de las palabras clave para analizar la problemática. Se conoce como calificación al acto de calificar a algo o a alguien. Este verbo, según se desprende de su definición, significa evaluar y puntuar las cualidades o capacidades de un objeto o individuo, realizar un juicio de valor o establecer el nivel de suficiencia de los saberes que los alumnos evidencian al realizar exámenes o determinados ejercicios (Pérez & Merino, 2012). También tiene como significación apreciar o determinar las cualidades o circunstancias de alguien o de algo (RAE, 2020).

Asimismo, por plataformas digitales se entiende que son sitios de internet que sirven para almacenar distintos tipos de información, tanto personal como a nivel de negocios. A su vez son redes sociales que facilitan el contacto con amigos, familiares y otros. Estas plataformas funcionan con determinados tipos de sistemas operativos y ejecutan programas/aplicaciones con distintos contenidos, como pueden ser juegos imágenes, textos cálculos, simulaciones, videos, entre otros (Valera, 2010). Estos son considerados como plataformas interactivas de comunicación que permiten a las personas colaborar entre ellas, generar contenidos, compartir información y conocimiento, y participar a través de herramientas tecnológicas de la *web 2.0* o *web social* (O'Reilly, 2017).

Las plataformas digitales o plataformas virtuales son espacios en internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos (Giraldo,

2019). Entonces, para efectos de esta investigación se entendió como calificación de plataformas digitales a la asignación cualitativa o cuantitativa, de una valoración a un producto o servicio, esto realizado a través de un sitio de internet, como pueden ser las redes sociales, que permiten la colaboración y retroalimentación de otras personas en tiempo real.

Como procesos de mejora de la calidad del servicio se tiene que es la acción o situación favorable, de progreso o perfeccionamiento de las cosas o las personas en su constitución, estado o desarrollo (Arlex, 2020). Además de la alusión a un avance, desarrollo, adelantamiento, mejoramiento, progreso, aumento, incremento, potenciación, prosperidad o perfeccionamiento (Definición, 2020). En cuanto el servicio al cliente, se entiende como el conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes externos, incluso, mejor que la competencia (Prieto, 2010). Aunado a lo anterior, es claro que es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, y se asegure un uso correcto del mismo (Escolme, 2019).

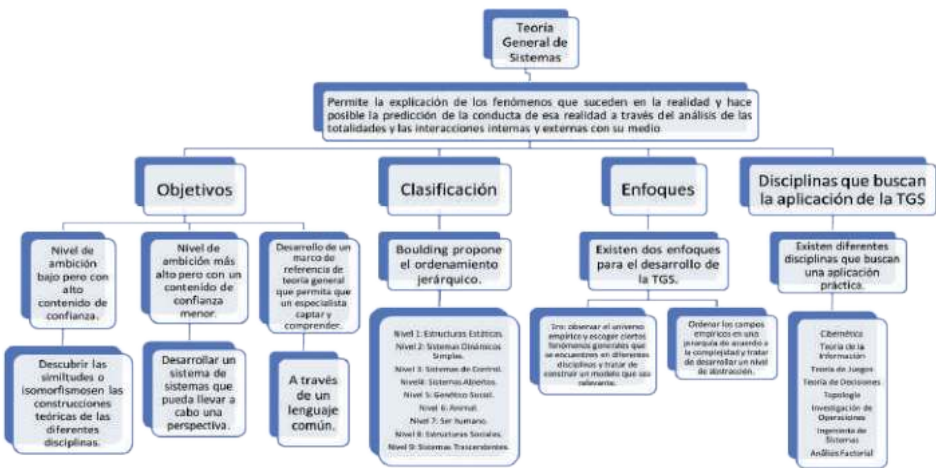
Teoría de los sistemas

Bertalanffy Ludwig y Katz Kuhn establecen que los sistemas son mecanismos de entrada, producción y salida. Las entradas se refieren al ambiente transformado en forma de energía, información, dinero, personas y materias primas. Cada uno de estos mecanismos debe funcionar bien, sobre todo si se quiere que el sistema sea efectivo. Todos los sistemas tienen propósitos y metas, convirtiéndose estas en las razones de su existencia. En torno a ello, la planificación de los sistemas abiertos se refiere a examinar el ambiente, con el objeto de determinar otras expectativas que tienen las organizaciones entre ellas mismas. La teoría general de sistemas propuesta por Ludwig von Bertalanffy busca reglas de valor general, aplicables a cualquier sistema y en cualquier nivel de la realidad. Esta teoría surgió por la necesidad de abordar científicamente la comprensión de los sistemas concretos que forman la realidad, generalmente complejos

y únicos, resultantes de una historia particular, en lugar de sistemas abstractos como los que estudia la física (Salas, 2010).

La teoría de sistemas se relaciona con el tema del servicio al cliente, debido a que el ambiente en el que se desarrolla la empresa es un sistema abierto que depende de variables para su funcionamiento, tanto internas como externas. En el ambiente interno influyen aspectos como la capacitación de los empleados, políticas de la empresa, gestión del trabajo, calidad en los procesos, manejo de crisis, entre otros. El ambiente externo alude a temas como la reputación del lugar, la ubicación, los clientes potenciales. Esto trabaja de manera en la que unas dependen de las otras; al haber un error alguna parte del sistema, como lo puede ser el dar un mal servicio, afecta a otras partes del mismo como la reputación o la calidad que tiene la empresa.

Figura 1. Modelo de la teoría general de sistemas



Fuente: Salas (2010).

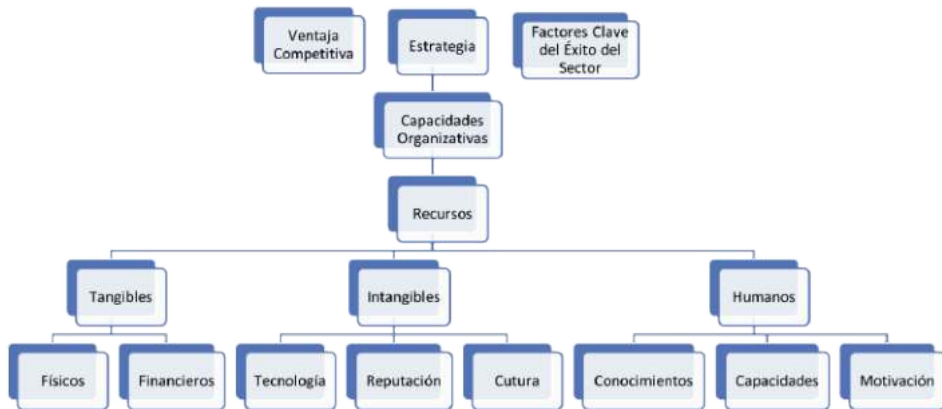
Teoría de recursos y capacidades

Otra teoría que al análisis de la problemática es la teoría de recursos y capacidades, procede del ámbito académico y se desarrolla en los años 80. Calero (2016) señala que esta percibe a la empresa como resultado de los recursos y capacidades que la misma puede sintetizar, y está unida al concepto de competencias nucleares y al reconocimiento de los activos intangibles, como condicionantes de las ventajas competitivas sostenibles.

Estos recursos y capacidades son la principal fortaleza de la organización y deben consecuentemente guiar la elección de la estrategia. Cabe añadir que mediante el análisis de los recursos y capacidades se identifican las fortalezas y debilidades de una organización, y si con base en ellos se pueden explotar las oportunidades y neutralizar las amenazas, se constituyen en fuente de ventaja competitiva, por lo que ha de apuntarse a la generación de capacidades distintivas en áreas a lograr ventajas competitivas sostenibles. A través de los recursos y capacidades, entonces, la organización puede hacer realidad y ajustar la estrategia.

Esta teoría expone aspectos que explican cómo se ocasiona el fenómeno de que a mayor calidad en el servicio, la calificación en las redes será superior, debido a que la generalidad de las veces, la calidad con la que se presta un servicio o se le da seguimiento a alguna queja en la atención al cliente depende de los recursos y las capacidades con las que cuente el personal que labora. Una empresa bien posicionada y con los recursos necesarios, tendrá a un Community Manager que le dé seguimiento y solución a todas las quejas y comentarios que se puedan dar en las distintas plataformas de la empresa para así mantener satisfechos a sus clientes; por otro lado, una empresa sin tantos recursos puede no atender del todo esta área, lo cual ocasionaría el descontento de los clientes o la pérdida de la fidelización de estos. Por otra parte, los cursos de capacitación que pudiese ofertar una empresa con recursos y buen personal siempre tendrán que proporcionar una ventaja inmediata sobre las que no lo implementan (Calero, 2016).

Figura 2. Modelo de recursos y capacidades



Fuente: (Calero, 2016)

Además de lo anterior, para un mayor entendimiento del comportamiento de cada variable se analizaron diferentes modelos. Para el caso del seguimiento de la calificación de plataformas digitales, una de las razones principales para gestionar las calificaciones que se dan a través de las plataformas *online* es cuidar la reputación de la empresa en redes sociales, ya que en este medio la información viaja mucho más rápido y puede afectar.

Para lo anterior el modelo integral de la gestión de la reputación online (MiRoc) está desarrollado para que sea posible para las organizaciones estructurar planes con el fin de alcanzar cuatro objetivos generales: crear, mantener, defender y recuperar la reputación en el ambiente digital, como se muestra en la figura 4.

Figura 3. Modelo integral de la gestión de la reputación online



Fuente: Costa (2018).

La parte dedicada a la monitorización (o analítica *web*) de la reputación *online* es una actividad que forma parte del modelo y, de manera transversal, para alimentarlo de informaciones en tiempo real sobre los usuarios, temas relevantes, la competencia y el nivel de *engagement* que la organización está generando con sus *stakeholders* y, además, servir como base de retroalimentación del modelo. En este, en términos de reputación, los resultados finales que se esperan con un plan de gestión son de tres tipos: que una organización sea conocida, ser conocida por algo y obtenga una favorabilidad general, que son los pilares que cualquier plan de reputación debe tener, digital o no (Costa, 2018).

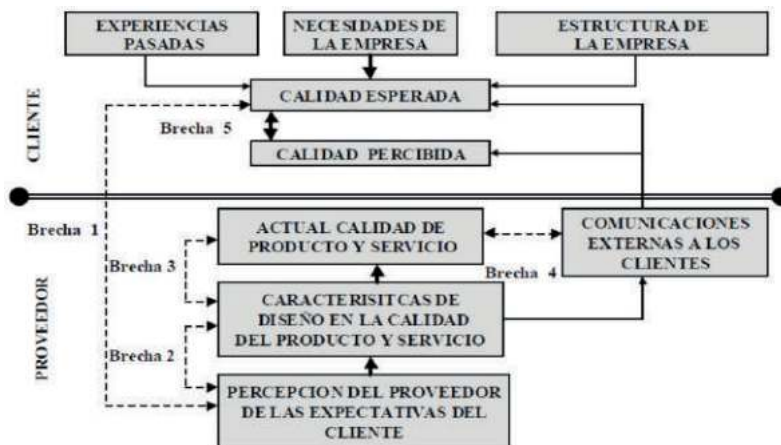
Además del anterior, el modelo de brechas sobre la calidad del servicio es un esquema que permite, a través de la identificación de puntos críticos, determinar los momentos en los que se generan desviaciones que conducen a resultados no esperados por el cliente, afectando de forma negativa la calidad y experiencia del servicio. El modelo plantea la existen-

cia de cinco brechas divididas en dos grupos, uno de brechas del cliente, y otro de brechas de la empresa o proveedor del servicio.

El primer grupo solo incluye una de las cinco brechas y es la diferencia que se genera entre las expectativas que el cliente tiene de los servicios, fruto de experiencias pasadas y de información recolectada, y la percepción que el servicio genera una vez ha sido comprado y experimentado. Esta brecha es conocida como la brecha del cliente. El segundo grupo contiene las cuatro brechas restantes, como se ilustra en la figura 5 el modelo completo, articulando todas las brechas entre sí, de acuerdo con su interrelación y dependencia.

- Brecha 1: no saber lo que el cliente espera.
- Brecha 2: no seleccionar ni el diseño, ni los estándares del servicio adecuados.
- Brecha 3: no entregar el servicio con los estándares de servicio ya definidos por la empresa.
- Brecha 4: no igualar el desempeño del servicio con las promesas hechas previamente.

Figura 4. Modelo de las cinco brechas del servicio al cliente



Fuente: Zeithaml (2001).

Los clientes reciben valor cuando los beneficios que obtienen de un producto o servicio exceden al costo de adquirirlos o usarlos. Esta es una ecuación fundamental: cuanto mayor es la diferencia entre los dos (entre el precio y el beneficio), más alto es el valor. Los resultados que se obtienen de un servicio no son fáciles de medir, ya que en comparación con los bienes parece ser que nunca se está seguro inmediatamente de la satisfacción del producto. Un bien se puede probar antes de comprarse y tener idea de sus resultados potenciales; en cambio, un servicio hay que tomarlo para saber si nos convenía. Un ejemplo es cuando una persona decide decolorarse el cabello, no sabía qué tan bien le queda hasta el final del proceso (Zeithaml, 2001).

El modelo empresarial orientado a la satisfacción del cliente y mejoramiento de la calidad está orientado a la satisfacción del cliente y no cierra su ciclo hasta que no se obtiene una retroalimentación positiva. Esto significa que no basta con facturar y despachar los productos, es necesario obtener una retroalimentación del cliente y esta debe ser positiva; si por alguna razón se obtiene una negativa, significa que el cliente no se encuentra satisfecho con el producto y servicio, por lo que el proceso de postventa, de atención del cliente u otro, debe tomar las acciones correctivas, adecuadas, precisas, que enmiende y revierta la experiencia negativa en positiva (Chirinos, 2015).

Figura 5. Modelo empresarial orientado a la satisfacción del cliente y mejoramiento de la calidad



Fuente: Chirinos (2015).

Este modelo es útil en un enfoque para el establecimiento de alianzas estratégicas, con el objetivo de penetrar nuevos mercados y competir en los ya existentes a través de la implantación del modelo multiempresarial o multiprovedores que se propone a continuación.

Métodos y materiales

El enfoque fue cualitativo, por la naturaleza de las variables y porque solo se planteó el análisis de información sobre la problemática ya desarrollada en otras investigaciones y no se pretendió probar relaciones. El método fue deductivo, puesto que se partió de datos referenciales ya obtenidos, que permitieron alcanzar el objetivo y, con ello, contribuir con información sobre los hechos de las plataformas digitales y su uso para mejorar los procesos de calidad en el servicio. El diseño no fue experimental, dado

que no se tuvo el control ni se manipularon las variables, solo se tomaron como base sucesos que ya pasaron. El tipo de investigación fue descriptiva-documental y de corte transversal, en vista de que se recogieron datos e información en un solo momento.

Discusión de resultados

La problemática en términos del uso de plataformas digitales para mejorar los procesos de calidad tiene varias vertientes, que han sido investigadas en múltiples trabajos, en el caso de empresas de servicios, que es lo más común en Puerto Vallarta, y que fueron el marco de referencia para el siguiente análisis dado que no se han desarrollado en Puerto Vallarta. Se encontró una investigación realizada por Araujo (Araujo, 2019), que tuvo como objetivo establecer una confrontación entre los atributos de calidad percibidos por los clientes en evaluaciones *online*, después de experimentar los servicios de un hotel categoría cinco estrellas y la percepción del equipo gestor del referido establecimiento acerca de los requisitos de calidad, se adoptó la investigación y análisis de los datos de 571 evaluaciones sobre el hotel estudiado, disponibles en el portal TripAdvisor, mientras que en la investigación con los gestores se hicieron entrevistas individuales a seis profesionales que actúan directamente en la administración del establecimiento.

Muchos potenciales consumidores consultan los comentarios Online Travel Reviews (OTR) antes de organizar sus viajes, de este modo, los ítems evaluados en los OTR pueden ser considerados por los gestores hoteleros como criterios competitivos. En otra investigación de Lima (Lima, 2017), el objetivo principal fue identificar los criterios competitivos que ganan pedidos y son calificadores en la evaluación general del desempeño del sector hotelero, se utilizaron como metodología de medición y análisis de las relaciones entre las variables dependiente (evaluación general) e independientes (valor, cuarto, servicio, limpieza, recepción y localización); el método estadístico multivariado de análisis discriminante y regresiones simples.

Así mismo en la investigación de Schäfer (2018). se buscó comparar la percepción del desempeño de los grandes hoteles brasileños, en la perspectiva de los clientes y los gestores. La percepción adecuada de la insatisfacción por parte de los segundos permite que se implementen estrategias para mejorar el servicio prestado. Para el relevamiento de datos, en lo que se refiere a la satisfacción de los clientes, se consultaron las evaluaciones generales de los hoteles (“índice de popularidad”) en los sitios TripAdvisor y Trivago. Los factores indicados por los clientes como decisivos para la evaluación se relacionan primeramente con la atención prestada y, luego, con la estructura física de los hoteles. La consulta de sitios que contemplan la evaluación de los clientes por parte de los gestores lleva a reevaluar las estrategias operativas y las metas de gestión con base en los requisitos entendidos por el cliente como esenciales para un hospedaje satisfactorio, actuando como herramientas para la gestión hotelera.

En este mismo orden de ideas, Molinar (2017) presentó resultados de un estudio exploratorio, aplicando una metodología de Big Data a dos destinos turísticos mexicanos, utilizando la modalidad de análisis de sentimientos y opiniones en comentarios publicados en línea sobre cuatro modalidades de servicios turísticos: atractivos turísticos, hospedaje, alimentos y bebidas, y transporte. La metodología emite evaluaciones positivas, negativas y neutrales sobre cada uno de los establecimientos y servicios analizados; los datos se tomaron de los *blogs* turísticos TripAdvisor y VirtualTourist.

La decisión de contratar los servicios de un establecimiento hotelero está cada vez más influenciada por los comentarios *online* de los consumidores. A partir de las valoraciones emitidas por los usuarios de TripAdvisor, la investigación de Molinillo (2016) analiza los índices de satisfacción de los clientes de 2,211 hoteles. El estudio realiza cuatro contribuciones principales. Primero, se muestra un análisis comparado de las puntuaciones de los hoteles situados en las zonas turísticas de la costa de España y del sur de Portugal. Segundo, se observan diferencias significativas en el número de comentarios y en la puntuación global media ob-

tenida, en función de la zona turística. Tercero, se pone de manifiesto que los clientes suelen calificar positivamente sus experiencias en los hoteles. Cuarto, el valor de la satisfacción global de un hotel aumenta conforme lo hace el número de comentarios recibidos por habitación.

Estos estudios previos permiten observar la intensidad y la finalidad del uso de la información que proveen las plataformas digitales, sin embargo, se tiene que el promedio de excelencia en la experiencia del cliente en las marcas en México es de 7.97 de 10, que representa un puntaje alto en comparación con otros países, pues demuestra que las empresas tienen un nivel aceptable de madurez en cuanto a la interacción, vivencias y servicios que entregan a sus clientes. Lo anterior, aún representa un área de oportunidad para las organizaciones en términos de mejorar el conocimiento de sus clientes de cara a cumplir con sus expectativas (KPMG Cárdenas Dosal, 2018).

Figura 6. Pilares que califican una marca



Fuente: KMPG Cárdenas Dosal (2018).

En ese mismo tenor, la investigación realizada por el Centro Global de Excelencia para la Experiencia del Cliente de KPMG y Nunwood en 2018 destacó los elementos de correlación entre el desempeño de las empresas en términos de puntaje de excelencia en la experiencia del cliente y los resultados económicos obtenidos por las organizaciones, evaluación realizada sobre la base de los seis pilares que, según KPMG, califican a una marca como sobresaliente; estos son: empatía, tiempo y esfuerzo, expectativas, resolución, personalización e integridad.

De acuerdo con Rojo (2016), la atención al cliente es esencial para cualquier negocio, es evidente, sobre todo desde que las opiniones de los usuarios corren por las redes sociales y el 95% comparte las malas experiencias. Pero, aunque diferenciarse de la competencia es cada vez más difícil, el servicio al cliente puede ser clave para destacar y para que un comprador se interese por un negocio en lugar de en el del vecino. Lluvia de obviedades, sí, pero no está de más ser consciente de hasta dónde puede influir tener una buena atención al cliente porque: el 66% de los consumidores *online* cambian de compañía por un mal servicio de atención; el 42% cambia de tienda porque se encuentran con asistentes poco eficientes o maleducados y el 82% piensa que dicho negocio podría hacer algo para impedirlo. Hay un gran porcentaje de tiendas *online* que, por lo que parece, no consideran que un *livechat* sea importante. Pero un 39% de los encuestados por IAB Spain reconocieron que algunos de sus abandonos de carrito no hubieran ocurrido con la atención de un agente en un *chat online*.

Por otro lado, de acuerdo con una investigación realizada por la consultora norteamericana Lee Resources en el 2018, se estima que mientras el 80% de las empresas sostiene que ofrece un servicio de atención de calidad, apenas el 8% de los consumidores concuerdan con esta visión (IAB SPAIN, 2018). Por lo tanto, es importante identificar las fallas en la atención que se brinda al cliente, ya que no solo es considerar que se otorga un servicio de calidad, también se debe monitorear la forma en la que se es percibido por parte de los consumidores y con base en ello poder realizar las modificaciones que se crean pertinentes por parte de la empresa.

Asimismo, en el informe Tomorrow's experience, today, específicamente en el apartado de México, la investigación identificó las mejores prácticas nacionales en términos de experiencia del cliente, basándose en las evaluaciones de 2,501 consumidores a nivel nacional, con una muestra representativa de los consumidores que expresaron su opinión sobre más de 110 marcas, pertenecientes a nueve industrias (Consultora Lee Resources, 2018).

Figura 7. Ranking de industrias y sectores en términos de experiencia del cliente



Fuente: Consultora Lee Resources (2018).

En lo que respecta a los beneficios de una acertada estrategia en experiencia en el cliente, las 10 empresas que ocupan los primeros lugares en el *ranking* en relación con la excelencia en experiencia al cliente en el país son:

Top performers en México

1. Marriott
2. City Market
3. Fiesta Americana
4. Costco
5. Holiday Inn Express
6. Fiesta Inn
7. Primera Plus
8. Farmacias San Pablo
9. Cinépolis
10. Cielito Querido

Para estas empresas, esperar el mañana para entregar la experiencia del mañana podría ser demasiado tarde. Es fundamental llegar al futuro antes que los demás, considerando un mundo donde las nuevas plataformas digitales están cultivando la lealtad y son vitales para lograr una excelencia en la experiencia del cliente (KPMG Cárdenas Dosal, 2018).

Es por esta razón que el 40% de los clientes empieza a comprar a otros proveedores por su fama de gran servicio al cliente. De nuevo, un dato que habla sobre la calidad y no sobre el precio. Hay un montón de gente ahí fuera deseosa de que le pongan las cosas muy fáciles, de que le resuelvan los problemas a la primera y de no tener más discusiones con su proveedor. Hacer que la experiencia que se llevan de parte de la empresa sea mejor que la fama que les llega sobre la competencia, es de suma importancia para fidelizar clientes (Zendesk, 2020).

Figura 8. Partes de la experiencia en el servicio



Fuente: Zendesk (2020).

Para tal efecto, acorde a Oxford Brookes University (2016), en un estudio realizado por la compañía Vonage Bussines, el 20% de los clientes satisfechos pretende cambiar de compañía y el 89% ha cambiado de marca una o dos veces durante el último año. Como el amor, la relación con los clientes hay que regarla todos los días. Ser excelente hoy es un gran paso, pero tienes que volver a serlo mañana y pasado. La tendencia actual es que los clientes cada vez tengan más información sobre lo que consumen y sienten menos apego por las marcas, por lo que se deciden a probar y a cambiar con más frecuencia.

Figura 9. Comentarios después de una experiencia



Fuente: Vonage Bussines Company (2017)

En ese mismo orden de ideas, según la Universidad de Harvard en un estudio realizado por Dixon, Freeman & Toman (2010), reducir las expresiones negativas como “no se puede” y “no se hará”, puede reducir la sensación de esfuerzo del cliente hasta un 18.5%. Aunque ramas como la programación neurolingüística han hecho de ello toda un área de estudio, resulta sencillo comprender que escuchar un “no” es menos agradable que escuchar un “sí”. Forma al personal que trabaja de cara al público para formular las situaciones en forma positiva (por ejemplo, explicando las posibilidades que el cliente tiene en lugar de las que no se pueden realizar) y ayudarás a reducir la sensación de frustración. Como empresa, no se quiere ser ese amigo que siempre se está quejando, sino el que aporta optimismo y te alegra un mal día.

Para tal efecto, acorde con Portella (2018), un buen producto ya no es suficiente para sobrevivir en el mercado. Las compañías que quieran seguir siendo competitivas en la era del *big data* y las redes sociales deberán integrar un nuevo concepto en su vocabulario: la experiencia del consumi-

dor. El *customer experience* (CX, como se conoce en inglés) es un cambio de paradigma en la relación empresa-cliente, en la que este pasa a ser el centro de gravedad de las decisiones de la compañía. Es una nueva lógica que fundamenta el día a día de la compañía, desde el diseño y producción del bien o servicio hasta la asistencia y reparación de daños. Un elemento diferenciador del CX es que busca detonar emociones placenteras en el comprador a partir del momento que se decide y compra el producto. Esto, con la intención de forjar un vínculo emocional con la marca.

Conclusiones

De acuerdo con lo expuesto a lo largo de este trabajo, se puede concluir que el objetivo de la investigación –que era analizar la problemática del uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales en la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio de las empresas en Puerto Vallarta– sí se cumplió, dado que se identificó que la opinión de los clientes sobre el servicio es un factor importante en la estrategia para mejorar los procesos. Las nuevas tecnologías han facilitado esta tarea con funciones como evaluar, comentarios y respuestas en tiempo real, han optimizado la manera en la gente realiza sus opiniones acerca de un lugar.

Con el apoyo de la teoría de sistemas se identificó que las empresas de servicios son un sistema abierto que interactúa con un sinnúmero de variables, como son los clientes, los proveedores y el personal, por lo cual, los líderes de las diferentes áreas tienen que estar haciendo revisiones constantemente para verificar que se esté trabajando de una manera fluida y mejorar, al mismo tiempo, las relaciones con los demás sistemas del ambiente, para prevenir alguna situación negativa que se puede dar.

También se concluye que un aspecto importante es el capital humano, de acuerdo con la teoría de los recursos y capacidades, que lo definen como la principal fortaleza de la organización, en este caso de las empresas de servicios de Puerto Vallarta; tener una plantilla de trabajo bien capacitada arrojará mejores resultados, esto es, un servicio de excelencia que será percibido por el cliente, el cual comparte sus opiniones en las redes sociales.

Es importante que las empresas de servicios de Puerto Vallarta sigan modelos para el desarrollo de sus estrategias, ya que es un ambiente muy competitivo en cuanto a este sector se refiere y, al haber tanta oferta, los clientes fácilmente pueden cambiar de preferencia, contemplando que el sector servicios representa la fuente de ingresos más importante en la costa, al ser Puerto Vallarta uno de los principales destinos turísticos de México.

De acuerdo con los modelos descritos, el Modelo Integral gestión de la Reputación Online expone la necesidad que tienen las empresas de estar en todo momento considerando las plataformas digitales, ya que para cumplir sus objetivos deben mantener un nivel deseado de reputación en las diversas plataformas sociales; se debe crear, mantener, defender y, si es el caso, recuperar el prestigio y este modelo nos describen las estrategias que llevarán a cumplir cada uno de ellos. Por otro lado, el Modelo de Brechas del Servicio orienta a identificar los puntos críticos del proceso en el servicio al cliente y que conducen a que no se brinde un servicio de excelencia, analizando los factores que son el cliente y la empresa que provee el servicio.

A partir de la investigación documental y los datos recopilados anteriormente, se concluyó que las principales problemáticas de las empresas de servicio en Puerto Vallarta en el uso de la calificación obtenida en las plataformas digitales para la mejora de los procesos de aseguramiento de la calidad en el servicio son las siguientes:

1. Los usuarios que califican el servicio, comparten más las malas experiencias que las buenas, esto debido a que si reciben una mala atención lo primero que quieren hacer es compartirlo para que otra gente no pase por la misma situación, sin embargo, en el caso de recibir un buen trato raramente lo comentan o utilizan el sistema de calificación para dar a conocer su opinión positiva.
2. Los clientes que reciben experiencia negativa no vuelven a la empresa, debido a que la oferta es tan grande en Puerto Vallarta, que se pueden permitir no regresar al mismo lugar, ya que pueden probar otro similar sin darle de nuevo una oportunidad al lugar donde no estuvieron del todo satisfechos.

3. Las malas reseñas representan mala reputación para la empresa e impactan en las ventas. Se dice que se necesitan 12 reseñas positivas para poder contrarrestar una negativa, un negocio al tener tantas críticas negativas se encontrará en una situación desfavorable, ya que al buscar el servicio en algún buscador no saldrá de primera opción; además, cuando el usuario lea las reseñas con carácter negativo optará por otra opción más segura sin darle la oportunidad, esto poco a poco significará menos clientes y por lo tanto, menos ingresos para el lugar, por lo cual cuidar la reputación es un aspecto importante.
4. Las redes sociales de la empresa se encuentran abandonadas, no es solo crear la identidad de la empresa en redes sino mantener esa relación con el cliente, de nada sirve tener una página en Facebook o Tripadvisor si no se le está dando un constante seguimiento a las opiniones de la gente. Al estar cultivando esa relación con el cliente, se va creando un prestigio que identificará a las empresas como marcas que se preocupan por la opinión de los mismos, usándolas para mejorar sus estrategias en los procesos, en la resolución de problemas y conflictos que se hayan podido suscitar.

En consecuencia, a partir de los puntos críticos identificados anteriormente, se podrán generar nuevos estudios de campo encaminados a identificar las limitaciones específicas, por las cuales no se está utilizando este proceso de calificación de servicio y con ello desarrollar una gama de alternativas para su empleo.

Fuentes

Admón. (s.f.). *hostelería*. Obtenido de <https://www.hosteleria.site/definicion/restaurants/>

Aguilar, M., & Alcántara, A. (2015). *La medición del aprendizaje del alumno*. Universidad Iberoamericana Puebla.

ALEGSA. (31 de 08 de 2010). *Definiciones de*. Obtenido de <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/mejora.php>

- Aragón, M. M. (15 de 11 de 2019). *Google académico*. Obtenido de <http://uajournals.com/ojs/index.php/ijist/article/view/508>
- Araujo, F. O. (2019). Calidad percibida en un hotel de lujo en Río de Janeiro-Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*
- Bitner, Z. y. (2000). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/lopez_a_e/capitulo2.pdf
- Calero, P. (2016). *Eumed Enciclopedia Virtual*. Obtenido de <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/zll/teorias-recursos-capacidades.html>
- Callarisa, L., Sánchez, J., & Moliner, M. (diciembre de 2012). La importancia de las comunidades virtuales para el análisis del valor de marca. El Caso de Tripadvisor en Hong Kong y París. *Papers of turismo*.
- Casani, F. (29 de 07 de 2011). *Universidad Autónoma de Madrid*. Obtenido de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/668449/nuevos_casani_ubr_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chirinos, C. (2015). Propuesta de modelo de servicio al cliente Multi-Proveedores. *Gestiopolis*.
- Conceptos, D. (2020). *De Conceptos*. Obtenido de <https://deconceptos.com/general/mejora>
- Consultora Lee Resources. (2018). *Tomorrow's experience, Today*.
- Costa, V. C. (2018). Modelos operacionales. *El Modelo Integral de la Gestión de la Reputación Online*.
- Definición. (2020). *Definición*. Obtenido de <https://definiciona.com/mejora/>
- Del Cazar, J. (2018). Gestión de reputación y manejo de crisis en redes sociales y medios digitales. *Formación Gerencial*.
- El Informador. (2016).
- Escolme. (2019). *Contenido u*. Obtenido de http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/servicio_cliente/contenido_u1.pdf

- Farlex. (2020). *The free dictionary*. Obtenido de <https://es.thefreedictionary.com/mejora>
- Fernandes, T.; Fernandes, F., 2017, “Social Media and Tourism: The Case of E-Complaints on TripAdvisor”. In “Marketing at the Confluence between Entertainment and Analytics” (pp. 825-829). Springer, Cham.
- Frances, G. (1983). *Creative Customer Service Management*. Obtenido de <https://www.virtuniversidad.com/greenstone/collect/negocioc/archives/HASH2ba6.dir/doc.pdf>
- Gimeno, J. y. (2000). *Las funciones de la evaluación en la práctica*. Madrid.
- Giraldo, V. (2019). Estrategia de Internacionalización de Rock Content. *Rock Content*.
- Guzmán, A., & Cárcamo, M. (junio de 2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio “Restaurant Familiar Los Fresnos”. *Acta Universitaria*.
- IAB SPAIN. (2018). *Porcentaje de la reputación online*. Obtenido de iab-spain.es.
- INEGI. (2013). INEGI. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pib/2013/doc/met_pibt.pdf
- INEGI. (2016). INEGI. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/pib/2016/doc/met_pibt.pdf
- Jalisco, G. d. (2018). Gobierno del Estado de Jalisco. Obtenido de <https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/puerto-vallarta>
- KPMG Cárdenas Dosal. (2018). *Experiencia del cliente influye significativamente en la rentabilidad de las empresas*. Obtenido de KPMG.
- Lara, R. (2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica*.

- Larousse. (2020). *Larousse Cocina*. Obtenido de <https://laroussecocina.mx/palabra/restaurante/>
- Lima, S. M. (2017). Criterios competitivos en operaciones de servicios de hotelería en el contexto de *online travel reviews*. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*.
- López, J. E. (2004). La diversificación desde la teoría de recursos y capacidades. *Cuadernos de estudios empresariales*.
- Loveock, C. (1997). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/lopez_a_e/capitulo2.pdf
- Molinar, C. M. (2017). Resultados de un estudio exploratorio aplicando una metodología de Big Data. *University of Colima*.
- Molinillo, S. (2016). Hotel Assessment through Social Media: The case of Trip Advisor. *Universidade do Algarve*.
- Mora, M. J. (13 de 09 de 2017). *Google académico*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/handle/10251/87237>
- O'Reilly, T. (2017). MediaLive International. San Francisco.
- Oxford Brookes University. (24 de October de 2016). *Oxford Brookes University*. Obtenido de Brookes.ac.uk: <https://www.brookes.ac.uk/about-brookes/news/brookes-restaurant-recognised-in-2016-observer-food-monthly-awards/>
- Pérez, L. F., & Gonzales, R. (2013). Propuesta de un modelo de gestión de la reputación on line en las empresas turísticas. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*.
- Pérez, P. J., & Merino, M. (2012). *Calificación*. Portella, A. (1 de 11 de 218). *Forbes México*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/si-quieres-sobrevivir-deja-que-tu-cliente-decida-por-ti/>
- Prieto, J. E. (2010). *Gerencia de Bienes y Servicios*. Obtenido de <http://gestionbienesyservicios2010.blogspot.com/p/conceptos-de-servicio-al-cliente.html>

- RAE. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/restaurante%20?m=form>
- RAE. (2020). *Diccionario de la Real Academia Española*.
- Restaurantes, L. d. (1989). *EcuRed*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Restaurante>
- Ruiz, M. C. (2010). *Evaluación vs. calificación*.
- Salas, B. E. (2010). *Instituto tecnológico de Tijuana*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/engineerlandin/unidad-1>
- Salas, B. E. (s.f.). *Instituto tecnológico de Tijuana*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/engineerlandin/unidad-1>
- Savini, R. (2014). *Universidad de la Rioja*. Obtenido de https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000563.pdf
- Schäfer, J. (2018). El desempeño organizacional como instrumento de gestión, un análisis de los hoteles brasileños de grandes dimensiones. *Universidad Federal de Santa Catarina*.
- Treball, B. (30 de 11 de 2012). *Barcelonactiva*. Obtenido de https://treball.barcelonactiva.cat/porta22/images/es/Barcelona_treball_capsula_sectorial_Publicidad_RRPP_Marketing_noviembre2012_es_tcm24-22800.pdf
- Turismo, S. d. (21 de noviembre de 2019). *Secturjal*. Obtenido de <https://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas>
- Universidad Autónoma de México. (2016). Estudio de los servicios de atención al cliente. *Departamento de Investigación de Mercados*.
- Valera, D. (2010). *Una mirada más profunda a las plataformas digitales*.
- Vonage Business Company. (2017). Annual Report. *Vonage Holdings Corp*
- Vonage Business Company. (2017). *Comments about a shopping experience*.

- Zeithaml, V. B. (2001). *Marketing de Servicios. Un Enfoque de Integración del Cliente a la Empresa*. McGraw-Hill Companies.
- Zendesk. (2020). *Costume Service*. Obtenido de Zendesk.com.

VII. Problemática del uso de herramientas de proyección financiera determinantes del fracaso empresarial en las microempresas en Puerto Vallarta

Jesús Carlos Ayón Ruiz

María Guadalupe Batista Ávalos

Elba Martina Cortés Palacios

Resumen

Los retos que enfrentan las empresas en México y en todo el mundo son latentes y diversos, que pueden llegar a impactar de manera directa en el éxito de las mismas y, por supuesto, en los ciclos de vida que tanto pequeñas como medianas empresas pueden experimentar; esto resulta ser de interés, por identificar y determinar básicamente aquellos factores que intervienen con mayor frecuencia para provocar el fracaso empresarial. En Puerto Vallarta, estas empresas no están exentas de algo similar. El fracaso financiero de las empresas de dicha región es posible en todas, como ausencia de procesos en ese sentido, que prevean la situación financiera de cualquier entidad económica. Actualmente se encuentra información relevante en México, de estudios e investigaciones ya realizados, que determinan que hay diversos factores específicos a los que atribuye que el fracaso financiero predomine en las entidades económicas. Por lo tanto, si las empresas pymes de Puerto Vallarta realizan una buena planeación financiera, estas evitarán estar del lado del riesgo financiero y, en consecuencia, el fracaso empresarial. Por lo anterior, el objetivo de la presente investigación fue analizar la problemática del uso de herramientas de la proyección financiera, determinantes del fracaso empresarial en las microempresas, como punto de partida para el desarrollo de una investigación aplicada y propuesta de intervención que beneficie a este sector empresarial en Puerto Vallarta.

Palabras clave: fracaso empresarial, herramientas financieras, microempresas, proyección financiera.

Introducción

Las empresas en la actualidad se enfrentan a diversas situaciones que afectan de manera directa a sus ciclos de vida, por lo cual identificar aquello que provoca que las empresas –tanto pequeñas como medianas y grandes– determinen dicho ciclo en un lapso muy corto, resulta de gran importancia, porque llevará a determinar las causas del fracaso financiero o empresarial. Con base en las revisiones documentales descriptivas, según Torralba, Pérez, & Martínez (2017) existen diferentes tipos de fracaso; los más mencionados son dos: el económico, que se da cuando la empresa pierde su valor dentro del mercado en que esta se desempeña y, el fracaso contractual o financiero, el cual se desprende del hecho de que el empresario no puede responder a sus obligaciones con los accionistas, proveedores, entre otros.

Asimismo, Tascón & Castaño (2012) dan una serie de interpretaciones al fracaso, como insolvencia técnica o en el sentido de capital consistente, en falta de liquidez; un grupo de autores, citados por este mismo autor se refieren al mantenimiento de pérdidas continuadas (Gilbert *et al.*, 1990; Hill *et al.*, 1996). Por su parte, Gazengel & Thomas (1992) consideran como empresa fracasada aquella que genera cíclicamente más carga financiera que ingresos; y, más recientemente, Davydenko (2007) plantea que cuando la situación patrimonial refleja un valor reducido en los activos o una escasez de tesorería se puede desencadenar el fracaso empresarial. Rubio (2008) y Correa (2003) hablan de entidad fracasada cuando esta incurre en quiebra técnica, entendiendo como tal el patrimonio neto contable negativo.

Asimismo, para los autores Ochoa, Sánchez, Andocilla, Hidalgo, & Medina (2012), el análisis financiero es importante para la administración adecuada en la toma de decisiones de una empresa, detectar las dificultades futuras para predecir la situación económica, financiera y aplicar

correctivos adecuados para solventarlas. Es decir, que el estudio de las ratios financieras se constituye como predictor del éxito de una entidad o, a su vez, un fracaso empresarial que puede afectar.

Congruente con lo anterior, Espinosa (2013) deduce que el fracaso empresarial implica el deterioro de una sociedad en general, en sus tasas de crecimiento del PIB, en su fuerza laboral, la inversión y la distribución del ingreso, entre otras, ya que la empresa es la unidad básica fundamental en la economía de una nación, es el principal motor de desarrollo de sus habitantes. Por otro lado, menciona que la crisis no tiene por qué implicar necesariamente el fracaso empresarial, la vida de una empresa está dada por fases de crecimiento, desarrollo y maduración, las cuales se caracterizan por crisis que precipitan un salto a la otra fase, logrando su afianzamiento o desaparición; dichas crisis se distinguen de liderazgo, de autonomía, de control, de papeleo y revitalización. Asimismo, Torralba, Pérez, & Martínez (2017) consideran que las causas del fracaso son por problemas de financiamiento, ya que no se realiza un análisis de las condiciones de acceso a capital, así como también del manejo de los recursos.

Con ello, es posible identificar que el fracaso financiero se destaca principalmente como aquel factor que determina una situación financiera de insolvencia para la empresa, tomando en cuenta que para tener una iliquidez se identifican factores históricos de la entidad económica, así como factores macroeconómicos a los cuales no puede hacer frente la propia empresa, sin embargo, esto lleva a que se dé en automático la fase del cierre del ciclo de vida de estas.

Con base en lo anteriormente expuesto, se tiene que el fracaso financiero de las empresas de la región de Puerto Vallarta es posible, en todas, como ausencia de procesos financieros que prevean la situación financiera de cualquier entidad económica. Actualmente se encuentra información relevante en México, de estudios e investigaciones que expusimos previamente, donde se observó que hay diversos factores específicos que son a los que se atribuye que el fracaso financiero predomine en las entidades económicas; por lo tanto, si las empresas pymes de Puerto Vallarta realizan una buena planeación financiera, estas evitarán estar del lado del ries-

go financiero, es decir, a mayor uso de herramientas financieras, menor riesgos empresariales.

Sin embargo, la realidad es que estas empresas no hacen proyección financiera, el empresario carece de información de la situación financiera, lo que no le permite realizar planeaciones en ese sentido que resulten adecuadas para prevenir un fracaso en dicho ámbito; en México se conoce que la gente que tiene menor herramienta financiera tiende a tener mayor riesgo financiero en el desarrollo de su empresa. El hecho es que una gran cantidad de pymes que se abren año con año, no tienen los elementos necesarios para permanecer en el mercado financieramente, por lo que es claro que, a menores herramientas financieras, mayor riesgo empresarial y, por ende, el fracaso.

Con base en lo anterior se desarrolló la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las problemáticas del uso de herramientas de la proyección financiera determinantes del fracaso empresarial en las microempresas? Para responderla, se desarrolló el siguiente objetivo de la presente investigación, que fue analizar la problemática del uso de herramientas de la proyección financiera, determinantes para el fracaso empresarial en las microempresas, como punto de partida para el desarrollo de una investigación aplicada y propuesta de intervención que beneficie a este sector empresarial en Puerto Vallarta, además de ser un marco de referencia para futuras investigaciones.

Desarrollo de la investigación

Contexto

El emprender en México puede llegar a ser una tarea muy sencilla, pero a su vez esta se puede complicar. Son muchos los factores que pueden determinar que esto sea fácil o difícil, sin embargo, hay muchas personas que intentan desarrollar una nueva idea de negocios por una necesidad en particular, que les genere recursos para subsistir. Pareciera que la situación de emprender en México es prioridad, pero esto no sucede como

realmente se espera, muchos emprendimientos, por falta o exceso de algunos factores en particular, suelen llegar al fracaso financiero. El fracaso financiero en México es latente y se vive día a día, por las mismas razones en todo el país, principalmente donde hay fallo es en la proyección financiera de todos estos, ya que por su naturaleza es menor la proyección en los emprendimientos.

En un contexto nacional, en México, el Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial reveló que el 75% de las pymes mexicanas fracasa durante los primeros dos años de existencia. Por otra parte, el INEGI da a conocer datos específicos que determinan que mientras más vive una empresa en México, mayores son sus probabilidades de quebrar. Durante el primer año de operaciones, únicamente el 33% mueren, pero al llegar a los cinco años, el 65% termina cerrando sus puertas (Pyme, 2019). La esperanza de vida de los negocios en México es de 7.8 años:

- 33% de las empresas mueren durante su primer año
- 65% muere durante sus primeros cinco años
- 76% durante los primeros 10 años
- 82% en los primeros 15 años
- 86% en los primeros 20 años
- 89% en los primeros 25 años

A nivel estatal, en Jalisco el 46% de los adultos conoce a un emprendedor que inició un negocio en los últimos dos años; el 39% percibe que existen buenas condiciones para iniciar un negocio y el 39% considera tener las capacidades para iniciar uno. Desafortunadamente, el 22% afirma que el miedo al fracaso frena su intención de emprender y, por consecuencia, únicamente el 17% dice tener la intención de iniciar un nuevo negocio en los próximos tres años. En esta entidad, la tasa de actividad emprendedora en etapas tempranas es del 16%, la más baja con respecto a todas las regiones. La tasa de negocios establecidos es del 5%, lo que pudiera sugerir que alrededor del 30% de los negocios nuevos sobreviven los primeros 3.5 años. Este último dato es congruente con la baja tasa de

cierre de negocios en el estado (2%). En relación al impacto del emprendimiento en Jalisco, el 83% de la actividad emprendedora temprana se enfoca en servicios orientados al consumidor y únicamente el 2% está activo en un sector de tecnología alto o mediano. Desafortunadamente, solamente el 13% tiene expectativas de creación de empleo en los próximos cinco años, el 13% reporta no tener planes de expansión y el 3% tiene expectativas de expandirse, pero sin uso de tecnología (GEM, 2016).

Finalmente, en un contexto local, Puerto Vallarta se ubica entre los primeros tres lugares como destino turístico a nivel nacional, por lo que su economía depende altamente de la actividad turística y acciones vinculadas a la misma. En la región de Puerto Vallarta existen diversos tipos de empresas en donde predominan la MIPYMES, las cuales se ven enfrentadas a problemas de índole financiero que tienen como consecuencia una poca durabilidad en el mercado. En la actualidad, las empresas carecen de información financiera, por lo que no se tiene una proyección a largo plazo, el empresario carece de información acerca de la situación financiera, lo que no le permite una buena planeación para prevenir el fracaso empresarial.

Marco teórico

Para la presente investigación fue fundamental definir los conceptos, con el propósito de analizar la problemática objeto de nuestro estudio. Como herramientas financieras se entiende el conjunto de métodos y técnicas de proyección y análisis que sirven para mejorar los servicios y productos de las empresas, y tener una buena planeación (Villareal, 2013). Las herramientas financieras se utilizan para gestionar sus ingresos, evaluar los riesgos y oportunidades que puedan presentar, por lo que resultan importantes todos aquellos conocimientos, habilidades y destrezas que se adquieren acerca de las finanzas. Asimismo, el fracaso empresarial se define como el estado en el que se encuentran aquellas empresas que obtienen resultados negativos del ejercicio, consecutivos durante los dos últimos años (Youn & Gu, 2010). El fracaso empresarial comienza desde el mismo momento en que la empresa solicita la quiebra, sin necesidad que la autoridad judicial llegue a declararla (Gómez & Murillo, 2019).

Bajo un enfoque teórico, se analizó la teoría general de sistemas (TGS) que tiene su principio en los mismos orígenes de la filosofía y la ciencia. La palabra “sistema” proviene del término *systema*, que a su vez procede de *synistanai* (reunir) y de *synistêmi* (mantenerse juntos). La teoría general de sistemas (TGS) es un esfuerzo de estudio interdisciplinario que trata de encontrar las propiedades comunes a entidades, los sistemas, que se presentan en todos los niveles de la realidad, pero que son objeto de disciplinas académicas diferentes. Esta teoría aparece como una meta-teoría, una teoría de teorías, que partiendo del muy abstracto concepto de sistema busca reglas de valor general, aplicables a cualquier sistema y en cualquier nivel de la realidad (isomorfismo). Isomorfismo se define como aquel principio que se aplica igualmente en diferentes ciencias sociales y naturales, por ejemplo: en la evolución de las lenguas y en la evolución de los seres vivos se verifican isomorfismos, a partir de una lengua (o un ser vivo) en común, evolucionaron en forma paralela e independiente unas de otras, varias otras lenguas (o especies vivientes) (Rodrigo, 2017). La teoría general de sistemas se le atribuye a George Wilhem Friedrich Hegel (1770-1831), quien planteó las siguientes ideas:

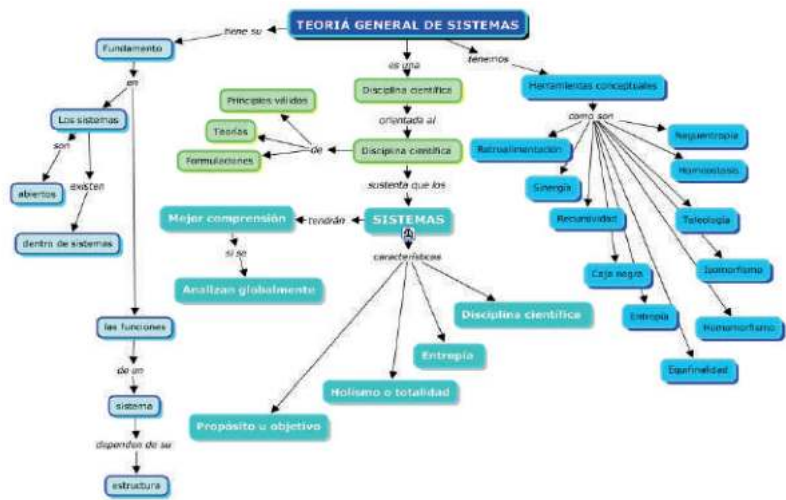
- El todo es más que la suma de partes.
- El todo determina la naturaleza de las partes.
- Las partes no pueden comprenderse si se consideran en forma aislada del todo.
- Las partes están dinámicamente interrelacionadas o son interdependientes.

La teoría general de sistemas se fundamenta en tres premisas básicas:

1. Los sistemas existen dentro de sistemas.
2. Los sistemas son abiertos.
3. Las funciones de un sistema dependen de su estructura.

En la figura 1 se puede identificar que la relación de la teoría general de sistemas con la variable independiente, que es la proyección financiera, es la generalización que la proyección es resultado de la unión o conjunto de muchas partes que logran la proyección; es decir, los factores que la influyen se dan de manera particular, pero terminan correlacionándose para determinar la proyección financiera. De igual manera surge con el fracaso empresarial, se puede determinar que son varias las partes las que pueden provocar que las empresas lleguen a su fracaso, tal como la situación económica, el posicionamiento en el mercado, estrategias de ventas, entre otros.

Figura 1. Teoría general de sistemas



Fuente: Rodrigo (2017).

Un segundo marco de referencia teórica es la teoría de la contingencia, que surge en los años cincuenta, a raíz de investigaciones empíricas aisladas; esta plantea que hay una relación funcional entre las condiciones del ambiente y las técnicas administrativas apropiadas para alcanzar eficazmente los objetivos de la organización. En esta relación funcional, las variables ambientales se consideran variables independientes, en tanto que las técnicas administrativas se toman como variables dependientes.

La teoría de la contingencia destaca la eficacia de las acciones administrativas emprendidas en una situación y reprueba de cierta forma la estandarización. Se conoce que contingencia es la posibilidad de que una cosa suceda o no. Algo incierto o eventual, proposición cuya verdad o falsedad solamente puede conocerse por la experiencia o por la evidencia, y no por la razón (Lozano, 2013). Se concluye de esta manera que:

- a) La tecnología utilizada por la organización afecta profundamente el diseño organizacional.
- b) Existe fuerte correlación entre estructura organizacional y previsibilidad de las técnicas de producción.
- c) Las empresas con operaciones estables necesitan estructuras diferentes que aquellas organizaciones con tecnología cambiante.
- d) Predominio de las funciones de la empresa, la importancia de ventas, producción o ingeniería, depende de la tecnología empleada y, en gran medida, del ambiente.

Figura 2. Teoría de la contingencia



Fuente: Velásquez Rojas (2018).

Dentro de lo que comprende la teoría de las contingencias, es algo incierto lo que pudiera suceder, pero que a raíz de la experiencia se puede conducir a accionar para evitar escenarios no deseables o provocar, en su momento, los escenarios que se desean; tal sucede de la forma en que la proyección financiera es un claro ejemplo de una plan de contingencia con el que las empresas prevén una posible situación futura, con los datos tomados en la experiencia. Sin embargo esto puede ser incierto, de igual manera el plan de contingencias dentro de las organizaciones puede incluir hasta la visión de un fracaso de la empresa, esto basado en la situación económica que no concuerda con la teoría de la administración.

Sobre el análisis teórico del comportamiento de las variables se identificó el Modelo de Situación Financiera, que es una representación matemática de una determinada realidad económica, en la que se simplifica la complejidad de la misma con objeto de resaltar aquellas variables que interesan de una forma especial: factores clave y variables de acción.

Figura 3. Modelo de situación financiera



Fuente: Bermejo (1984).

Este método se utiliza principalmente para realizar planeaciones estratégicas, financieras, así como la elaboración del presupuesto, gestiones de tesorerías y la rentabilidad de inversiones de cualquier organización.

Asimismo, en el modelo de la medición del desempeño financiero, la estructura organizacional, la ingeniería de procesos, la administración de recursos y la dirección, tienen como propósito lograr la identificación de las eficiencias operativas dentro de la organización y estratégicas para que se logren los objetivos financieros de cualquier empresa.

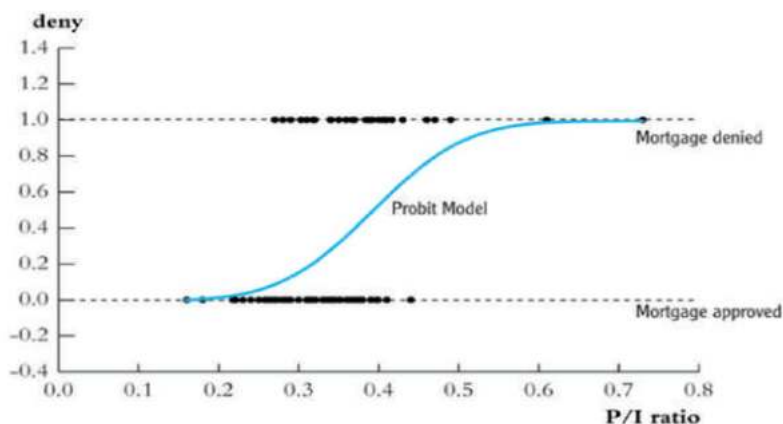
Figura 4. Servicio de evaluación financiera



Fuente: Consultores (2013).

Otro importante modelo es el de probabilidad condicional (logit y probit): se obtiene a partir de la regresión logística; esta última puede ser utilizada cuando la variable dependiente es binaria. El modelo logit explica la probabilidad de quiebra de una empresa con un conjunto de variables, y su relación entre la probabilidad de quiebra y el valor de las ratios financieras de dicha empresa mediante una curva en S, tomando valores entre el cero y el uno (Tascón Fernández & Castaño Gutiérrez, 2012).

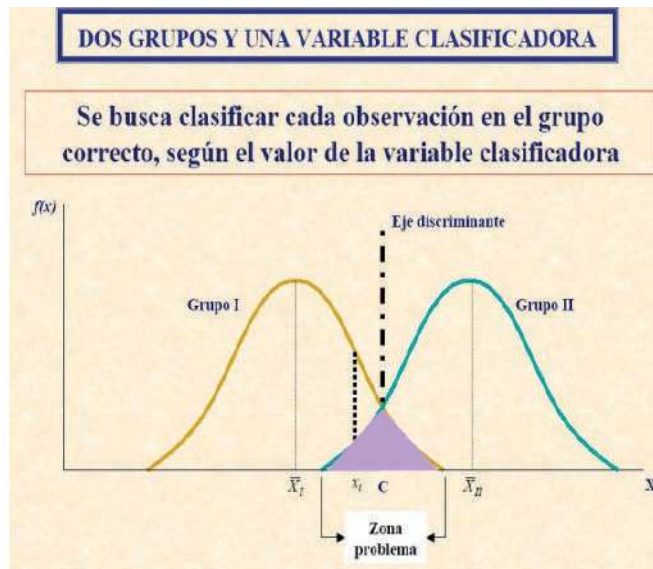
Figura 5. Modelo de probabilidad condicional (logit y probit)



Fuente: Tascón Fernández & Castaño Gutiérrez (2012).

Por último, el modelo de análisis discriminante: la aplicación de esta técnica al análisis financiero se ha dirigido inicialmente a la consideración del problema de la predicción de bancarrota o quiebra. El objetivo era obtener un indicador o puntuación «Z» (variable dependiente de una función) que resultaba de la combinación lineal de determinadas variables independientes (ratios o indicadores financieros) (Fuente Fernández, 2011).

Figura 6. Modelo de análisis discriminante



Fuente: Fuente Fernández (2011).

Métodos y materiales

La investigación tuvo un enfoque cualitativo porque se buscó el análisis de información sobre la problemática ya desarrollada por otras investigaciones y no se pretendía probar relaciones. El método fue deductivo, ya que se parte de datos referenciales ya obtenidos, para con ello poder contribuir con información al fenómeno del uso de herramientas financieras y el fracaso empresarial. El diseño de la misma fue no experimental, ya que no ha pretendido tener control sobre las variables ni mucho manipular alguna. El tipo de investigación fue descriptiva-documental y de corte transversal.

Discusiones de resultados

Como resultado de la investigación, bajo la estrategia metodológica anterior descrita se logró identificar, de acuerdo a la ENAPROCE (Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas, y Medianas Empresas), que las principales razones que limitan el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas son las siguientes: I) altos impuestos, II) competencia de empresas informales y III) baja demanda por sus bienes y servicios (Emprendedor, 2017). En el caso de las microempresas, las principales causas que limitan su crecimiento tienen que ver con la dificultad para acceder a financiamiento, la competencia de empresas informales y la baja demanda por sus bienes y servicios. Así mismo que uno de los cuatro principales factores que limitan el crecimiento de las empresas es la informalidad, según informó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). El 39.5% de empresas reportó este problema, según la Primera Encuesta Nacional de Empresas (ENE) del 2015 (gestionpe, 2016).

Por su parte, el Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera (IDE) identifica una razón más de fondo que hunde los proyectos: la incapacidad para sobrellevar el fracaso. Sacar adelante un negocio requiere disciplina, esfuerzo y sacrificios. La resiliencia, la capacidad para reponerse a los fracasos, es un rasgo presente en los grandes personajes de los negocios, destaca el IDE. Reconocer los errores es el primer paso para ser resilientes, pues solo así se puede corregir el rumbo. En términos prácticos, las razones por las que cierran las empresas mexicanas son cinco: ingresos suficientes 65%; falta de indicadores 48%; falta de proceso de análisis 44%; planeación deficiente 44% y problemas de ejecución, 43% (Valles, 2019).

Tabla 1. Razones por las que cierran las empresas mexicanas

Ingresos insuficientes	65%	“No tener más que el financiamiento justo para hacer frente a la operación mensual”
Falta de indicadores	48%	“Faltó claridad en los objetivos del negocio, por y para qué trabajábamos, además de los rendimientos requeridos y esperados”
Falta de proceso de análisis	44%	“Era mi primer negocio y, aunque en teoría conocía muchas cosas por la universidad y mis otros trabajos, es muy distinto ser empleado a ser cien por ciento responsable de tu propio negocio. Hoy pondría más atención en elaborar un plan de negocios a conciencia”
Planeación deficiente	44%	“Falta de planeación. Falta de experiencia como directora. Falta de visión empresarial”
Problemas en la ejecución	43%	“Creo que nos dedicamos demasiado a planear, pero nunca salimos a comprobar si nuestras hipótesis también eran lógicas para el cliente final”

Fuente: Valles (2019).

Si bien existen múltiples causas para el fracaso en los negocios, la mayoría se engloba en las áreas de finanzas (40%) y administración (34%). Según un estudio realizado por el IDE en el manejo de las finanzas, las principales razones de fracaso son:

- Ingresos insuficientes: 65%
- Exceso de gastos operativos: 40%

- Mala administración del dinero: 40%
- Problemas de financiamiento (préstamos): 38%
- Retraso de pagos de sus clientes: 35%
- Problemas de crédito con proveedores: 25%

Por otro lado, en la administración las mayores fallas son:

- Falta de indicadores: 44%
- Falta de análisis: 44%
- Planeación deficiente: 44%
- Problemas en la ejecución: 43%
- Estructura organizacional inadecuada: 39%
- Conflicto con accionistas: 34%
- Mal manejo del tiempo: 33%

Aunado a lo anterior, según datos actuales de la CONDUSEF y de la Secretaría de Economía mexicana, de cada 100 empresas nuevas que se establecen en el país, son un total de 65 las que desaparecen antes cumplir los dos años de existencia en el mercado, principalmente debido a una administración deficiente. Al respecto, en un reciente estudio publicado por la CONDUSEF, se ha podido saber que el 43% de las pymes mexicanas fracasan debido a este tipo de errores, que por lo general se cometen por la falta de conocimientos de los responsables de las empresas. En este sentido, dentro de los resultados del mismo estudio, se especifica que solo dos de cada diez empresarios mexicanos se encuentran capacitados para poder llevar adelante y administrar correctamente su negocio (Gestion.org, 2018).

Por otra parte, el estudio del Instituto del Fracaso da a conocer que el 70% de los empresarios que fracasaron nombraron la falta de habilidad para posicionar sus productos en el mercado como un factor determinan-

te. O, según explica uno de los entrevistados por dicho instituto: “El producto sí llegó a estar muy bien, sí funcionaba perfecto, pero no lo supimos vender, no lo supimos promocionar” (Newsroom, 2018).

Dentro de la revisión de investigaciones aplicadas, se encontró la realizada por Analis (2002), donde se reconoce que la planeación financiera juega un papel muy importante dentro de las empresas, ya que son una forma de representación que la empresa tiene para desarrollar proyectos. Resaltó que algunas empresas no le toman la seriedad posible a este tema tan importante que es la planeación financiera, quizá alguna de las razones es por la falta de conocimientos o bien, porque realmente no le otorgan seriedad al tema. Los principales problemas en el entorno en que se desarrollan las empresas en México son: existencia de empresas familiares, leyes malas, ignorancia administrativa y gobiernos corruptos. Esta investigación concluyó que, en efecto, para tener una buena eficiente planeación dentro de las organizaciones se deben tomar en cuenta, en todo momento, cada una de las estrategias que surjan, como una planeación muy adecuada para cualquier trabajo a desempeñar y el desarrollo de objetivos que vayan de acuerdo con la meta que en se intenta cumplir.

Según los resultados del Global Failure Index, un esfuerzo global de la investigación sobre el fracaso, accesible a emprendedores, académicos y creadores de políticas públicas, se encontraron cinco razones del fracaso de los negocios en México. El principal motivo es la falta de ingresos suficientes para subsistir, con 65% de los 300 casos mexicanos analizados por el índice. Gasca lo define como “la falta de una planeación financiera y cálculo de que, en determinado tiempo, va a tener el suficiente flujo de dinero para pagarse un sueldo”. Esto ocasiona que “el emprendedor no tiene suficientes ingresos para subsistir y tampoco su empresa”.

La segunda razón es la ausencia de indicadores, es decir, “los negocios no definen qué es éxito para ellos, ni indicadores de que lo estén logrando, como indicadores de ventas, clientes, alcance, y no les permite ver si el negocio está avanzando”, explicó la directora de The Failure Institute. Los otros tres motivos son la falta de análisis del emprendedor para observar el grado de satisfacción del cliente o el crecimiento de un mercado,

la falta de planeación a mediano y largo plazos, y no saber llevar su idea a la realidad.

Entre los motivos externos que derivan en el fracaso de las empresas, el principal son las crisis económicas y políticas, ya que 37% de las mismas cierran por este tema. Le sigue, con 26%, un cambio repentino del gusto de los clientes y con 19%, la entrada repentina de un competidor fuerte (*El Informador*, 2017).

Es de suma importancia realizar una planeación de carácter financiero que se adecúe para que permita a la empresa en todo momento obtener resultados que se desean. Es necesario tener presentes en todo momento los fenómenos de carácter económico, político y social del entorno, ya que, si se planea sin tomar en cuenta todas las variables posibles que afecten o tengan acción, la planeación resultaría en todo momento pobre. Se demostró que es muy importante que las personas encargadas de las organizaciones fijen de manera muy puntual planes de acciones para cada una o contemplando las distintas circunstancias que puedan llegar a suceder. Así como también, el diseño de estrategias a largo plazo, asegurando el tiempo de vida de las negociaciones. Se lograron analizar los diferentes conceptos que se le dan a la planeación financiera y lo que se requiere para tener una planeación con éxito. Se resaltó de manera muy puntual que las técnicas de planeación financiera son importantes en todo momento para las empresas y tienen su utilidad como guías de monitoreo, para detectar si los resultados se están cumpliendo. Aunque se identificó que sí se llevan a cabo planes, pero estos son considerables por el tipo de planificación que realizan. Mientras que se identificó que los presupuestos son excelentes herramientas que ayudan a que las metas se logren en todo momento, hablando en los criterios monetarios que estos conjuntan.

Hoy en día es necesario que se cuenten con bases sólidas en administración financiera y se logre con esto una eficiente administración para que se consigan cada vez más objetivos generales, pero sobre todo económicos y financieros. Actualmente es de vital importancia que las empresas tengan planeaciones adecuadas para hacer frente a los lanzamientos comerciales, ya que se analizó que las estructuras comerciales en México

basan en la sociedad escasa confianza, por lo que rige es la modalidad de empresa familiar. Lo que resulta ser importante para que la confianza aumente dentro del entorno y genere de manera significativa crecimiento en la economía.

Conclusión

Con base en todo lo analizado en la teoría y estudios referenciales, se puede concluir que se logró el objetivo planteado en la presente investigación ya que fue posible identificar que, en efecto, una microempresa tiene bastantes riesgos financieros, los cuales las pone a las posibilidades de un fracaso, pero a la par se detectó, que el uso de herramientas financieras –sean las adoptadas por estudios profesionales o por la experiencia y tradición de la administración de una microempresa– son de suma importancia y estas disminuirán de manera notoria el posible riesgo que en su momento tenga. Las herramientas financieras pueden ser distintas, desde documentos contables exigidos por la ley, hasta formas de contabilizar donde se comprendan de manera más simple, ingresos y egresos financieros. También se pudo determinar que este tema necesita mayor enfoque y dedicación para hacer un estudio e investigación más detallada.

Respecto a los datos que se arrojan en la investigación, fue muy importante la identificación de los datos que coincidían en los mismos criterios o contextos, donde se pudo observar que prácticamente los factores tienen una estrecha relación con la situación financiera de las microempresas, determinando como principales causas la falta de financiamiento o bien, el alto pago de impuestos, que revierte a la necesidad de un buen financiamiento. Mientras que, por otra parte, se mostró que las planeaciones que hacen las microempresas resultan ser muy deficientes, lo cual, no alcanza a prever grandes riesgos a los que se pueden enfrentar. Por otra parte, sumó importancia dentro de los factores determinantes, la existencia de microempresas del ámbito informal, donde representan mayormente competencia a las formales, logrando de esta manera afectar directamente su parte financiera, llevándolas al borde del fracaso.

Además, que el éxito empresarial va en conjunto con un sinfín de factores que lo determinan, sin embargo, que los financieros son los que prevalecen en todo momento, por los estudios que fueron analizados; de igual manera, la política económica del país afecta constantemente, se labore o no, esta viene a hacer frente en todo momento. Los resultados de esta investigación ofrecen importante información para el desarrollo de una investigación aplicada, que genere las bases para el desarrollo de alternativas de intervención desde una trinchera profesional o institucional, ya que el compromiso de las instituciones de educación superior en la investigación es de vital importancia para dar respuesta distintas problemáticas y fenómenos que se presentan en los sectores empresariales, no solo en Puerto Vallarta, sino en toda la zona de influencia económica y en México.

Fuentes

- Analís Aguilar, I. (Marzo de 2002). *Universidad Autónoma de Nuevo León*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/921/1/1020147481.PDF>
- Bermejo, M. G. (1984). Modelos de simulacion financiera. Una herramienta para la gestios. *Revista Española*, 101-116.
- Consultores, E. (2013). *Evaluacion de proyectos de Inversion*. Obtenido de <http://www.epi-consultores.com.mx/modelos-financieros/>
- El Informador*. (25 de agosto de 2017). *elinformador.mx*. Obtenido de *Sólo uno de cada cuatro negocios logra sobrevivir más de dos años:* <https://www.informador.mx/Economia/Solo-uno-de-cada-cuatro-negocios-logra-sobrevivir-mas-de-dos-anos-20170825-0113.html>
- Emprendedor, F. N. (2017). Diagnóstico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor. *Instituto Nacional del Emprendedor*, 97.
- Espinosa Romero, F. (enero de 2013). *Variables financieras determinantes del fracaso empresarial para la pequeña y mediana empresa en Colombia: análisis bajo modelo logit*. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/5647/3346>

- Fuente Fernández, S. (2011). *Análisis discriminante*. Obtenido de <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/Econometria/Segmentacion/DiscriminanteE/analisis-discriminante.pdf>
- GEM, J. (Agosto de 2016). *GEM Jalisco*. Obtenido de <http://gda.itesm.mx/gemjalisco/GEM-Jalisco.pdf>
- gestionpe. (26 de septiembre de 2016). *INEI: Estos son los cuatro problemas que limitan el crecimiento de las empresas*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitan-crecimiento-empresas-147918-noticia/>
- Gómez Gracia, S., & Murillo Mora, M. (2019). Fracaso empresarial: evolución histórica y apordes a su definición. *Revista contribuciones a la economía*. Obtenido de <https://www.hacienda.go.cr/Sidovih/uploads//Archivos/Articulo/fracaso-empresarial.pdf>
- Lozano, J. (Octubre de 2013). *La teoria de la Contingencia Administrativa*. Obtenido de <http://teoriasadministrativasg3n.blogspot.com/p/teoria-de-la-contingencia.html>
- Newsroom. (01 de Febrero de 2018). *Newsroom*. Obtenido de <https://blog.aspiria.mx/2018/02/01/8-de-cada-10-empresas-fracasan-en-mexico/>
- Ochoa González, C., Sánchez Villacres, A., Andocilla Cabrera, J., Hidalgo, H., & Medina Hinojosa, D. (2012). El análisis financiero como herramienta clave para una gestión financiera eficiente en las medianas empresas comerciales del Cantón Milagro. *Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/analisis-financiero-ecuador.html>
- Pyme, E. (19 de Febrero de 2019). *Experto Pyme*. Obtenido de <https://www.expertopyme.com/las-5-causas-de-fracaso-en-las-empresas-de-mexico/>
- Rodrigo, R. (25 de agosto de 2017). *Teoría general de sistemas*. Obtenido de <https://www.tes.com/lessons/vRWCHzeAHTf7mw/teoria-general-de-sistemas>

- Tascón Fernández, M., & Castaño Gutiérrez, F. (01 de enero de 2012). Variables y modelos para la identificación y predicción del fracaso empresarial: revisión de la investigación empírica reciente. Obtenido de <https://revistas.um.es/rcsar/article/view/368281/260091>
- Torrallba Flores, A., Perez Paredes, A., & Martinez, A. (2017). *Fracaso emprendedor; como experiencia de aprendizaje para empresarios del municipio de Puebla*. Obtenido de <http://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/21/15>
- Ucha, F. (diciembre de 2009). *Definición ABC*. Obtenido de Definición de Herramienta: <https://www.definicionabc.com/general/herramienta.php>
- Valles, Y. (19 de febrero de 2019). *Las 5 causas de fracaso en las empresas de México*. Obtenido de ExpertoPyme: <https://www.expertopyme.com/las-5-causas-de-fracaso-en-las-empresas-de-mexico/>
- Velásquez Rojas, N. A. (13 de diciembre de 2018). *La teoría contingencial o situacional*. Obtenido de Universidad Santo Tomas: <https://www.youtube.com/watch?v=L19AYM6zdcU>
- Youn, H., & Gu, Z. (2010). Predicting Korean lodging firm failures: An artificial neural network. *International Journal of Hospitality Management*, 120-127.

VIII. El uso de tecnologías financieras en el sector agricultor

Omar Alejandro Real Garibay
José Luis Bravo Silva

Resumen

El capítulo explora la evolución de las tecnologías financieras FinTech, la importancia de sus servicios y el potencial de su uso en el sector agrícola, uno de los más importantes del país. La agricultura está fuertemente influenciada por la innovación tecnológica de productos y procesos, lo que la convierte en un área de significativo potencial para las FinTech, aunado a que el acceso financiero es uno de las principales limitantes de desarrollo agrícola nacional. La revisión documental presenta la evolución de las tecnologías financieras, la relevancia en el sector agrícola de México y en Puerto Vallarta y el potencial de adopción que existe en el sector.

Palabras clave: tecnologías financieras, Fintech, agricultura.

Metodología e instrumentos

El presente trabajo corresponde a un proyecto de metodología no experimental basada en una investigación documental, sintetizando documentos anteriores relacionados con el tema de interés, obteniendo información documental teórica, analizando fichas de trabajo bibliográfico.

Se utilizaron referencias relativas al tema, dado que el objetivo de la investigación es identificar el potencial de uso de las tecnologías financieras en el sector agrícola de la región. Es un estudio con alcance descriptivo y enfoque cualitativo.

Como menciona Kerlinger en su libro *Investigación del comportamiento* (Kerlinger, 2002), la investigación no experimental o *ex postfacto*

es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones.

Introducción

En la actualidad existen amplias posibilidades de diferentes tecnologías y sus aplicaciones, en este capítulo se realizará un análisis documental del uso de las tecnologías financieras en el sector agrícola.

La agricultura en México es una de las principales actividades económicas que sostiene al país, pero ¿qué pasaría si se explotara más esta actividad? Uno de los principales problemas a los que se enfrentan los agricultores mexicanos es la falta de recursos para poder mejorar en todos los aspectos que esta requiere. Gracias a la diversificación de servicios financieros que se ofrecen hoy día por medio de las tecnologías, resulta más fácil acceder al financiamiento para hacer prosperar un proyecto.

A pesar del crecimiento que estas tecnologías han tenido recientemente, todavía hay un importante desconocimiento de la existencia de los servicios financieros digitales, además de la negación –por distintas causas– a usar este tipo de servicios. Por mencionar un beneficio que el uso y la aplicación que estos traerían consigo, además del financiamiento, también se encuentra una mejor administración del capital. En este documento se da a conocer la importancia de las tecnologías financieras del sector agrícola en México y cuáles son sus beneficios, en especial para los agricultores.

Planteamiento del problema

FinTech es un término que se utiliza para denominar a las empresas que ofrecen productos y servicios financieros, haciendo uso de tecnologías de la información y comunicación, como páginas de internet, redes sociales y aplicaciones para celulares. De esta manera prometen que sus servicios serán menos costosos y más eficientes que los servicios financieros tradicionales como la banca.

En 2019 en México se contabilizaban 515 empresas dedicadas a este “nuevo” servicio digital. La suma de todas estas instituciones daba un total negociado de 68,409 millones de pesos, galardonando a México como el país con mayor desarrollo en FinTech, en toda América Latina.

Según la Asociación de Internet en México, el 75% de la población mexicana cuenta con servicios financieros electrónicos, mayormente las personas de un rango de edad de 25 a 44 años de edad con un nivel socioeconómico medio. En promedio, los usuarios de internet en México usan solamente tres servicios financieros. Apenas un 6% de la población total de los usuarios de internet en nuestro país utilizan estos servicios como medio de inversión y la obtención de criptoactivos, considerando que México es un país en vías de desarrollo y el destino principal del ingreso se dedica mayoritariamente al consumo, antes que al ahorro o inversión.

Para México, la agricultura es una de las actividades prioritarias y más importantes, ya que no solo genera gran cantidad de empleos, sino que también responde a las necesidades alimenticias de millones de personas, preserva los entornos naturales y estimula el progreso al mejorar la calidad de vida en las zonas rurales del país.

De acuerdo con datos del Banco Mundial, 22 millones de hectáreas, equivalentes al 11% de la superficie del territorio nacional, se dedican al cultivo, más del 70% de las unidades de producción agrícola son minifundios de menos de 5 hectáreas, muchos de los cuales son empresas emergentes o cultivos dedicados a la subsistencia. Y tan solo el 21.5% de los agricultores mexicanos manejan su empresa comercialmente. De toda la población agrícola en México, según la Encuesta Nacional Agropecuaria, el 68.81% utilizan el sistema por bomba de riego.

Desde el 2016 está en marcha el programa “Fortalecimiento del sector agropecuario y fomento del desarrollo rural en México a través de la oferta de servicios financieros adecuados”, el cual busca mejorar la oferta de servicios financieros específicos para el sector agropecuario en México, y así contribuir al desarrollo rural y a la seguridad alimentaria en el país, por lo que se desarrollan investigaciones sobre productos financieros y FinTech en estas materias, y se asesora a los intermediarios financieros,

para beneficiar a los medianos y pequeños agricultores y empresas agrícolas de México.

Existe, por tanto, una alta dependencia de la actividad agrícola, una importante actividad económica en el sector y un acceso importante en la población a servicios financieros digitales, pero estos no son aun área común para el agricultor mexicano.

Antecedentes

La evolución de las FinTech

En el año de 1995 a solo tres años del lanzamiento del *World Wide Web* (www) se comienzan a presentar los primeros servicios bancarios por internet, por parte de la compañía mundial de servicios financieros Wells Fargo (Silva y Ramos, 2017). El banco Wells Fargo es el cuarto más importante de los Estados Unidos por su calidad y servicios.

Para el año de 1998 se funda la empresa Confinity, que tiempo después se convertiría en una de las empresas que ofrecen servicios financieros en línea como cuenta de ahorro, transferencias, entre otros, de mayor renombre a nivel mundial: PayPal (Silva y Ramos, 2017). En 2005 aparece en Inglaterra el primer banco sin sucursales físicas.

Las primeras empresas FinTech aparecieron hacia la segunda mitad de los años 90, con la misma masificación del internet. En el año de 1994 se funda la compañía de comercio electrónico Amazon y solamente un año después, la compañía EBay, como competencia de la sonada marca Amazon, debido a la necesidad de las tarjetas bancarias para la realización de pagos electrónicos y para facilitar todos los procesos impulsaron el desarrollo de PayPal. Para 2008 las FinTech se desarrollan y crecen de manera descontrolada por el lanzamiento de los *smartphone*, los cuales facilitan el uso de los servicios financieros gracias a la conexión a internet a través de los teléfonos celulares.

Otro factor que junto con el desarrollo tecnológico ha impulsado el crecimiento de las empresas FinTech, es la crisis financiera internacional que dio inicio en septiembre de 2008, con la bancarrota de Lehman Brothers. Los efectos negativos que ha generado esta crisis sobre los sistemas financieros y las economías nacionales han tenido una profundidad y duración más allá de lo esperado, comenzando una etapa de bajo crecimiento, con generación insuficiente de empleo y restricción crediticia (Silva y Ramos, 2017).

El uso de las tecnologías financieras ha ido cambiando y evolucionando, constantemente. Para el año 2016 se puso en marcha el proyecto “Fortalecimiento del sector agropecuario y fomento del desarrollo rural en México a través de la oferta de servicios financieros adecuados”, el cual es financiado por el Ministerio Federal de Cooperación y Desarrollo de Alemania (BMZ, por sus siglas en alemán). El proyecto tiene como finalidad mejorar la oferta de servicios financieros específicos para el sector agropecuario en México, y así contribuir al desarrollo rural y a la seguridad alimentaria en el país, por lo que se desarrollan investigaciones sobre productos financieros y FinTech en estas materias, y se asesora a los intermediarios financieros, para beneficiar a los medianos y pequeños agricultores, así como empresas agrícolas de México (Peñaranda, s.f.).

El financiamiento para adoptar medidas de modernización (sistemas de riego, tecnologías sostenibles, entre otros) que permitan aumentar las cosechas y, de esta forma, mejorar los ingresos de los pequeños agricultores tiene una función clave para impulsar el desarrollo rural, afrontar la problemática del abastecimiento alimentario y reducir la pobreza en las regiones rurales. Por otra parte, las nuevas tecnologías financieras (FinTech) se constituyen como una importante alternativa para lograr obtener servicios financieros eficientes y de bajo costo, que agilicen los procesos crediticios y hagan más eficientes las operaciones de la institución (Peñaranda, s.f.).

Usos de las tecnologías financieras en México

Los servicios que ofrecen las tecnologías financieras son los mismos que ofrecen las bancas tradicionales, pero estas buscan ser menos costosas y, a la vez, ser más eficientes. Según la Condusef: “El término ‘Fintech’ deriva de las palabras *‘finance technology’* y se utiliza para denominar a las empresas que ofrecen productos y servicios financieros, haciendo uso de tecnologías de la información y comunicación, como páginas de internet, redes sociales y aplicaciones para celulares. De esta manera prometen que sus servicios sean menos costosos y más eficientes que los que ofrecen la banca tradicional” (CONDUSEF, 2017).

Los servicios específicos que ofrecen estas bancas y empresas financieras son básicamente los siguientes: asesoramiento financiero, compra y venta de títulos financieros, estos operan como intermediarios en transferencias de dinero, préstamos y compras

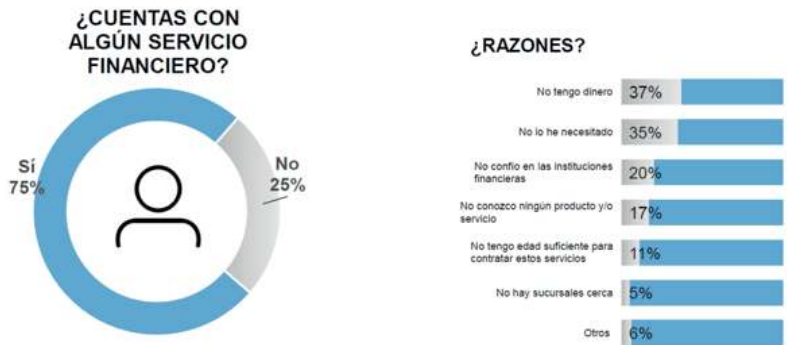
La razón por la cual se ha vuelto tan atractivo este tipo de servicio es por la flexibilidad que tiene al público, además de no tener que recurrir a un lugar físico para la contratación de los servicios ya mencionados o para algún trámite en específico, todo esto se puede realizar directamente desde un *smartphone*.

Los crecimientos sin regulación de las FinTech han dado paso a la creación de la Ley FinTech. Aunque hoy México es el país de América Latina con un mayor desarrollo FinTech, por arriba de Brasil, la regulación aprobada el año pasado podría frenar este crecimiento, con cierres de empresas y consolidación de los grandes jugadores (alianzas o venta a otras compañías). A partir de septiembre de 2019 que venció el plazo para registrarse y operar bajo la regulación, se espera ver el primer impacto, el cual, se alerta en la investigación, podría contraerse en 50%, si se toma en cuenta la experiencia previa ocurrida con las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (Sofomes), cuando entró en vigor de la reforma financiera en 2018” (Mejía, 2019).

Como ya se mencionó, México ha tenido una buena recepción con las tecnologías financieras, es por ello que empresas relacionadas han logrado un éxito aceptable en el mercado. Según la Asociación de Internet en

México, como se observa en la figura 1, el 75% de la población mexicana cuenta con servicios financieros electrónicos, mayormente las personas de un rango de 25 a 44 años de edad con un nivel socioeconómico medio.

Figura 1. Población mexicana que cuenta con servicios financieros electrónicos en 2019.



Fuente: Asociación de Internet en México.

Se había señalado que el crecimiento que han tenido las tecnologías financieras se debe a la aceptación y la adaptación a los servicios financieros, además de la seguridad monetaria que se percibe por parte de la ley de regulación de las Fintech.

Existen diversos factores que influyen en la decisión de si usar o no los servicios financieros ofrecidos por las distintas instituciones que están en el medio, muchos de los mexicanos encuestados dicen que no han tenido la oportunidad de contratar algún servicio porque no tienen el suficiente dinero para hacerlo, específicamente un 37% de la población cibernauta mexicana. También se asegura que el 35% no cuentan con tales servicios por el simple motivo que no han tenido la necesidad de contratarlos.

Un problema al que se enfrentan las bancas que ofrecen los servicios financieros digitales es que los usuarios cibernautas no confían en las instituciones que proporcionan dichos servicios, para ser exactos un 20% de la población.

El 5% de los encuestados dice que no ha tenido la oportunidad de contratar algún servicio financiero porque no tienen sucursales cerca. Este problema se puede solucionar con la expansión planificada de sucursales por el país. La tecnología avanza muy rápido, por lo que es recomendable que las sucursales bancarias estén más cerca de los clientes para que en un futuro la población que lo demande, pueda tener un acceso más fácil a las sucursales y, por ende, a los servicios financieros.

Figura 2. Condicionamientos para contratar servicios financieros.



Fuente: Asociación de internet en México

Siguiendo con la encuesta de la Asociación de Internet, menciona cuales son los aspectos que la población mexicana tomaría en cuenta para comenzar a utilizar los servicios digitales financieros, entre lo más solicitado por los encuestados se sugiere que las bancas en línea y los servicios financieros cobren las comisiones más bajas y se requiere que ofrezcan mayor seguridad, que esto se puede solucionar si se conociera la existencia de la Ley Fintech.

Otro aspecto que la población mexicana tiene muy en cuenta es que las bancas traten a las personas como tales, como personas, pues se piensa que los bancos las tratan como máquinas de hacer dinero, es decir, que los bancos no piensan en las personas al momento de realizar tratos, transacciones, entre otros. No les importa si en algún momento, por circunstancias ajenas a las personas, estas tienen un problema para poder pagar una mensualidad de algún préstamo, por decir un ejemplo, la gente pide un poco más de conciencia por parte de los prestadores de servicios.

Los servicios financieros digitales más utilizados por la población mexicana es el uso de tarjetas de crédito, dado que el consumo es prioritario en el país. En promedio los usuarios de internet en México emplean solamente tres servicios financieros.

En cuanto a los servicios financieros utilizados en nuestro país, el servicio que menos se utiliza es la inversión y la obtención de criptoactivos. Apenas se alcanza la población del 6% total de los usuarios de internet en México.

En este contexto, las FinTech son un área de actividad económica potencial con altas posibilidades de desarrollo, representando el sector agrícola una importante área de oportunidad.

Agricultura

Según la Real Academia Española, la agricultura es el: “Conjunto de técnicas y conocimientos relativos al cultivo de la tierra”; es decir, todo aquel conocimiento sobre la tierra, así como todo conocimiento sobre los cultivos son agricultura. Esto incluye todos los trabajos relacionados con el tratamiento de la tierra y a la plantación de vegetales. Las actividades agrícolas suelen estar relacionadas con la producción de los alimentos.

Para México, la agricultura es una de las actividades prioritarias y más importantes, ya que no sólo genera gran cantidad de empleos, sino que también responde a las necesidades alimenticias de millones de personas, preserva los entornos

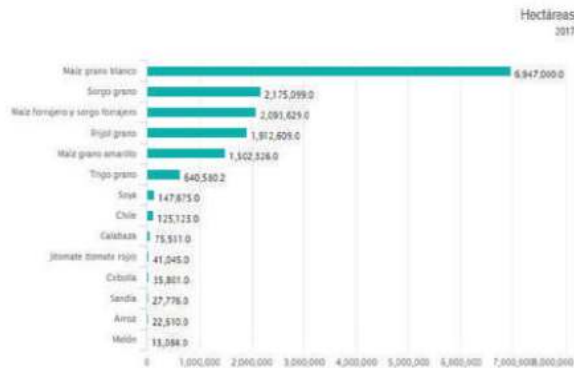
naturales y estimula el progreso al mejorar la calidad de vida en las zonas rurales del país (Seminis, 2018).

El sector agrícola es de las principales actividades que estimula la economía mexicana. Según la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), el sector agrícola representa un 10% del PIB de todo el país.

La gran biodiversidad de México es la causa de este nivel de productividad, pues aproximadamente 13% del territorio nacional -alrededor de 145 millones de hectáreas- se utiliza como campo agrícola, cosechando cerca de 200 productos en diferentes estaciones y temporadas (Seminis, 2018).

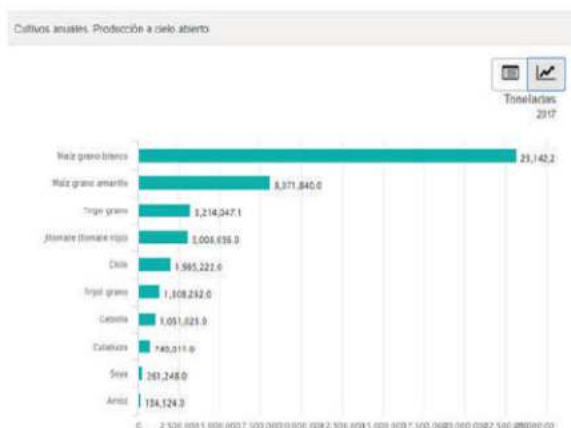
Según el INEGI, en la última encuesta nacional agropecuaria, el producto que más se cultivó a cielo abierto fue el maíz grano blanco, en un total de 6'947,000 hectáreas, produciendo un total de 23,142.2 toneladas.

Figura 3. Producto cultivado en México 2017.



Fuente: INEGI.

Figura 4. Cultivos anuales. Producción a cielo abierto.

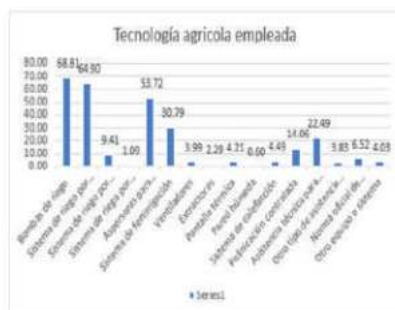


Fuente: INEGI.

Según los datos arrojados por la Encuesta Nacional Agropecuaria, en materia de tecnología utilizada para el cultivo agrícola lo que más se emplea es la bomba de riego, el 68.81% de los encuestados lo utiliza.

Seguido por el sistema de riego por goteo, el 64.9% de los encuestados asegura emplear ese tipo de tecnología.

Figura 5. Tecnología agrícola empleada para la producción.



Fuente: INEGI.

Un método que ha estado en tendencia los últimos años es la hidroponía en el tipo de plantación herbácea, pues no solo minimiza costos, sino que es amigable con el medio ambiente ya que no se produce erosión en la tierra ni existe desgaste en el suelo donde se cultiva. Además, permite la reutilización del agua que se emplea en este sistema.

La hidroponía es un conjunto de técnicas que sustituye al suelo, también es denominada agricultura sin suelo. Esta permite diseñar estructuras simples y/o complejas, favoreciendo las condiciones ambientales idóneas para producir cualquier planta de tipo herbáceo aprovechando en su totalidad cualquier área (azoteas, jardines, suelos infértiles, terrenos escabrosos, etc.), sin importar las dimensiones como el estado físico de estas.

A partir de este principio se desarrollaron técnicas que se apoyan en sustratos (medios que sostienen a la planta), en sistemas recirculantes, flotantes y aéreos, sin perder de vista las necesidades de la planta como temperatura, humedad, agua y nutrientes. Gracias a las técnicas antes mencionadas, todas las plantas de tipo herbáceas –tanto de porte alto como bajo o bulbos– se pueden producir, en el caso específico de los bulbos solo se trabaja con sustratos blandos o ligeros.

El sector agrícola, por tanto, no es un sector totalmente ajeno a la adopción tecnológica, al menos en tecnología de proceso; la adopción de tecnología para financiamiento podría representar en el mediano plazo una vía para simplificar el acceso a recursos y desarrollo de la actividad.

En México existen muchos programas que buscan ayudar al sector agrícola en diferentes aspectos, como otorgarles créditos para mejorar la tecnología que se utiliza. Por ejemplo, en el programa “precios de garantía”, los productores que tengan hasta 30 hectáreas de tierras pueden participar para poder ser beneficiados (SADER, 2019).

Para el 2018 Jalisco era el principal productor de maíz en todo México. La entidad mantuvo el liderazgo nacional en producción de este durante el pasado ciclo primavera-verano. Además, en el 2017 conservó el primer lugar nacional en volumen de maíz integrado al esquema de agricultura por contrato, afirmó el titular de la Secretaría de Desarrollo Rural (Seder), Héctor Padilla Gutiérrez.

En los últimos seis años, Jalisco se ha consolidado como el principal productor de alimentos del país. El valor de la producción comercial, tanto en agricultura, ganadería, pesca y acuicultura se ha elevado en más de 56 mil millones de pesos, al pasar de 84 mil 794 millones de pesos en 2012 a 141 mil 627 millones en 2017 (*El Informador*, 2018).

Para el año 2018, Jalisco se consolidaba como el principal productor de alimentos de todo el país, muy por arriba de las otras entidades federativas. El estado que le sigue es Michoacán, con 92 mil 980 millones de pesos.

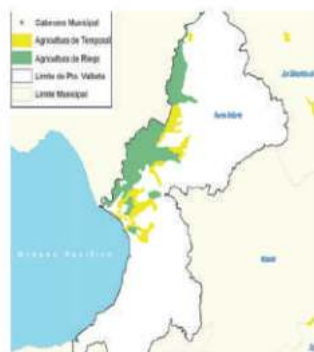
El titular de la Secretaría de Desarrollo Rural (Seder), Héctor Padilla Gutiérrez, destacó que este avance se logró gracias a la mejora en la calidad de los productos, a la incorporación de los sistemas de inocuidad en el manejo de la agricultura, ganadería, pesca y acuicultura, que permite al Estado cubrir los requisitos necesarios para aumentar la exportación y vender a mejores precios.” (*El Informador*, 2018).

Jalisco es un gran productor en el ramo de alimentos. Gracias al buen abastecimiento de agua que posee, ha hecho que la agricultura sea la actividad económica más importante. Los principales cultivos son el maíz y el sorgo. Los árboles frutales como aguacate, mangos, cítricos y vegetales se cultivan en la franja costera. El agave se cultiva para la elaboración del tequila.

Puerto Vallarta tiene una extensión 1,096.13 km², de los cuales 54.8 (5%) son utilizados con fines agrícolas” (Gobierno Puerto Vallarta, N/D).

El sector agrícola no es la principal actividad económica del municipio de Puerto Vallarta, pero sí representa parte importante de la economía del municipio, pues el 5% de su extensión territorial es utilizada para fines agrícolas; los principales productos que se cultivan son: frijol, maíz grano, sandía, sorgo grano, sorgo, forraje verde y elote.

Figura 6. Mapa de actividad agrícola en el Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.



Fuente: Gobierno de Puerto Vallarta.

El área amarilla en la imagen anterior representa la zona utilizada para la agricultura de temporal, es decir, se emplea solamente para cultivar conforme a la temporada del año; mientras que el área verde es utilizada para la agricultura de riego, es decir que no importa la temporada del año, siempre se cultiva utilizando sistemas de riego.

Beneficios de las tecnologías financieras en el sector agricultor

Los beneficios del uso de las tecnologías son incontables y tantos como se pueda imaginar, pues tecnología no solo se relaciona con avances en sistemas de cómputo o la creación de súpercomputadoras capaces de igualar a un cerebro humano o, incluso, superarlo. Y es que la definición de tecnología ha ido cambiando conforme pasa el tiempo, y tiene mucho que ver el enfoque que se le está dando, por ejemplo, si se le pregunta a un empresario su definición podría ser las máquinas utilizadas o los mecanismos propios de la empresa, pero si se le pregunta a un científico, su respuesta sería completamente diferente: “La tecnología sería la ciencia aplicada” (Osorio, 2002).

Cuando se habla de desarrollos tecnológicos en grandes industrias se podría pensar, por ejemplo, en la medicina, ingenierías o ciencias exactas pero el sector agrícola se ha desarrollado tecnológicamente de manera exponencial en los últimos años.

Las aplicaciones de las tecnologías en el sector agricultor pueden ir desde el control de plagas (Jiménez, 2015), predicciones de las condiciones climatológicas, el ahorro de los distintos recursos empleados y menos contaminación ambiental, todo esto ha demostrado que el sector agrícola no solo se limita a todas las herramientas rudimentarias con las que se le relaciona, existe un sinfín de usos de las tecnologías.

La evolución desde el crédito agrícola dirigido hacia las finanzas rurales

Hasta comienzos de los años ochenta, los planificadores se concentraban principalmente en la necesidad de aumentar la producción de cultivos. La adopción de las nuevas tecnologías de la revolución verde era relativamente costosa y se consideraba que los pequeños agricultores eran demasiado pobres como para ahorrar y financiar por sí mismos las inversiones necesarias para adquirir los insumos agrícolas adicionales. En consecuencia, gobiernos y donantes destinaron ingentes sumas de recursos financieros a bancos de desarrollo agrícola y a proyectos de crédito agrícola, que sirvieron de cauce para proporcionar crédito subvencionado a los pequeños agricultores, con frecuencia para fomentar cultivos específicos.

Existen diferentes tipos de prestamistas rurales. En el siguiente cuadro se muestran algunos ejemplos y la tipología de los prestamistas.

Figura 7. Tipología de los prestamistas rurales



El área de prestamistas formales que es donde se concentra el presente proyecto; se encuentran los bancos de desarrollo agrícola, los bancos en sí, los bancos cooperativos, y los bancos rurales o bancos comunitarios.

Pero además de los ya mencionados, existen diferentes opciones para acceder a un financiamiento. El segundo recuadro muestra a los prestamistas semiformales, los cuales son las cooperativas de ahorro y crédito, otro tipo de cooperativas, los bancos semiformales locales o comunitarios, y la ONG.

Los prestamistas informales consisten en las personas que pueden prestar el financiamiento en dinero, como lo son los parientes y amigos, los prestamistas de dinero, y las asociaciones de ahorro y crédito rotatorio.

Pero para poder financiar un proyecto también se pueden obtener préstamos no solo de dinero sino en especie, como lo es materia prima, etc. Este tipo de prestamistas, que exponemos en el recuadro cuatro (sistemas crediticios interconectados), se conforma por los proveedores de insumos agrícolas o los compradores de cultivos agroindustriales.

Los préstamos por montos bajos concedidos a pequeños agricultores representan elevados costos financieros y riesgos para los prestamistas. Los riesgos se explican porque estos clientes no suelen contar con garantías convencionales como resguardo para el prestamista (FAO, 2001).

Entre los factores que aumentan los costos de los servicios financieros formales en zonas rurales, está la baja densidad demográfica combinada con la dispersión de los clientes. Desde el punto de vista de los prestamistas, las largas distancias entre las comunidades y el inadecuado servicio de transporte, existentes en muchos países en desarrollo aumentan los costos de la apreciación, supervisión y cobro de los préstamos.

Se ha determinado que el empleo de oficiales de crédito ambulantes, o el establecimiento de sucursales rurales pueden ser formas efectivas para disminuir los costos de las transacciones. Ahora bien, el personal bancario que traslada dinero corre riesgos de seguridad y para disminuirlos se establecen redes rurales de sucursales bancarias; pero éstas tienen altos costos de mantenimiento y supervisión (FAO, 2001).

Los costos financieros del crédito formal o institucional también pueden ser elevados para los prestatarios rurales, como consecuencia del alto costo de oportunidad del tiempo de trabajo perdido, puesto que los trámites para postular a un préstamo son engorrosos y lentos y, para cumplirlos, el prestatario tiene que efectuar varias visitas a los bancos. Suelen, también, gastar mucho tiempo y dinero para obtener los documentos exigidos, y para presentar sus fiadores. En el caso de préstamos muy pequeños, estos costos pueden aumentar significativamente la tasa de interés efectivo del crédito.

Discusión de resultados

Recientemente en México se han impulsado las tecnologías financieras o FinTech en general, pero no se han aprovechado completamente en el sector agrícola por distintos motivos, entre ellos destaca el desconocimiento de estas y cuáles son los beneficios que pueden proveer. Además de las limitaciones que representa la lejanía de las sucursales donde se pueden contratar los servicios financieros.

Comparando los resultados obtenidos del libro *México: Nación FinTech. Nuevos negocios y ecosistemas en el sector financiero mexicano* con lo ya mencionado en este texto, se puede observar que en ambos casos las tecnologías financieras son un sector que se puede aprovechar al máximo, ya que como se señaló, nuestro país tiene la mayor participación en el sector de las FinTech de toda América Latina.

México es el ecosistema más favorable para el desarrollo de empresas y servicios fintech en la región, debido al crecimiento acelerado de empresas del sector, la variedad de sus servicios, las iniciativas y proyectos que se han desarrollado para fomentar su uso y la atracción de inversiones, todo esto enmarcado en una legislación nacional de vanguardia. Visto en números, es la nación que mayor capital extranjero ha captado en América Latina desde 2016, en materia de fintech, duplicando las inversiones en el período de 2013 a 2017. De las 334 empresas que existen en el sector, el 17% tiene operaciones internacionales: 46 operan en América, 6 en Europa y 2 en Asia; 214 han recibido fondeo de capital extranjero siendo los principales inversores: Estados Unidos, Reino Unido, Israel y Brasil (Rodríguez y Morales, 2018).

La Ley FinTech de México es una de las más avanzadas a nivel internacional. Busca posicionar al país como un líder regional en el desarrollo de un ecosistema incluyente e innovador, apostando por el desarrollo de modelos FinTech embebidos en la economía global (Rodríguez y Morales, 2018).

Se subraya el potencial que tienen las tecnologías financieras en México y cómo se pueden aprovechar en las distintas industrias, además de las regulaciones que tiene la Ley FinTech en México y cómo pueden estas mejorar e impulsarlas, todo lo anterior aplicado en el sector agrícola en México se puede explotar, en beneficio de la producción, por mencionar un ejemplo.

Conclusiones

Las tecnologías financieras llegaron a México para facilitar muchos procesos financieros y todas las personas pueden tener acceso a este tipo de servicios. A pesar de la gran participación que este tiene en el mercado de las FinTech, muy por arriba de los demás países de América Latina, existe un desconocimiento de estos servicios por parte de la población mexicana, por consecuencia también por parte de los productores agrícolas de país. Son muchos los beneficios que tienen las FinTech en dicho sector y se pueden explotar al máximo.

Las principales razones por las cuales no se cuenta con la participación de los agricultores en el área de los servicios financieros es el desconocimiento de estos y la falta de dinero para poder contratarlos.

Explotar al máximo el sector agrícola con la ayuda de las tecnologías financieras puede traer beneficios consigo, por ejemplo, con un financiamiento se puede impulsar una empresa agrícola; si esta comienza a crecer, quiere decir que se crearán más empleos, con ello habrá más personas que reciban un salario y si esto quiere decir que estas personas podrán tener más facilidad económica para comprar bienes o contratar servicios, en pocas palabras la demanda de productos crecerá y, a la vez habrá más ofertantes de productos y servicios; no se solucionará un problema gigantesco como la pobreza en México, pero será una ayuda. Las Fintech ayudarían a la mejor gestión de recursos, principalmente los recursos financieros de una empresa.

Referencias

- Asociación de internet MX. (septiembre de 2019). *Asociación de internet MX*. Obtenido de https://irp-cdn.multiscreensite.com/81280eda/files/uploaded/Estudio%2Bsobre%2Blos%2BServicios%2BFinancieros%2Bde%2Blos%2BUsuarios%2Bde%2BInternet%2Ben%2BMe_xico%2B2019%2Bversio_n%2Bpu_blica.pdf ,
- FAO. (2001). *Mejores prácticas del financiamiento agrícola*. Gobierno Puerto Vallarta. (N/D). Plan Municipal de Desarrollo 2030. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- CONDUSEF. (2017 de febrero de 2017). *Protega Su Dinero*. Obtenido de <https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/763-que-son-las-fintech>
- El Informador*. (1 de Diciembre de 2018). *El Informador*. Obtenido de <https://www.informador.mx/Crece-en-Jalisco-el-valor-de-la-produccion-agropecuaria-l201812010003.html>
- FAO. (2001). *Mejores prácticas del financiamiento agrícola*.
- Gobierno Puerto Vallarta. (N/D). Plan Municipal de Desarrollo 2030. Puerto Vallarta, Jalisco, México.
- INEGI . (25 de julio de 2018). *INEGI*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/ena/2017/>
- Jiménez, K. C. (29 de noviembre de 2015). Obtenido de *El Informador*: <https://www.elfinancieroocr.com/tecnologia/tecnologia-ayuda-a-aumentar-la-productividad-en-el-agro/TYZDV7ZJ7ZHEJJIPPAVNT-CX7YQ/story/>
- Kerlinger, F. N. (2002). Investigación del comportamiento. En F. N. Kerlinger, *Investigación del comportamiento*. Cuarta edición (pág. 504). México: McGraw-Hill.
- Mejía, G. (19 de agosto de 2019). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/335486>

- Osorio, C. (2002). Enfoques sobre la tecnología. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*. .
- Peñaranda, E. (s.f.). *Finanzgruppe Sparkassenstiftung latinoamérica y el caribe* . Obtenido de <https://fundacionsparkassen.org/agro-fintech/>
- Rodríguez Suárez, J. S. y Morales Rodríguez, M. V. (coords.) (2018). *México: Nación Fintech. Nuevos negocios y ecosistemas en el sector financiero mexicano*. Ciudad de México: ProMéxico, Bancomext.
- SADER. (01 de octubre de 2019). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/agricultura/edomex/articulos/las-noticias-del-sector-semana-41-octubre-2019?idiom=es>
- Seminis. (13 de Septiembre de 2018). *Seminis*. Obtenido de <https://www.seminis.mx/el-gran-potencial-de-la-industria-agricola-mexicana/>
- Silva Nava, A. y Ramos Medina, M. C. (2017). *La evolucion del sector fintech, modelos de negocio, regulación y retos*. Obtenido de http://fundef.org.mx/sites/default/files/fundeforgmx/paginas/archivos/%3Cem%3EEditar%20P%C3%A1gina%20b%C3%A1sica%3C/em%3E%20Documentos%20de%20Coyuntura%20Estructural/documento_fintech.pdf

IX. Análisis del ecosistema de innovación para emprendimientos sociales en México

Mónica Anaya Meda
Laura Cecilia Parra Limón
José Luis Bravo Silva

Resumen

México se caracteriza por una larga historia de desempleo y pobreza, el emprendimiento social representa una nueva oportunidad de crecer económicamente, así como lograr dos propósitos fundamentales: generar ganancias y aportar un beneficio a la comunidad. Las cifras de emprendimiento social en México han aumentado, pero se requiere que la población opte de manera más significativa por este tipo de emprendimientos.

Este proyecto analiza el contexto internacional y nacional del emprendimiento e innovación, a fin de identificar los elementos que componen un ecosistema de emprendimiento e innovación; el conocimiento del ecosistema es esencial para impulsar los emprendimientos sociales y buscar un desarrollo más exitoso. Conocer la constitución del ecosistema permite identificar a los actores y las influencias que potencian o limitan los logros de los emprendimientos sociales innovadores, pues no solo es un tema de iniciativa, también es un tema de permanencia.

Introducción

La problemática social actual se caracteriza por diferentes factores como la pobreza, desempleo y falta de oportunidades para poder vivir en un entorno en el que pueda desarrollarse con mejor calidad de vida, es por eso que a través de los años los emprendimientos sociales se han convertido en el mejor camino para nuevas oportunidades de trabajo y desarrollo per-

sonal, que permita aportar beneficios al entorno. La innovación representa un componente indispensable en los emprendimientos sociales, dado que puede contribuir a un modelo social y económico diferente. Sin embargo, ambas tareas, el emprendimiento social y la innovación, poseen características que no siempre se ven expresadas en conjunto.

Palabras clave: emprendimiento social, problemas sociales, innovación.

Antecedentes

Emprendimiento social innovador

Los emprendimientos sociales son aquellos proyectos que se llevan a cabo con el fin de atacar un problema social en específico y, al mismo tiempo, poder generar ingresos. En México se puede encontrar gran variedad de riqueza cultural, un sinfín de tradiciones que lo hace distinguirse de otros países; sin embargo, existen elementos que influyen para que la mayoría de las personas tengan acceso a mejores oportunidades de trabajo y una vida digna.

Los problemas que el país ha presentado han sido unimpulso para crear nuevos proyectos innovadores que se han ido generando a partir de una necesidad, es por ello que en los últimos años el emprendimiento social ha ido en aumento. No obstante, aún existen desafíos por mejorar para tener más éxito en los emprendimientos sociales innovadores. Una de las ventajas que presenta México en el emprendimiento social es el tamaño del territorio, que genera mayor incremento de ingresos, una amplia red de trabajo, mayor influencia del mercado mundial que permita mejor reconocimiento y plusvalía de emprendimientos sociales; otra de las ventajas, es la oferta de creación de productos de todo tipo, ya que esto permite satisfacer necesidades que se presentan en los individuos logrando abarcar gran parte del mercado; la mayoría de los productos que son generados son agrícolas y ganaderos, esto ayuda a que las comunidades se vean favorecidas al adquirir los productos que deseen. También se cuenta

con el modelo cuádruple hélice, que está conformado por universidades, administraciones públicas, empresas sociales y organizaciones no gubernamentales, este promueve a través de su colaboración el intercambio de ideas para mejorar paulatinamente todas las acciones que forman parte de la empresa y la calidad social.

A pesar de las fortalezas que existen en México, hay debilidades que deben combatirse, como la falta de desarrollo de capital de riesgo, ya que permite a los emprendedores el apoyo de fondos especializados que puedan hacer crecer financieramente su idea de negocio.

La carencia de habilidades gerenciales y técnicas de los emprendedores, es otro factor que limita el desarrollo de los emprendimientos, ya que una persona al no tener las capacidades como autoconocimiento, trabajo en equipo, pensamiento estratégico, toma de decisiones, entre otras, si no se cuentan con ellas es muy probable que fracase. Además de que se deben considerar las técnicas que mejor se adapten al tipo de emprendimiento que se desea.

Otro punto de gran relevancia es la falta de reconocimiento a su actividad, ya que el reconocimiento genera mayor motivación para el éxito de su negocio; el no saber apreciar la actividad y esfuerzo provoca desaliento al objetivo de su emprendimiento. Por otra parte, en muchas ocasiones, los proyectos no son sustentables y es el factor de que en la actualidad muchos de los emprendimientos no perduren (López, 2018).

“Una empresa tiene como su principal barrera los dos años de existencia, es el punto crítico en el que fracasa el 70% de ellas; nosotros descubrimos que los emprendedores sociales tienen un año más para llegar a ese tope: el tercer año es el que le cuesta superar a este tipo de proyectos, y el 83% no lo consigue”, compartió Vázquez (Del Cerro, 2019).

Haciendo referencia a lo que el autor anteriormente menciona, que los emprendimientos sociales tienen un año más de límite para superar sus barreras y saber si realmente su proyecto es sustentable, pero solo el 17 % lo consigue.

A través de los años el país sigue creciendo y esforzándose para hacer de la innovación un modelo importante de crecimiento. La innovación es sustancial en cualquier ámbito en el que se desarrolle, por ejemplo, en las empresas, países y la sociedad, ya que permite nuevas oportunidades de crecimiento bienestar y desarrollo. En la actualidad México se encuentra en constante cambio, lo cual hace que se deba mantener en aumento la economía del país para un mejor desarrollo de innovación, tomando buenas decisiones que permitan la mejora de ingresos (Arreola, 2019).

De esta manera, se dice que los emprendimientos sociales no tienen ningún impacto en la economía en México, siendo esto erróneo debido a que dichos negocios además de combatir problemas sociales también han sido fuente de ingresos para muchas familias en el país, y son considerados componentes de la economía social y solidaria (Martínez Rivera & Rodríguez Díaz, 2013).

La sociedad, con la aspiración de tener un negocio que tenga repercusión en un factor vulnerable de esta o de su localidad, ha generado ideas de productos o servicios que les han permitido introducirse de manera positiva contrarrestando problemas, es por ello que se le llama emprendimiento social; es otra manera de negocio que sirve para generar ingresos económicos a familias, pero también ayuda a satisfacer necesidades que se lleguen a presentar en una comunidad.

A diferencia de otros negocios, los emprendimientos sociales no tienen como objetivo principal generar riquezas, se enfocan principalmente en una misión con la sociedad, procurando fomentar la innovación de los productos o servicios para que estén al alcance de los individuos, con la intención de resolver o mejorar un interés público.

El emprendimiento social es una realidad en México, en esta época son muchas las personas que emprenden este tipo de negocios y va en aumento año con año por el resultado positivo que se ha generado en el país. Existen múltiples de ejemplos de emprendimientos sociales, como son las viviendas ecológicas, composta para generar energía, reutilizado de plástico para accesorios y generar empleos, conexión de viajeros y

comunidades rurales que ofrecen servicios turísticos, y muchas más, que han dado la vuelta al mundo. Otras personas se enfocan más en realizar proyectos para combatir otro tipo de problemas como pobreza, violencia, educación y hambruna en México, y realizan acciones que les permitan abordar estos problemas, cuyo fin es crear empleos dignos y mejorar la calidad de vida para estos sectores, donde se les facilite información, salarios equitativos e igualdad de género.

La responsabilidad que se adjudican ciertas personas u organizaciones para poder conllevar dichas situaciones es lo que marca la diferencia, con el fin de un desarrollo social más preparado y menos carente de oportunidades y, al mismo tiempo, seguir impulsando el emprendimiento social (Mayra, 2019).

El autor Rodríguez Díaz (2018) hace mención que una meta obedece a diferentes factores: modificaciones en las políticas de bienestar social (principalmente en los países industrializados), los cambios del Estado y del mercado, los crecientes incentivos a la innovación social, el incremento en la demanda de servicios sociales y comunitarios y, principalmente, el auge de organizaciones nacionales e internacionales.

El emprendimiento en México

En México, solo el 33% de los emprendedores tienen entre 25 y 34 años. Poco menos de la mitad de los emprendedores en México es una población joven, el 67% de estos se encuentra en una edad adulta, lo cual describe que la cultura de emprendimiento no está generalizada y menos aún en la nueva fuerza laboral.

El miedo al fracaso es un factor que ocasiona que uno de cada tres mexicanos que quieren emprender, no lo hagan. Existe un importante factor de parálisis emprendedora por miedo, cuando en emprendimiento no existen ideas insignificantes si este se combina con procesos de innovación; una idea insignificante puede resolver necesidades de millones de personas. Así mismo, existen importantes oportunidades para identificar, como desarrollar capacidades de emprendimiento social innovador.

Un mejor estilo de vida y crecimiento son las razones principales por las que se emprende en México, solo tres de cada diez emprendedores lo realiza por necesidad. El 66% de los emprendedores vende menos de 500,000.00 pesos al año y el 80% vende menos de 1 millón al año. Las pymes, empresas pequeñas o medianas, no puede vender a grandes cantidades como lo hacen las grandes empresas, aun así, siguen siendo generadoras de ingresos y trabajos en México.

El 89% de los emprendimientos arrancaron con dinero propio o de familia, comparado con solo un 3% que recibieron inversión formal. Mucho más de la mitad de la población usa sus ahorros para emprender, se identifica que un factor que puede influir es la falta de educación financiera para identificar fuentes alternas de financiamiento o bien poder realizar los trámites requeridos de un financiamiento y con esto iniciar un negocio. También existen distintos miedos: miedo al pago de intereses, miedo a no poder pagar, son razones limitantes para que las personas no quieran optar por alternativas y recurran a ahorros o prestamos con familiares, amigos o conocidos.

Un negocio demanda tiempo y dedicación, es por eso que en México un 54% de la población inicia siendo solteros. En el emprendimiento aún existe una brecha de género, pues 66% de los emprendedores son hombres y el 34% mujeres. Con anterioridad, las mujeres no emprendían por miedo o porque solo se dedicaban al hogar, en la actualidad cada vez hay más mujeres con la intención de tener un negocio propio que ayude a solventar los gastos familiares.

El 75% de las empresas cierran antes de terminar el segundo año de operación, otro factor que denota la falta de constancia y de información. Puesto que la mayoría de las personas que emprenden se desesperan por no obtener la ganancia esperada y prefieren cerrar su negocio, y buscar trabajo en alguna otra empresa en donde se tenga un salario seguro cada quincena.

El 52% de los negocios son operados desde casa/sin oficina. Una pequeña empresa en el mayor de los casos, prefieren no pagar alguna renta comercial y optan por realizarlo en su propio hogar, en donde les quede un poco más de utilidad los primeros años (Senderos, 2018).

En el análisis anterior, se puede reflejar la falta de asistencia profesional que tienen los emprendedores en México. Con la desaparición del Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem), el escenario para el fortalecimiento del emprendimiento es aún incierto por la desagregación en distintas secretarías y programas de la labor y apoyo a emprendimientos, una situación de desventaja comparado con naciones como China y Estados Unidos, que no solo cuentan con acciones gubernamentales a favor de la innovación y el fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa, sino que se han convertido en un estilo de vida que fortalece la economía de estos países (Gámes Macias, 2019).

Características del emprendimiento social

La importancia del emprendimiento social cobra tanta relevancia debido a que sus proyectos buscan resolver los asuntos sociales más importantes y encontrar ideas que provoquen cambios a gran escala. No se trata solamente de producir más, se trata de revolucionar la forma de producir.

La clave está en aprovechar el conocimiento y costumbres de las comunidades, con el fin de agregar valor en la cadena productiva. Se ha comprobado que en espacios donde las empresas sociales tienen una gran importancia se genera bienestar social y crecimiento económico.

Estas son algunas de las características que se presentan:

- Privilegia la acción social por encima de los fines de lucro.
- Se plantea la resolución o al menos disminución de problemas de interés comunitario, social o incluso global, para la mejoría de la vida humana.
- Persigue sus cometidos empleando métodos y discursos propios del ámbito comercial o empresarial, sobre todo la publicidad.
- Brinda empleo del mismo modo que lo hacen las empresas comerciales (Social, 2018).

Emprendedores sociales y la innovación

La Comisión Europea, enmarcada en su Estrategia Europa 2020, definió en el año 2010 la innovación social como: “encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales, que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público [...] o en producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad [...] capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Son, por tanto, al mismo tiempo innovadoras en sí mismas y útiles para capacitar a la sociedad a innovar...”.

Así pues, innovación social son todas esas ideas, estrategias y procesos nuevos que se alinean con las necesidades de la sociedad. De tal modo, esta se orienta a mejorar el bienestar humano, dando soluciones a problemas globales y proponiendo alternativas que transformen la sociedad. El proceso de innovación social pasa por cuatro etapas principales:

- La detección de nuevas necesidades sociales,
- El desarrollo de prototipos de nuevas soluciones que den respuesta a dichas necesidades,
- El análisis de la eficacia de estas nuevas soluciones y la ampliación de las innovaciones sociales eficaces.

Hay muchas personas y grupos alrededor del mundo comprometidos con el desarrollo y el apoyo de la innovación social. Estos son los llamados emprendedores sociales, personas que trabajan para producir un cambio positivo en todos los niveles de la sociedad. Son emprendedores que, además de poseer la creatividad, visión, persistencia y determinación del emprendedor tradicional, trabajan para crear nuevas soluciones que produzcan un cambio social significativo.

El emprendedor social no solamente trabaja con el objetivo de diseñar soluciones que generen mejoras dentro de un determinado sector de la sociedad, sino que además trata de encontrar la forma de hacer llegar estas soluciones al mayor número de personas posible. Para ello, en el emprendimiento social, se pueden utilizar tres principales formas de difusión:

la creación de un modelo organizativo que permita movilizar recursos y personas, la elaboración de un programa que agrupe el conjunto de acciones necesarias para conseguir el objetivo concreto o el establecimiento de unas pautas y valores sobre los que se apoye el desarrollo del proyecto social. Estas tres prácticas no son necesariamente excluyentes entre sí. De hecho, la utilización de todas ellas permite una mayor difusión de las soluciones propuestas (Innovatio Factory Institute, 2018).

El emprendimiento social requiere claridad de objetivos y metodologías adecuadas para lograr los mejores resultados, requiere enfoques innovadores que no siempre son fáciles de lograr; a continuación se describen los principales obstáculos para la innovación.

Obstáculos de la innovación

Las economías basadas en el conocimiento comparten el hecho de ser sociedades que producen innovación, además de la asignación de recursos económicos; ante este escenario, la buena noticia para México es que la innovación es un proceso relativamente democrático, la mala noticia es que requiere que superemos al menos cinco grandes obstáculos:

Una primera dificultad para innovar es la falta de líderes visionarios y comprometidos. En los últimos tiempos se habla mucho de una crisis de liderazgo. Los ejemplos abundan en todo el mundo. Se trata de una crisis global y México no está exento. Sus efectos no se sienten solo en el sector público, el sector privado y el sector académico también tienen sus ejemplos. Nunca como hoy, habían hecho falta más y mejores líderes. Aquellos individuos con la capacidad de guiar a otros individuos, equipos u organizaciones hacia la creación de nuevos niveles de bienestar.

Un segundo impedimento para innovar es la fuga de talento. De acuerdo con el documento “Fuga de cerebros”, elaborado por José de Jesús González Rodríguez, investigador del CESOP de la Cámara de Diputados, en Corea del Sur se invierte casi el 4% del PIB en la ciencia, y le siguen en orden decreciente Estados Unidos, Alemania y Francia.

En 1984, Corea del Sur y México compartían un nivel similar de PIB. En esos años, el país asiático entendió que su bienestar económico dependía en gran parte de su inversión científica. Gracias a esto, hoy su PIB es casi el triple que el nuestro.

Sus científicos trabajan dentro de su país y viajan al extranjero para realizar su educación de posgrado, impulsando su desarrollo. En contraste, de acuerdo con datos de la OCDE, en México la inversión científica es de 0.6%, la cantidad más baja de entre sus miembros. El 85% de quienes realizan estancias postdoctorales en ciencias exactas, lo hace en otros países. Es necesario desarrollar el ecosistema propicio para atraer, retener y aprovechar al talento mexicano, así como establecer redes de colaboración con el mejor talento global, para superar este obstáculo crítico para innovar.

Un tercer obstáculo es la cultura de la mediocridad que prevalece en el país. De acuerdo con un reporte de S&P Global Ratings, el reto es más político que económico.

El deslucido desempeño económico del país refleja, en gran parte, el asunto no concluido de la transición del gobierno de un partido hacia un nuevo sistema político basado en un mayor pluralismo, división de poderes, transparencia y rendición de cuentas.

Según Standard & Poor's, "las debilidades institucionales y políticas del país han evitado que se aproveche por completo la estabilidad macroeconómica en años recientes, el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, y su creciente integración económica internacional".

Es necesario sembrar en las nuevas generaciones la ambición por cambiar las cosas desde la raíz. Convencerse de que es posible aspirar a ser una sociedad que cambie la queja por la propuesta, el cinismo por el compromiso y la apatía por la ambición.

En relación con la cultura de la mediocridad, está un cuarto obstáculo: el de la falta de colaboración. Desde los primeros años de la escuela, los mexicanos no reciben entrenamiento para trabajar en equipo y ahora que

la economía del conocimiento obliga a la colaboración, las organizaciones sufren para echar de la oficina al individualismo.

Está plenamente documentado que la innovación rara vez surge de un solo individuo. Los más grandes innovadores atestiguan que colaborar es un signo de madurez, indispensable para el proceso creativo.

El desarrollo de una cultura de colaboración puede detonarse de muchas formas. Una de ellas es la formación de redes diversas e interdisciplinarias en torno a la resolución de retos comunes. Cuando personas de distintos ámbitos se unen con el fin de resolver un mismo problema, se puede crear un ambiente de respeto y aprendizaje continuo que inevitablemente genera innovación.

Una clave para que esto funcione es el establecimiento de reglas simples que regulen a la red de colaboradores. Por ejemplo, algunas organizaciones han incorporado metodologías como *Design Thinking*, que regulan la interacción entre los miembros, utilizando un mismo marco de referencia que promueve la colaboración y la creatividad.

Cuando esta práctica se extiende fuera de la organización, es cuando tiene más potencial innovador. La cocreación de productos y servicios junto a los clientes o la vinculación con el sector académico son dos ejemplos de lo anterior.

Por último, existe un quinto obstáculo que nos impide innovar en el país: la falta de acceso a educación de calidad. De acuerdo con el reporte “Gasto público para una educación de calidad”, del Centro de Investigación Económica Presupuestaria (CIEP), mientras que la educación básica está alcanzando una cobertura universal y progresiva, en la educación media superior y superior la cobertura es baja y no equitativa.

Los niveles de deserción en la secundaria, la preparatoria y la licenciatura son altos. De acuerdo con datos de la SEP, deserta el 20% de los estudiantes que ingresan a la secundaria, el 36% de los que ingresan a bachillerato y el 29% de los que ingresan a licenciatura. De cada 100 estudiantes que ingresan a la primaria, solo 22 egresan de licenciatura.

Hay que resaltar que la innovación ha pasado de ser un objetivo deseable a ser un requisito indispensable para lograr bienestar en los países. Aunque los obstáculos mencionados arriba no son los únicos que dificultan la producción de conocimiento y la creación de valor en una sociedad como la mexicana, podemos decir que son cinco de los más importantes (Escamilla, 2017).

Los obstáculos de innovación se presentan en la interacción de un ecosistema; a continuación se describe, en el marco teórico, su concepto e importancia.

Fundamentación teórica

¿Qué son los ecosistemas de innovación y por qué son importantes?

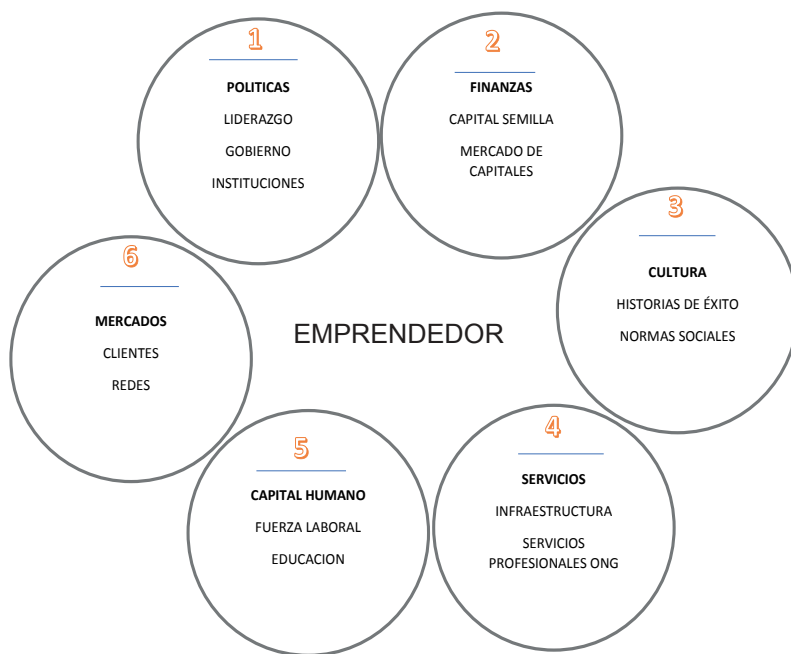
Es una red colaborativa útil (tiene un propósito) de sistemas y subsistemas que interactúan dinámicamente y que tienen un conjunto de dependencias sometidas a un cambio constante, en un contexto dado.

Sistema

Es un conjunto organizado de subsistemas (piezas) interactuantes e interdependientes que funcionan juntos como un todo para lograr un propósito.

A diferencia de un sistema, el ecosistema tiene componentes vivos y no vivos: agentes, instituciones y sistemas (Castro Cruz, 2018). Existen ciertos componentes dentro del ecosistema del emprendimiento social para ayudar a que siga en crecimiento. Es por ello que se muestra en la siguiente imagen cada uno de los elementos que se encuentran dentro de los ecosistemas.

Figura 1. Componentes del ecosistema del emprendimiento



Fuente: Elaboración propia. Con base en Análisis del ecosistema del emprendimiento en México, Christian Cruz Castro.

De igual manera es importante mencionar que: “En la articulación de la red ecosistémica, la interacción con otros se vuelve vital, ya que las organizaciones tienen por sí solas la capacidad de abordar los variados desafíos de una economía dinámica como la nuestra. Esta capacidad, tal como plantea el investigador, debe ser adquirida, desarrollada y ejercitada. Y esto es algo en lo que muchos coincidimos”, afirma Daniela Barreira, Magíster en Innovación de la UC.

Un ecosistema de innovación fértil, entrelaza vínculos de distintas organizaciones y actores relevantes de un núcleo productivo, que poseen es-

pacios, instancias, mecanismos, entre otros, que favorecen la interacción, la práctica de habilidades y el aprendizaje de estrategias con base en el descubrimiento de la experiencia de los otros. Asimismo, abre la generación de un conocimiento en conjunto, dinámica fundamental para abordar los desafíos de una economía digital. Las características para identificar este tipo de red favorable a la innovación son, tal como audio plantea: multidisciplinariedad; distintos puntos de vista; escalabilidad de las soluciones y estrategias aprendidas, más allá de la regionalización o nacionalización de las organizaciones; entre otras.

Facilitar y monitorear el desarrollo de los ecosistemas es fundamental para el desarrollo económico basado en la innovación. Para esto existen esfuerzos y nuevas estrategias en distintas partes del mundo. Cabe destacar al investigador del Center for Collective Intelligence del MIT, Peter Gloor, que ha trabajado en un *software* para mapear la formación de redes colaborativas. La plataforma UCINET, permite intencionar la formación de ecosistemas de innovación para generar instancias con los actores adecuados.

Modelos básicos para entender el emprendimiento social

La paradoja del emprendimiento social es que mientras su ecosistema no deja de crecer, el 'término "emprendimiento social" significa diferentes cosas en diversos contextos. Esto ocurre, entre otras razones, porque todavía no hay un acuerdo general que ayude a distinguir claramente el modelo de negocio que hay detrás de la etiqueta "emprendimiento social".

Por este motivo, la organización inglesa CAF ha desarrollado un marco básico que distingue entre tipos de empresas sociales, centrado en los riesgos financieros de una empresa social y su probabilidad de conseguir impacto social. Según CAF hay tres vías para crear impacto social a través de las actividades económicas desarrolladas.

Modelo generador de ganancias: organizaciones que desarrollan una actividad comercial que no tiene un impacto social directo, con la que

obtienen beneficios económicos y luego transfiere una parte o la totalidad de estos a otra actividad que tienen un impacto social directo.

En este modelo la actividad comercial busca principalmente el retorno financiero. Se asume que no tiene un impacto social directo, puede ser que la actividad comercial puede tener efectos deseables (por ejemplo, creación del empleo), pero esta situación está supeditada al propósito predominante de la actividad económica.

Modelo compensación: emprendimientos que desarrollan una actividad comercial que tiene un impacto social directo, pero que deben gestionar un equilibrio entre la rentabilidad financiera y el impacto social obtenido.

En este modelo, la propia actividad comercial tiene impacto social directo, pero hace falta alcanzar un equilibrio entre la generación de beneficios y la creación de impacto social. Estos tipos de emprendimientos sociales pueden reducir su impacto al disminuir los rendimientos financieros o viceversa. A diferencia del primer modelo que expusimos, el impacto social en este modelo es parte integral de la naturaleza de la actividad comercial. La pregunta clave para identificar este modelo es: ¿se puede incrementar el impacto social del emprendimiento haciendo decrecer los retornos financieros? Si la respuesta es “sí”, estamos ante este tipo de emprendimiento social.

Modelo de correlación directo: Organizaciones que desarrollan una actividad comercial que, además de generar un impacto social directo, ofrecen un retorno financiero en correlación directa con el impacto social creado.

La pregunta clave para identificar este modelo es: ¿se puede incrementar el impacto social del emprendimiento haciendo decrecer los retornos financieros? Si la respuesta es “no”, estamos ante un emprendimiento social de este tipo (Haro Pastor, 2016).

La identificación de los modelos, permiten a un emprendimiento social poder clarificar su impacto y orientar sus acciones.

Método

El objetivo de esta investigación fue fundamentar la problemática e identificar referentes teóricos conceptuales para el emprendimiento social innovador en México, de ahí se identificaron conceptualmente las variables de un ecosistema emprendedor y los modelos de emprendimiento social. La investigación se realizó con un enfoque cualitativo, utilizando un método deductivo, ya que de acuerdo a Sampieri, Fernández y Del Pilar (2014) es uno de los principales métodos de razonamiento, conclusión e investigación.

A partir de una búsqueda documental en diversas fuentes se pudo conocer la realidad actual del emprendimiento social, la innovación y sus retos. A partir de ello, se realizó una búsqueda del concepto de ecosistema de emprendimiento que permitiera identificar los elementos y actores, con la finalidad de identificar modelos de emprendimiento social que puedan orientar en el estudio posterior del mismo en la región.

Conclusión

Como resultado de la investigación realizada se concluye que el emprendimiento social en México cuenta con importantes retos, la innovación dentro de los emprendimientos sociales es un factor de gran importancia que tiene que fortalecerse, ya que es crucial para las empresas, los países y las sociedades, debido a su conexión con la generación de valor que deriva en crecimiento, bienestar y desarrollo, tal y como sucede en economías basadas en el conocimiento. México requiere una transición emprendedora, una transición innovadora y una transición social que se conjunten para lograr mejoras económicas.

Un ecosistema de emprendimiento activo en la región representa una vía para mejorar los resultados de los emprendimientos y prolongar su subsistencia, pero no se identifica aún una claridad en la conexión e interacción de los actores, resulta conveniente mejorar la interacción de políticas, finanzas, cultura, servicios, capital humano y mercados del ecosis-

tema emprendedor mexicano. Los cambios de política han desagregado las acciones de emprendimiento y aunque la innovación es un proceso democrático y México requiere mayores esfuerzos de emprendimiento social, un buen punto inicial sería el trazar un mapa de relaciones de los actores a fin de observar cómo poder mejorar la interacción del sistema y sus productos.

Los emprendimientos en la región son una realidad, por lo que es necesario construir un ecosistema de innovación, con estrategias y compromiso en conjunto, que permitan promover y desarrollar innovaciones que generen un impacto positivo en la sociedad.

El emprendimiento social en sí mismo es un reto, las necesidades sociales son tan apremiantes que motivan la iniciativa, impulsan la creatividad y avivan la necesidad de soluciones, pero convendría clarificar los objetivos y metodologías de los modelos, si serán generadores de ganancias, modelos de compensación o de correlación directa. Esto facilitaría orientar de mejor forma el emprendimiento social.

Si el logro del emprendimiento social representa un reto, que además sea innovador es un reto mayor, el país tiene rezagos como economía de conocimiento, la inversión en innovación cada vez se reduce más, pero al tratarse la innovación de un proceso democrático, los actores del ecosistema tienen una gran área de oportunidad a fin de poder lograr mejores interacciones con mínimos de recursos para la mejora de todo un sistema.

Fuentes

Arreola, J. (09 de abril de 2019). *Mexico Forbes*. Recuperado el 05 de MARZO de 2020, de <https://www.forbes.com.mx/falta-innovacion-en-mexico/>

Castro Cruz, C. (2018). Análisis del ecosistema del emprendimiento en México. *Emprendimiento, Economía política, Desarrollo Económico*. México: Universidad Complutense de Madrid.

Del Cerro, J. (10 de 03 de 2019). *Disruptivo*. Obtenido de disruptivo:

<https://disruptivo.tv/columnas-y-notas/el-emprendimiento-social-en-mexico-un-panorama/>

Escamilla, J. (17 de mayo de 2017). *Expansion*. Recuperado el 05 de marzo de 2020, de <https://expansion.mx/empresas/2017/05/17/que-nos-falta-para-innovar-en-mexico>

Gámes Macias, L. F. (01 de 09 de 2019). *El Financiero*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/bajio/el-emprendimiento-en-2019>

Haro Pastor, G. (23 de junio de 2016). *emprendedor social.org*. Recuperado el 10 de marzo de 2020, de <https://emprendedorsocial.org/3-modelos-basicos-para-entender-el-emprendimiento-social/>

Innovatio Fctory Institute. (21 de junio de 2018). Obtenido de <https://www.innovationfactoryinstitute.com/blog/que-es-la-innovacion-social-y-los-emprendedores-sociales/>

Rodríguez Díaz, L. (12 de 03 de 2018). Obtenido de https://www.pa.gob.mx/publica/rev_53-54/analisis/emprendedurismo.pdf

Social, I. N. (2018). *Emprendedor Social, el futuro del emprendimiento*. México.

Procesos sociales y económicos. Nueve acercamientos
se terminó de editar en diciembre de 2020
en los talleres de Amateditorial, S.A. de C.V.,
Prisciliano Sánchez #612, Zona Centro
44100, Guadalajara, Jalisco, México.

El tiraje fue de 1 ejemplar.

Fotografía de portada:
Eleazar Rodríguez Meléndez

Procesos sociales y económicos. Nueve acercamientos es el resultado de la cooperación de la comunidad de la División de Estudios Sociales y Económicos del Centro Universitario de la Costa. Su propósito es difundir los resultados de las investigaciones de los estudiantes de pregrado, en colaboración con profesores. Las versiones originales de estos escritos se presentaron durante la primavera de 2020 en el XII Coloquio Interdisciplinar de Estudios Sociales y Económicos (CIESE).

Sin duda, este trabajo contribuye a la consolidación del CIESE como espacio que fomenta la incorporación temprana de estudiantes de pregrado en la investigación. A través de sus páginas, el lector podrá acercarse a los intereses de investigación que surgen en las aulas de nuestro centro universitario. Asimismo, ésta es una obra que impacta en diversos indicadores institucionales, como la formación de recursos humanos con competencias investigativas y los procesos de acreditación de los programas educativos.