



ISSN 1405-7328



38

Ciencias Empresariales

Revista del Claustro de Profesores de la Facultad de Contaduría y Ciencias
Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Enero – Diciembre del 2022



Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Directorio

Rector:

Dr. Raúl Cárdenas Navarro

Secretario General:

L.E. Pedro Mata Vázquez

Secretaria Académica

Dra. Isabel Marín Tello

Secretaria Administrativa

Mtra. Silvia Hernández Capi

Secretario Auxiliar

Dr. Juan Carlos Gómez Revuelta

Tesorero General:

Dr. Rodrigo Gómez Monge

Coordinador de la Investigación Científica:

Dr. Marco Antonio Landavazo Arias

**Facultad de Contaduría y
Ciencias Administrativas**

Dr. Evaristo Galeana Figueroa

Director

M. en A. Juan Campos Delgado

Subdirector

M.F. Luis Eugenio Estrada Zavala

Secretario Administrativo.

M. en A. Erik Alfaro Calderón

Secretario Académico.

Ciencias Empresariales

Revista del Claustro de Profesores de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Director:

Dr. Federico González Santoyo.

Editores:

Dr. Mauricio Chagolla Farias

Dra. M. Beatriz Flores Romero

Consejo Editorial:

Dr. Federico González Santoyo (FCCA – UMSNH)

Dr. Jaime Gil Aluja (U.Barcelona-España)

Dr. Antonio Terceño Gómez (URV-España)

Dr. Ignasi Brunet Icart (URV – España)

Dr. Jorge de Andrés Sánchez (URV – España)

Dr. Norberto Marquéz Álvarez (URV – España)

Dr. Tomás Lorenzana de la Varga (U. Extremadura)

Dr. José Ma. Cubillo Pinilla (U. Politécnica – Madrid)

Dr. Mariano Jiménez López (U. del País Vasco)

Dr. Giuseppe Zollo (U.Federico II-Italia)

Dr. Jacques-Marie Aurifeille (U. De la Réunion – Francia)

Dr. Emilio A. M. Machado (U.Buenos Aires – Argentina)

Dr. Pablo Sebastián García (U. Buenos Aires – Argentina)

Dr. Jaime Tinto Arandes (U. De los Andes – Mérida, Venezuela)

Dr. Alberto Medina León (U. Matanzas – Cuba)

Dr. Joaquín García Digho (U. Matanzas – Cuba)

Dr. José Jesús Acosta Flores (DEPFI – UNAM)

Dr. Ricardo Aceves García (DEPFI - UNAM)

Dr. Manuel Ordorica Mellado (COLMEX)

Dra. Ana Elena Narro Ramírez (UAM - X.)

Dr. Sergio G. De los Cobos Silva (UAM – IZT)

Dr. Juan José Flores Romero (FIE-UMSNH)

Dra. Beatriz Flores Romero (FeGoSa – Ingeniería Administrativa)

Dr. J. Jesús Vázquez Estupiñán

M. en C. Alfredo Díaz Mata (FCCA – UNAM)

Dr. Mauricio Chagolla Farias (FCCA - UMSNH)

Dr. Gerardo Gabriel Alfaro Calderón (FCCA - UMSNH)

Dr. Fernando Ávila Carreón (FCCA – UMSNH)

Dr. Rubén Chávez Rivera (UMSNH)

Dr. Marco Antonio Tinoco Alvarez (UMSNH)

Tipografía, Apoyo Administrativo y Diseño: Dra. M. Beatriz Flores Romero.

Ciencias Empresariales, No. 38 Enero – Diciembre del 2022.

Toda correspondencia deberá ser enviada a la dirección abajo impresa. Mayor información en los mismos teléfonos con el Dr. Federico González Santoyo, Director de la Revista. El contenido de los artículos firmados es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente la opinión de los editores. Los materiales de esta Publicación pueden ser reproducidos para fines no comerciales citando la fuente. Si fuera el caso se ruega enviarnos un ejemplar.

Portada: Fotografía tomada por Gabriela González Flores: Fuente de Trevi

D.R. 2022

ISSN 1405-7328

Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas, Edificio A - II ,
Ciudad Universitaria, Morelia Michoacán, México

Tel. (43) 26 62 76, Tel y Fax (43) 16 74 11.

CIENCIAS EMPRESARIALES

**Revista del claustro de Profesores de la Facultad de
Contaduría y Ciencias Administrativas de la
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo**

Director: Dr. Federico González Santoyo.

**Editores: Dr. Mauricio Chagolla Farias
Dra. M. Beatriz Flores Romero**

Consejo Editorial Nacional:

Dr. Federico González Santoyo (FCCA - UMSNH), Dr. José Jesús Acosta Flores (DEPFI – UNAM), Dr. Ricardo Aceves García (DEPFI - UNAM), Dr. Manuel Ordorica Mellado (COLMEX), Dra. Ana Elena Narro Ramírez (UAM - X.), Dr. Sergio G. De los Cobos Silva (UAM – IZT), Dr. Juan José Flores Romero (FIE-UMSNH), Dra. Beatriz Flores Romero (FeGoSa – Ingeniería Administrativa), Dr. J. Jesús Vázquez Estupiñán, M. en C. Alfredo Díaz Mata (FCCA – UNAM), Dr. Mauricio Chagolla Fariás (FCCA - UMSNH), Dr. Gerardo Gabriel Alfaro Calderón (FCCA - UMSNH), Dr. Fernando Ávila Carreón (FCCA – UMSNH), Dr. Rubén Chávez Rivera (UMSNH), Dr. Marco Antonio Tinoco Alvarez (UMSNH)

Consejo Editorial Internacional:

Dr. Jaime Gil Aluja (U.Barcelona-España), Dr. Antonio Terceño Gómez (URV-España), Dr. Ignasi Brunet Icart (URV – España), Dr. Jorge de Andrés Sánchez (URV – España), Dr. Norberto Marquéz Álvarez (URV – España), Dr. Tomás Lorenzana de la Varga (U. Almeria), Dr. José Ma. Cubillo Pinilla (U. Politécnica – Madrid), Dr. Mariano Jiménez López (U. del País Vasco), Dr. Giuseppe Zollo (U.Federico II-Italia), Dr. Jacques-Marie Aurifeille (U. De la Réunion – Francia), Dr. Emilio A. M. Machado (U.Buenos Aires – Argentina), Dr. Pablo Sebastián García, Dr. Jaime Tinto Arandes (U. De los Andes – Mérida, Venezuela), Dr. Alberto Medina León (U. Matanzas – Cuba), Dr. Joaquín García Digho (U. Matanzas – Cuba)

CONTENIDO

MARKETING TURÍSTICO: UN ENFOQUE EN LA HOTELERÍA DE LOS PUEBLOS MÁGICOS Alejandra Berenice García Torres, Martha Beatriz Flores Romero	1
TURISMO OSCURO EN EL ESTADO DE MICHOACÁN UNA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO REGIONAL: CASO MORELIA-PÁTZCUARO EN VÍSPERAS DE NOCHE DE MUERTOS Alfredo Raya Montaña, Martha Beatriz Flores Romero, Jennifer López Chacón	12
ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO EN LAS GRANDES EMPRESAS, CASO ALSEA Chagolla Farías M. A., Rodríguez Zepeda A. M., Campos Delgado P.	22
PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN: UNA EVALUACIÓN BAJO CRITERIOS ASG Norma Laura Godínez-Reyes, Martha Beatriz Flores-Romero, Virginia Hernández-Silva, Mauricio	43
ASPECTOS INTERNACIONALES DE LOS PRECIOS DE TRANSFERENCIA Rodríguez Zepeda A.M, Chagolla Farias M.A.	60
DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL EN LAS GRANDES EMPRESAS, CASO ALSEA Mauricio A. Chagolla-Farías, Gerardo Gabriel Alfaro-Calderón, Beatriz Flores Romero, Virginia Hernández Silva, Norma Laura Godínez-Reyes	80
NOTA TÉCNICA: REPRODUCCIÓN DE AVES DE TRASPATIO EN ACAYUCAN, VERACRUZ Velázquez-Silvestre María Gisela, González Rodríguez Eduwiges, Domínguez Cartas Víctor Manuel, Hernández-Velázquez Lisset	111
LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO UNIVERSITARIO Toscano Galeana J., Rojas Maldonado Erick R.	116

MARKETING TURÍSTICO: UN ENFOQUE EN LA HOTELERÍA DE LOS PUEBLOS MÁGICOS

Alejandra Berenice García Torres¹, Martha Beatriz Flores Romero ²

¹Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas
alejandra.garcia@umich.mx, martha.flores@umich.mx

RESUMEN

En esta investigación se realizó un análisis descriptivo de las estrategias de promoción utilizadas en el Marketing Turístico, desde la perspectiva de los Hoteles en Pueblos Mágicos, se acotó al Estado de Michoacán. Se encontraron hallazgos significativos al respecto en torno a cuáles Pueblos Mágicos tienen presencia en plataformas de promoción de hoteles y se encontró también el nivel de satisfacción con respecto al uso de dichos servicios. Para tal efecto se analizaron las siguientes plataformas, Booking, Trivago, Expedia y Hoteles.com. Se hicieron también búsquedas específicas de cada hotel y su presencia en internet, a través de páginas web de su empresa, en Facebook, Instagram, Tik Tok y You tube. Encontrando grandes ausencias de los mismos en estos medios.

INTRODUCCIÓN

Uno de los atributos del sistema del libre mercado es el derecho de utilizar la comunicación como herramienta de influencia e información.

En un sistema económico, la libertad se refleja en los esfuerzos promocionales de las empresas para llegar a la conciencia, los sentimientos, las creencias y el comportamiento de los clientes prospectos.

Pocos bienes o servicios, incluso aquellos bien desarrollados, con precios adecuados y debidamente distribuidos, consiguen sobrevivir en los mercados sino cuentan con promoción efectiva, es decir una comunicación empresarial que informa, persuade y recuerda un bien o servicio a los compradores potenciales, con el propósito de influir en su opinión o generar una respuesta.

La promoción sirve para lograr los objetivos de la organización. En ella se usan diversas herramientas para tres funciones promocionales indispensables: Informar, Persuadir y Comunicar un recordatorio. La importancia relativa de estas funciones depende de las circunstancias que enfrente la compañía.

Las estrategias de promoción son esencialmente planes que indicarán cómo será una promoción, dónde y cómo funcionará, y cómo se medirán sus resultados. Deben buscar una ventaja competitiva o nicho, y proponer un rumbo que ayude a las empresas a lograr sus objetivos.

Nadie va a comprar un producto o servicio del que no ha oído hablar, ni lo comprará si no sabe lo que ofrece una empresa. Es por esto que es vital una excelente estrategia de promoción si se quiere posicionar la marca en el mercado.

La promoción, sin importar a quién vaya dirigida, es un intento de influir. Tiene cuatro formas: Venta personal, promoción de ventas, publicidad y relaciones públicas. De acuerdo a su objetivo organizacional y al público objetivo se determinará cuáles utilizar.

El sector turístico es una de las principales industrias mundiales. Asimismo, es una de las actividades económicas más importantes en países como México. En México es una de las principales actividades productivas y contrata al 8 % de la población, según SECTUR 2022. Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reportaron que, durante el primer trimestre de 2020, el sector turístico de la entidad empleó el 7.7 por ciento de la Población Económicamente Activa y ocupada en Michoacán, informó la secretaria de Turismo.

Los dos principales sectores que comprenden las actividades que llamamos turismo son, la hotelería y los viajes. Por ello nos referimos a la hotelería en este estudio.

En el caso del Turismo, la promoción de la cultura y el turismo basado en la diversidad se remonta a inicios del siglo XXI, específicamente en 2001, la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) diseña el programa Pueblos Mágicos (PM) como una nueva opción de diversificación del turismo de interior (Núñez y Ettinger, 2020).

El programa “Pueblos Mágicos de México” busca aprovechar las características históricas y culturales de pequeños lugares en todo el país, convocando a pueblos con un determinado potencial turístico a fomentar esta actividad económica como parte de su desarrollo local (SECTUR 2001). A través de este programa se ha dado mayor reconocimiento a comunidades que presentan características propicias para la actividad turística (Shaadi et al. 2018), también se han revalorado poblados significativos en el imaginario nacional y que tienen una riqueza patrimonial que puede aprovecharse para el desarrollo local (López, 2018). Dicho programa de promoción turística ha comenzado a ser replicado por otras naciones de América y Europa como Argentina, Colombia, Panamá, Guatemala, Bolivia, Paraguay, Ecuador, Perú, Chile, Honduras, Salvador (Lemus, 2017; De la Rosa, 2012) y España (Escribano, 2021) en algunas de las cuales han mantenido el nombre y en otras le han puesto uno propio.

El programa turístico “Pueblos Mágicos” creado en 2001 por la [Secretaría de Turismo](#) (Sectur) de [México](#), junto con su marca, tiene la finalidad de promover el turismo preservando tradiciones seculares y ancestrales, así como, revalorizar ciudades y pueblos que realizan grandes esfuerzos por proteger y guardar su riqueza cultural.

Los Pueblos Mágicos son localidades que tienen atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, siendo estas regiones de México una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

Actualmente las plataformas digitales para reservación de hoteles, ofrecen un ranking basado en el número de comentarios, calificaciones y servicios. A través de este ranking los usuarios ubican a los hoteles mejor posicionados, es decir, el ranking apoya al posicionamiento de marca y es el enlace entre el hotel y el usuario a través de la plataforma.

TEORÍA

Marketing turístico

Los dos principales sectores que comprenden las actividades que llamamos turismo son la hostelería y los viajes.

Definición de marketing

¿Qué es marketing? Mucha gente piensa en marketing como simplemente las actividades de ventas y publicidad. Y no es sorprendente: todos los días nos bombardean los anuncios de televisión, las ofertas por correo, las llamadas telefónicas y las solicitudes por Internet. Sin embargo, la venta y la publicidad son solo la punta del iceberg del marketing.

Estrategia

Las estrategias son las decisiones importantes que se requieren para lograr un objetivo. Fisher D.L (2017, p.33).

Estrategia de Mercadotecnia

La estrategia de mercadotecnia es el punto clave de un plan de acción para utilizar los recursos de una empresa con el fin de alcanzar sus metas. Estas pueden obtenerse, por diferentes caminos, por lo que la estrategia señala como pueden lograrse. Fisher D.L (2017, p.33).

Implica las actividades para seleccionar y describir uno o varios mercados meta, y para crear y mantener una mezcla de marketing que produzca intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados metas.

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (p.26)

Estrategias de Promoción

Es un plan para emplear de forma óptima los elementos de la promoción: publicidad, relaciones públicas, venta personal, promoción de ventas y social media. La promoción es parte vital de la mezcla de marketing ya que informa a los consumidores acerca de los beneficios del producto y con ello lo posiciona en el mercado.

Las empresas parten de estas metas globales para combinar los elementos de la estrategia de promoción (la mezcla promocional) es un plan que los coordina. Así el plan de promoción se convierte en parte integral de la estrategia de marketing para llevar al mercado meta.

La función principal de la estrategia de promoción de una empresa es convencer a los clientes meta de que los bienes y servicios que ofrece suponen una ventaja competitiva frente a los de sus competidores.

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (Pp.273).

Mezcla Promocional

Combinación de herramientas de promoción (como publicidad, relaciones públicas, venta personal, promoción de ventas y social media) utilizadas para llegar al mercado meta y alcanzar las metas generales de la organización. La mezcla correcta es aquella que la gerencia considera que satisfará las necesidades del mercado meta y cumplirá las metas globales de la organización Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (pp.278)

Consiste en la combinación específica de publicidad, relaciones públicas, ventas personales, promoción de ventas y herramientas de marketing directo que utiliza la compañía para comunicar el valor a los clientes en forma persuasiva y establecer relaciones con ellos. Kotler, P., & Armstrong, G. (2017) (pp.422).

Promoción

Según Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) pp.273), la promoción es la comunicación empresarial que informa, persuade y recuerda un bien o servicio a los compradores potenciales, con el propósito de influir en su opinión o generar una respuesta.

La promoción incluye la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y la venta personal. Su función en la mezcla de marketing consiste en generar intercambios satisfactorios con los mercados meta al informar, instruir, persuadir y recordar los beneficios que ofrece la organización o un producto.

Las personas se comunican entre sí por muchas razones. Buscan diversión, solicitan o brindan ayuda, grandes instrucciones, ofrecen información y expresan ideas y pensamientos. Por otro lado, la promoción pretende modificar de alguna manera el comportamiento y los pensamientos.

La promoción también busca reforzar el comportamiento existente; la promoción puede cumplir una o más de cuatro tareas: informar, persuadir, recordar algo al público o conectarse con él. (p.277)

Relaciones Públicas

Kotler, P. Armstrong G. (2017). Describen a las Relaciones Públicas como conjunto de actividades encaminadas a atraer a los clientes y a establecer buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía.

Otra herramienta de promoción masiva son las relaciones promoción masiva son las relaciones públicas (PR) por sus siglas en inglés, es decir, el conjunto de actividades encaminadas a atraer a los clientes y establecer buenas

Las relaciones públicas son el elemento de la mezcla de promoción que evalúan las actividades del público, identifica cuestiones que podrían preocuparse y ejecuta programas para ganarse su comprensión y aceptación.

Las relaciones públicas se utilizan para promover productos, personas, lugares, ideas, actividades, organizaciones e incluso países. Las compañías utilizan las relaciones públicas para entablar buenas relaciones con los consumidores, inversionistas, medios de comunicación y con sus comunidades.

Actividades encaminadas a forjar buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía mediante la generación de información favorable, la creación de una buena imagen corporativa y el manejo o bloqueo de rumores, relatos o sucesos desfavorables.

El impacto de las relaciones públicas puede tener un fuerte impacto en la conciencia pública a un costo mucho menor que la publicidad. Cuando una compañía utiliza relaciones públicas no paga por espacio ni tiempo en los medios de comunicación si no le paga al personal para desarrollar y distribuir información y organizar eventos.

Las relaciones públicas son un eslabón vital de la mezcla de comunicaciones de marketing de una empresa progresista. Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (pp.305).

Publicidad

Es toda clase de comunicación impersonal sufragada que identifica al patrocinador o a la empresa. Los medios de publicidad son los canales que usan los anunciantes para la comunicación masiva.

Los seis principales son los diarios, las revistas, la radio, la televisión, internet y los medios en exteriores.

Diarios: son una forma de las formas más antiguas de medios. Algunas de las ventajas de anunciarse en diarios son la flexibilidad geográfica y la oportunidad.

Revistas: Son otra media tradicional que ha tenido éxito.

Televisión: Las transmisiones en televisores incluyen las cadenas de televisión, las estaciones independientes, la televisión satelital directa.

Internet: Los sitios de internet y los buscadores populares por lo general venden espacio publicitario a las empresas

Radio: Ofrece diversas fortalezas como la selectividad y la segmentación de los públicos.

Medios exteriores: La publicidad al aire libre o en exteriores es un medio flexible y de bajo costo que puede adoptar diversas formas. Algunos ejemplos son los anuncios espectaculares, los mensajes escritos por una avioneta en el cielo, los letreros en los estadios deportivos. Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (pp.279,298)

Uno de los principales beneficios de la publicidad es su capacidad para comunicar algo a un número muy grande de personas de una sola vez.

Se trata de una forma muy popular de promoción, en especial en el caso de bienes procesados y servicios de consumo. Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (p.291)

Cualquier forma impersonal de presentación y promoción acerca de ideas, bienes o servicios que paga un patrocinador identificado. (Kotler, P. Armstrong G.) (2017).

Es toda clase de comunicación impersonal sufragada que identifica al patrocinador o a la empresa. Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (pp.279)

Promoción De Ventas

Incentivos a corto plazo que alimentan la compra o la venta de un producto o servicio. (Kotler, P. & Armstrong, G.2017).

La promoción de ventas puede estar dirigida a los consumidores finales, clientes comerciales o empleados de la empresa. Algunas formas de promoción de ventas son las muestras gratuitas, los concursos, las cantidades extra, las exposiciones comerciales.

Las empresas a menudo usan las promociones de ventas para incrementar la efectividad de otros elementos de la mezcla promocional, en especial la publicidad y la venta personal. Las investigaciones demuestran que la promoción de ventas como complemento de la publicidad produce más rápidamente respuesta de ventas Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (p.280)

Según Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (pp.380), la promoción de ventas está compuesta por actividades de marketing que estimulan a los consumidores a comprar y aumentan la efectividad de los distribuidores.

Ventas Personales

Las ventas personales son la herramienta más eficaz en ciertas etapas del proceso de compra, sobre todo a moldear las preferencias, las convicciones y las acciones de los compradores. (Kotler P. & Armstrong.) (2017).

La venta personal representa una situación de compra que implica comunicación personal, sufragada, entre dos personas que tratan de influir la una en la otra.

En este dúo tanto el comprador como el vendedor tiene objetivos específicos que desea lograr. Entre los métodos tradicionales está la presentación planeada dirigida a uno o varios compradores potenciales con el propósito de realizar una venta.

Las concepciones más actuales de la venta personal subrayan la relación que se desarrolla entre un vendedor y un comprador. Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) (pp.313).

METODOLOGÍA

Se aplicó Web Scraping para los resultados de búsqueda de los Pueblos Mágicos ubicados en Michoacán en Booking, Expedia, Trivago y Hoteles.com, para los días 24 y 25 de septiembre de 2022. Posteriormente se realizó un limpiado de los datos obtenidos a partir del cual se obtuvieron los campos: ciudad, nombre del hotel, precio por noche, calificación calidad-precio, calificación de los usuarios en la plataforma, servicios, estrellas y la posición en el ranking.

Una vez que se contó con los resultados anteriores, se realizó una unión de conjuntos con las plataformas de Expedia, Trivago, Hoteles.com y Booking. Finalmente, se obtuvo coeficiente de correlación entre los rankings según las estrellas del hotel, la calificación de usuario y el ranking para cada plataforma, las estrellas y el ranking para cada plataforma.

Adicionalmente, se buscaron también en internet los medios de difusión y promoción de los hoteles de Pueblos Mágicos en página web, Facebook, Instagram, Tik Tok y YouTube.

RESULTADOS:

Una vez aplicada la metodología, se encontraron los siguientes resultados, mismos que se resumen en la siguiente tabla:

Tabla No. 1: Indicadores de Hoteles en Pueblos Mágicos

PUEBLOS MÁGICOS / INDICADORES	No Estrellas: Según Hotel/ Según aplicación	Precio Hab (Sencilla o doble) promedio	Recomendaciones	Canales de difusión	Calificación del usuario/satisfacción del cliente
Pátzcuaro	4* 3*	\$1,483 \$1,522	4 y 4.5	Facebook Instagram Sitio Web	Promedio 4
Tlalpujahua	3* 2*	\$1.500 \$700	3.5 y 4	Ninguno	Promedio 4
Tzintzuntzan	3* 4*	\$1,200 \$ 4,500	3.5 y 5	Facebook	Promedio 4.5
Anganguero	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Jiquilpan	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Tacámbaro	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Paracho	2.5*	\$ 600	4 y 4.5	Sitio web Facebook	Promedio 4
Santa Clara del Cobre	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Cuitzeo	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente: Elaboración propia con base en resultados.

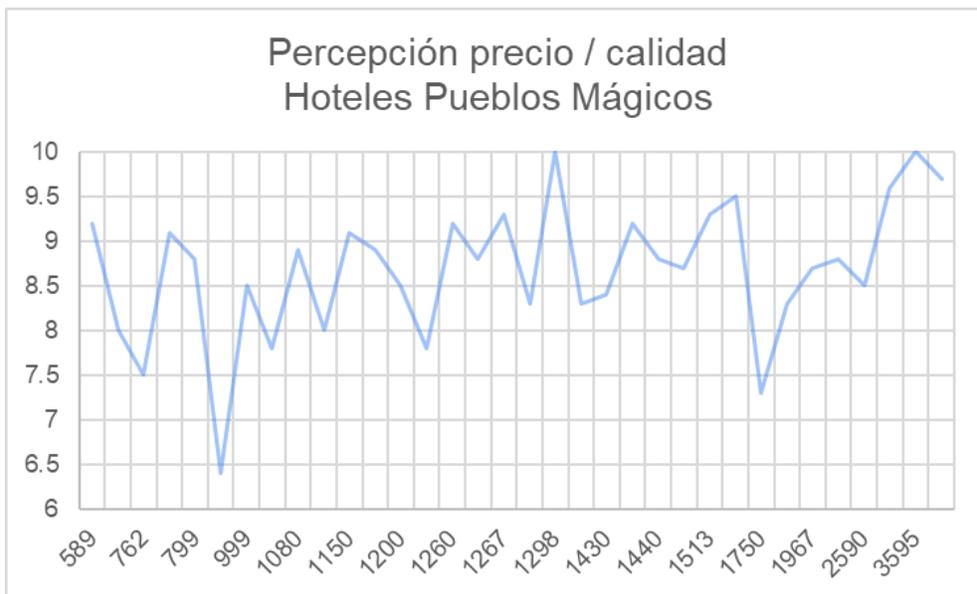
En cuanto a las plataformas utilizadas como medio de contacto entre el Hotel y el cliente, se tiene que: De 9 pueblos mágicos de Michoacán, solo 4 de ellos: Pátzcuaro, Tlalpujahua, Tzintzuntzan y Paracho utilizan las plataformas. La mayoría de los hoteles son de 4 y 3 estrellas, mismas estrellas que también asignan las

aplicaciones, las recomendaciones encontradas en promedio de 4 como muy buena, en una escala de 1 a 5, considerando 1 muy baja recomendación y 5 excelente recomendación.

En cuanto a los medios de difusión y promoción de los hoteles de Pueblos Mágicos de Michoacán se observó que: los hoteles identificados, utilizan muy pocos de canales de difusión, encontrándose algunos con Sitios Web, Facebook en la mayoría y algunos en Instagram. La brecha digital existente entre estos hoteles y el marketing digital es notoria, a excepción de Pátzcuaro que logra estar presente en todas las plataformas de hoteles, pero necesita reforzar más sus ventas a través de Redes Sociales, tiene presencia en Facebook e Instagram, pero no con todos los hoteles que muestra la plataforma.

La percepción de la calidad en relación con el precio de los hoteles ubicados en Pueblos Mágicos tiene que ver con los recursos heredados o naturales, los recursos creados o infraestructura y los servicios turísticos. Dicha percepción en los hoteles que muestra la plataforma Booking tiene un promedio de 8.7, indicando una satisfacción alta del servicio recibido, como se muestra en la gráfica siguiente:

Gráfica # 1: Percepción de la calidad del servicio en Hoteles Pueblos Mágicos



Fuente: Elaboración propia en base a Booking.

CONCLUSIONES

Se concluye que las estrategias empleadas en el Marketing Turístico en torno a los medios de difusión y promoción de los hoteles que requieren primeramente contar con su Sitio Web, además utilizar las redes sociales como: Instagram, Tik Tok, YouTube, que son canales más directos para comunicarse con sus

potenciales clientes, además permiten mantener una comunicación más directa y personalizada con los mismos. Asimismo, es capaz de brindar retroalimentación precisa en menor tiempo. En materia de costos, estos medios generan grandes ahorros para las empresas, pues utilizan canales que, en muchos casos, pueden ser gratuitos. En la actualidad son los canales más utilizados por los consumidores para la búsqueda de oferta de productos y servicios.

Se pudo identificar que, de los 9 pueblos mágicos de Michoacán, cinco de ellos como lo son: Angangueo, Jiquilpan, Tacámbaro, Santa Clara del Cobre y Cuitzeo, no utilizan las plataformas para facilitar la comercialización de su servicio, además carecen de las redes sociales como canales de difusión, y las pocas que utilizan, con baja calidad en el contenido de su publicidad.

El hospedaje como servicio, por sus características: intangible, inseparable, de carácter perecedero y heterogéneo, es más complejo comercializar y difundir, por lo que el consumidor busca obtener más información que le permita tomar la decisión de compra, como: precios, servicios ofrecidos, comentarios y experiencia de los usuarios, recomendaciones, imágenes del lugar, etc. Por lo que se recomienda apoyarse en empresas externas dedicadas al manejo de medios, para darse a conocer.

Las estrategias de promoción son una de las principales herramientas que tiene el marketing para dar a conocer los productos o servicios de una empresa. Además, también, pueden crear la necesidad de compra al usuario, e incluso posicionar una marca dentro de un mercado, para lograr la preferencia y lealtad de los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Cuadratín (2021). <https://www.quadratin.com.mx/turismo/mujeres-65-de-las-personas-que-laboran-en-sector-turistico/>

De La Rosa, A. (2012). Replicarán el programa de pueblos mágicos en el extranjero. *El economista*. http

Escribano, M. (2021). Pueblos mágicos de España: seis paraísos aquí al lado. <https://viajar.elperiodico.com/destinos/pueblos-magicos-espana-seis-paraisos>

Expedia.mx (2022) <https://www.expedia.mx/>

Hoteles.com (2022). https://www.hoteles.com/?locale=es_MX&pos=HCOM_LATAM&siteid=300400003

Lane Keller, Kevin. (2008). Administración Estratégica de marca. 3ra. Edición. Editorial Pearson Educación: México. 97-98.

Lemus, J. (2017). Pueblos mágicos, modelo de exportación. *Reporte Indigo*. <https://www.reporteindigo.com/reporte/turismo-promocion-modelo-pueblos-magicos-regiones-america-latina/>

López, L. (2018). Las territorialidades del turismo: el caso de los Pueblos Mágicos en México. *Atelie Geográfico*, 12 (1), 6-24.

Núñez, G.; Ettinger, C. (2020). La transformación de un territorio cultural. El desarrollo de los pueblos mágicos en México: Pátzcuaro como caso de estudio. *Revista Urbano*, 41, 40-57.

Philip Kotler. (2011). Marketing Turístico. 5ta. Edición. Editorial Pearson Educación: Madrid. 10-12.

Secretaría de Turismo. (2022). Empleo Turístico. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ResultadosITET.aspx#:~:text=La%20poblaci%C3%B3n%20ocupa%20en%20el,periodo%20julio%2Dseptiembre%20de%202022>

Stanton W. y Etzel M. (2007). Fundamentos de Marketing. 14va. Edición. México: Editorial McGraw Hill.

TURISMO OSCURO EN EL ESTADO DE MICHOACÁN UNA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO REGIONAL: CASO MORELIA-PÁTZCUARO EN VÍSPERAS DE NOCHE DE MUERTOS

Alfredo Raya Montaña, Martha Beatriz Flores Romero, Jennifer López Chacón
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
alfredo.raya@umich.mx, martha.flores@umich.mx, jennifer.lopez@umich.mx

RESUMEN

El turismo oscuro o turismo negro hace referencia al hecho de visitar lugares a sitios donde la muerte, el misterio, las leyendas, lo paranormal y la violencia son los principales atractivos. Este tipo de turismo no es para todos. Sin embargo, ha tenido un gran auge en los últimos años. Michoacán es un estado con gran riqueza cultural y de tradiciones, siendo la Noche de Muertos uno de las festividades que más derrama turística genera. Adicionalmente, tanto Morelia como Pátzcuaro cuentan con una gran diversidad de historias y leyendas que pueden generar un nicho de mercado importante enfocado al turismo oscuro. En este trabajo se da una propuesta de lugares ad hoc para aquellos interesados en el turismo oscuro.

PALABRAS CLAVE

Turismo Oscuro, Morelia, Pátzcuaro, Michoacán, Desarrollo Regional

ABSTRACT

Dark tourism or black tourism refers to the activity of visiting places where death, mystery, legends, the paranormal and violence are the main attractions. This type of tourism is not for everyone. However, it has had a great boom in recent years. Michoacán is a state with tremendous cultural wealth and traditions, being the *Noche de Muertos* (Night of the Dead) one of the festivities that generates the most tourism. Nevertheless, both Morelia and Pátzcuaro have a great diversity of stories and legends that can generate an important market niche. Focused on dark tourism, this paper offers a proposal for ad hoc places for those interested in this activity.

KEY WORDS

Dark Tourism, Morelia, Pátzcuaro, Michoacán, Regional Development

INTRODUCCIÓN

El turismo es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y estancias en sitios diferentes a su entorno habitual por un lapso de tiempo consecutivo inferior a un año, debido a la necesidad de ocio, negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (DATATUR, s.f.). El turismo ha cambiado de forma importante durante décadas. Ha tenido un crecimiento continuo y una enorme diversificación. El turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial. El turismo mundial tiene una fuerte relación con el desarrollo. Esta dinámica ha convertido al turismo en un actividad de gran relevancia para el progreso socioeconómico (OMT, s.f.).

El turismo oscuro tiene como destino sitios o locaciones donde han ocurrido asesinatos, sucesos paranormales, genocidios, entre otros. Cuando se viaja, se busca un escenario distinto, ya sea playa, historia, cultura, aventura, o experiencias gastronómicas entre muchas otras más. Sin embargo, el turismo oscuro, ofrece vivir experiencias únicas, impactantes, o extremas como visitas a los cementerios, memoriales, prisiones, campos de concentración, o lugares en donde ocurrieron desastres naturales. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV), la mercadotecnia ha convertido estos lugares en atractivos para cierto grupo de personas, utilizando como herramientas el morbo o la curiosidad. Los viajeros desean vivencias y entretenimiento que les produzcan impresiones únicas y sensaciones fuertes, nunca antes experimentadas (Torres, 2020).

El estado de Michoacán, es conocido como el alma de México debido a su enorme riqueza en diferentes aspectos, pues cuenta con una gastronomía reconocida a nivel internacional, paisajes hermosos con todo tipo de climas, siendo uno de los más impresionantes los encontrados en el santuario de la mariposa monarca. Michoacán cuenta con tradiciones ancestrales que los pueblos purépechas siguen manteniendo vivas y una riqueza tanto cultural como arquitectónica, que ha permitido obtener la distinción de patrimonio de la humanidad en diversas ocasiones (Michoacán el alma de México, s.f.).

La Noche de Muertos en Michoacán es una tradición que atrae a cientos de turistas nacionales y extranjeros, siendo Morelia y la región Lacustre la zona más visitada durante esta festividad. Sin embargo, esta zona tiene un gran potencial para generar una ruta de turismo oscuro que puede ser un atractivo turístico durante todo el año. En el presente trabajo se da una propuesta de dicha ruta. En el primer apartado se aborda el significado del turismo oscuro. A continuación se describe la región

Lacustre y Morelia. Posteriormente se presenta la propuesta de la ruta de turismo oscuro y finalmente, se presentan las conclusiones.

TURISMO OSCURO

El turismo oscuro o turismo negro hace referencia al hecho de visitar lugares a sitios donde la muerte, el misterio, las leyendas, lo paranormal y la violencia son los principales atractivos. Este tipo de turismo no es para todos. Sin embargo, ha tenido un gran auge en los últimos años. Si bien es cierto que el concepto de ‘turismo oscuro’ tiene mucho tiempo, la primera vez que apareció este término de manera formal fue en 1996 en el artículo *JFK and dark tourism: A fascination with assassination. International Journal of Heritage Studies* (Foley & Lennon, 1996). En este artículo, se analizó el caso de John F. Kennedy (JFK) y la popularidad alrededor de los sitios asociados a la vida y muerte del expresidente estadounidense.

En *Guided by the Dark: from thanatopsis to thanatourism* (Seaton, 1996) se estudia la “tradición tanatópica”. Esta palabra proviene de la palabra “*thanatopsis*”, que es un poema de William Cullen Bryant, de origen estadounidense. Dicho poema fue escrito en 1817. “*Thanatopsis*” es “la consideración de la muerte”. El término es de origen griego “*thanatos*” (muerte) y “*opsis*” (vista). Seaton definió el “tanatoturismo” como el hecho de viajar a lugares, motivados total o parcialmente por el deseo de tener encuentros reales o simbólicos con la muerte, especialmente (pero no exclusivamente) la muerte violenta (Seaton, 1996).

El concepto de turismo oscuro y el de tanatoturismo suelen usarse de forma indiferenciada. Sin embargo, en *Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism* se resaltan las diferencias entre ambos términos, siendo el turismo oscuro una categoría del turismo donde el lugar de interés está asociado con la muerte, el martirio y la tragedia es considerado oscuro, mientras que el tanatoturismo no se enfoca en la forma en que los lugares se presentan al turismo, sino la motivación e intereses de los turistas por encontrarse con la muerte, sin necesidad de que sea violenta (Light, 2017).

Actualmente, dentro del turismo oscuro podemos encontrar categorías. Entre las más importantes se tienen (AireLibre, s.f.):

1. **Turismo nuclear:** es aquel que hace referencia zonas con antigua actividad nuclear, por ejemplo, desastres nucleares como lo es el caso de Hiroshima y Chernobyl o bien zonas de pruebas nucleares como Nevada en Estados Unidos.
2. **Turismo de tumbas:** hace referencia a visitar cementerios o tumbas de gran relevancia como el Mausoleo de Mustafa Kemal Atatürk en Turquía o el Osario de Sedlec en la República Checa. En México tenemos la Tumba de Nachito y de la Tumba del Vampiro, ambas ubicadas en el panteón de Guadalajara, Jalisco.
3. **Turismo de prisiones:** este tipo de turismo tiene como atracción las prisiones, siendo dos ejemplos de éxito turístico la prisión Alcatraz o Robben Island (donde Nelson Mandela estuvo preso 27 años) y West Virginia Penitentiary (prisión que se quedó sin reclusos en 1995 después de ser sede por 120 años de largas condenas, ahorcamientos y electrocuciones).
4. **Turismo de genocidio:** los sitios relacionados a este tipo de turismo se presentan como escenarios de genocidio perpetrado por un régimen particular, como lo Auschwitz o el Museo de genocidio en Camboya.
5. **Turismo paranormal:** se le relaciona con fenómenos paranormales o bien de carácter sobrenatural combinando elementos folclóricos y psíquicos. En este turismo se reviven experiencias que no tienen una explicación lógica o científica, por ejemplo, los avistamientos de OVNIS en Roswell, la Zona del Silencio en México o el museo de los Warren.

El turismo oscuro ofrece una forma distinta de vacacionar y representa una forma de diversificar las actividades turísticas de un lugar.

DESCRIPCIÓN DE MORELIA-PÁTZCUARO

Pátzcuaro

Pátzcuaro se encuentra ubicado en la Región Pátzcuaro-Zirahuén. Cuenta con una extensión de 1,715.76 km², lo cual equivale a un 2.92% de la superficie de Michoacán. Esta región está ubicada en el norte del Estado, siendo Morelia, Coeneo y Zacapu los municipios con los cuales colinda en el norte, al oeste con los municipios de Ziracuaretiro, Tingambato y Nahuatzen mientras que al este se encuentran Acuitzio y Tacámbaro. Finalmente, esta región colinda en el sur colinda con Ario de Rosales, Taretan, Nuevo Urecho y Apatzingán (IPLAEM, 2020).

Esta región está conformada por las localidades que se encuentran en la cuenca hidrológica de Pátzcuaro-Zirahuén, siendo Pátzcuaro, Santa Fe de la Laguna, Tzintzuntzan, Erongarícuaro, Ihuatzio, Jarácuaro, San Jerónimo Purenchécuaro, Santa Cruz, Zirahuén, Zipiajo, Santa Clara del Cobre, Quiroga, Puácuaro, Opopeo, Cuanajo, Salvador Escalante, Pichátaro y San Miguel Nocutzepo (IAM, s.f.). Esta zona está ubicada en la cuenca hidrológica de los lagos de Pátzcuaro y Zirahuén, así como entre los ríos Prieto y el Cuanajo, además del arroyo intermitente el Chorrillo. Esta región cuenta con los manantiales de agua fría, el Choro, el Churcho y el Pozo, siendo el lago Pátzcuaro el más importante (IPLAEM, 2020).

El lago de Pátzcuaro está ubicado en el centro de Michoacán, a 50 km al suroeste de Morelia, dentro de una cuenca lacustre que le proporciona a Pátzcuaro un clima templado húmedo con lluvias en verano y temperatura promedio anual de 16°C. A pesar de que la fisiografía está ubicada dentro de un Sistema Volcánico Transversal, hay valles que permiten el desarrollo de la agricultura, siendo los usos principales del suelo la agricultura, maderería y ganadería. El Lago de Pátzcuaro, los manantiales, ríos, arroyos y pozos profundos son los principales proveedores de agua para estas actividades (IPLAEM, 2020).

Pátzcuaro, cuyo nombre se traduce como "Puerta del Cielo", es uno de los lugares naturales más bellos. La ciudad cuenta con montañas cubiertas de pinos, abetos y enebros rodean lagos, cabañas de troncos y adobes, así como algunos de los monasterios e iglesias más antiguos del país. Cuenta con dos plazas centrales y varias plazas menores. La plaza principal está llena de mansiones del siglo XVII, con vistas a la estatua de Don Vasco de Quiroga en la fuente central. La Plaza Gertrudis Bocanegra alberga el mercado artesanal, la biblioteca y el Teatro Emperador Caltzontzin. Estos edificios cuentan con murales que representan la historia de Michoacán. Otros tesoros coloniales incluyen la casa de los 11 patios, un antiguo templo y convento jesuita, y la iglesia de la Virgen de la Salud. Mientras camina por las plazas y calles tranquilas, puede escuchar música folclórica michoacana, pirekuas y la lengua indígena local, purépecha (CONACULTA, s.f.).

La fiesta más importante de la región es la Noche de los Muertos el 1 y 2 de noviembre, cuando los pescadores viajan en canoas a la luz de las velas a través de la laguna hasta la isla Janitzio. Aunque Morelia no pertenece a esta región como tal (pertenece a la región Acuitzio), al igual que Pátzcuaro funcionan como el principal destino de reserva hotelera para visitar la zona lacustre. Esto debido a la

cercanía entre estas localidades con las localidades de la región lacustre y de tener una mayor capacidad hotelera.

Morelia

Morelia es actualmente la capital del estado de Michoacán. De 1541 a 1545 se conoció como Ciudad de Mechuacán y de 1545 a 1828 como Valladolid. La ciudad está situada en el valle de Guayangareo, formado por un repliegue del Eje Neovolcánico, cuenta con una altitud de referencia en el centro de 1920 m.s.n.m. Morelia es la ciudad con mayor población del estado (743 275 habitantes para 2020), ocupando el lugar 22 en el ranking de la ciudad más poblada de México. Además, es la ciudad más extensa del estado. Morelia es la urbe más importante del estado de Michoacán en el contexto social, político, económico, cultural y educativo. Es cuna de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, la cual es una de las universidades más importantes de México y de América, siendo la primera institución de educación superior del continente (CONACULTA, s.f.).

Morelia es una de las ciudades más emblemáticas de la época colonial mexicana debido a sus edificios de cantera rosa, canales, plazas, palacios, templos y monasterios y su impresionante catedral. El centro histórico de Morelia fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1991 debido a la importancia de sus edificios de los siglos XVI, XVII y XVIII y los hechos históricos que allí tuvieron lugar. Morelia ocupa un lugar muy importante en la historia de México gracias a hechos históricos y personajes que allí nacieron o vivieron, como el primer emperador, Agustín de Iturbide, los actores principales de la independencia José María Morelos y Pavón, Josefa Ortiz de Domínguez. También fue cuna de los principales conspiradores de Valladolid, José Mariano Michelna y José María García Obiso (CONACULTA, s.f.).

La principal actividad económica de Morelia son los servicios, entre los que destacan los financieros, inmobiliarios y turísticos, seguidos por la industria de construcción, la industria manufacturera y, en último término, las actividades del sector primario. Como parte de su actividad turística, la ciudad es sede de diversos festivales internacionales de música, órgano, cine y gastronomía. Morelia ofrece a sus visitantes varios atractivos como lo son sus antiguas construcciones de cantera rosa, una amplia diversidad gastronómica, las diversas leyendas, tradiciones, la Calzada de Guadalupe, hermosas avenidas, artesanías, paisajes nocturnos, la catedral, el Colegio de San Nicolás y el acueducto (CONACULTA, s.f.).

PROPUESTA DE RUTA DE TURISMO OSCURO MORELIA-PÁTZCUARO

Existen, en México, varios lugares que son considerados objeto de Turismo Oscuro debido a diversos factores, tales como el morbo del producto ofertado o la necesidad de mirar cara a cara a la muerte como. Por ejemplo, el Museo de la Muerte en el estado de Aguascalientes donde rememora todo lo relativo al Día de Muertos. Asimismo, la propia Noche de Muertos, es un producto potencial de Turismo Oscuro permite apreciar el rito de la muerte de las culturas indígena, pues antes del anochecer del 1 de noviembre, las mujeres y los niños van al panteón a llevar ofrendas a los muertos, el 1 de noviembre (Día de Todos los Santos) es el día en que los niños que ya fallecieron se reúnen con sus familias, mientras que el 2 de noviembre (Día de los Difuntos) está dedicado para los adultos. Desde la primera noche hasta la mañana siguiente, después de que los lugareños montan el altar en casa, van al cementerio a decorar las tumbas de sus familiares muertos. Esa noche, los lugareños esperan ansiosos la llegada de sus seres queridos para celebrar con ellos la Noche de Muertos. Esto ha convertido a Michoacán en una referencia mundial de esta tradición, especialmente en la región de Morelia y la Región Lacustre (Rojas, 2019).

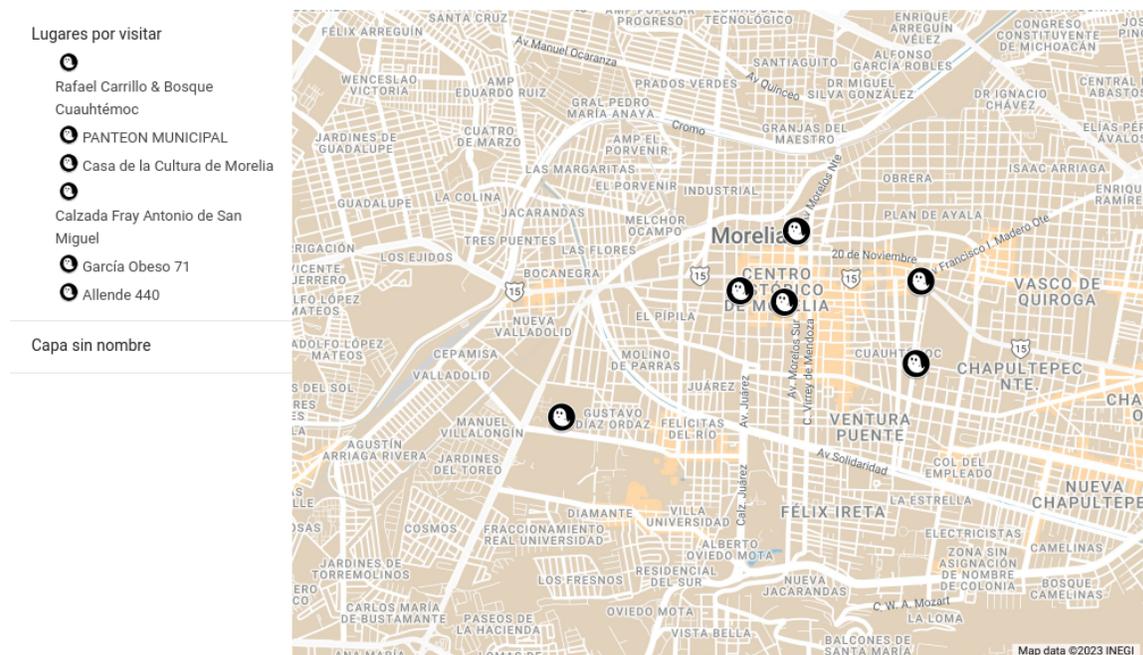
Si bien el 1 y 2 de noviembre son los días fuertes para el turismo oscuro alrededor de la noche de muertos, desde principios del mes de octubre se comienzan a realizar actividades en torno a la muerte y a lo paranormal. Es con base a esto que se propone una serie de lugares para promover el turismo oscuro y diversificar la oferta de actividades en torno a esta actividad. Estas atracciones pueden disfrutarse durante todo el año y la promoción de dichas actividades puede significar una opción de gran interés para los visitantes que disfrutan del turismo oscuro.

En este trabajo se crearon dos mapas, los cuales muestran los lugares que podrían ser de interés para los turistas atraídos por el turismo oscuro pueden visitar. Para realizar este mapa se utilizó My Maps de Google. Esto debido a que pueden crearse rutas de forma sencilla. La configuración de estos mapas permite personalizar opciones como la información del lugar (esto se usó para describir el lugar), crear rutas y personalizar los íconos para señalar el lugar. Estos mapas pueden ser compartidos de forma pública, en redes sociales, por correo electrónico o bien en páginas web, lo cual permite a los usuarios seleccionar los sitios a visitar, ver sus descriptivos y las indicaciones para llegar a ellos desde su celular, ya sea mediante un navegador web o mediante la aplicación de Maps de Google. Otra de las ventajas de este tipo de mapas es que permite tener las estadísticas de

los usuarios que han visitado el mapa. En la figura 1 se muestra parte del mapa de Morelia con algunos de los lugares sugeridos. Los sitios están marcados con un ícono representado por un fantasma.

Figura 1. Mapa con algunos de los sitios recomendados para realizar turismo oscuro en Morelia,

Turismo Oscuro en Morelia



Fuente: elaboración propia.

A continuación se comparten los links para cada uno de los mapas creados.

- **Morelia:** [Turismo Oscuro en Morelia](#)
- **Pátzcuaro:** [Turismo Oscuro en Pátzcuaro](#)

CONCLUSIONES

El turismo oscuro se ha convertido en un nicho de mercado fuerte para zonas donde el turismo convencional no es una opción. Esto permite que exista un impulso económico en la región. Es por ello que brindar herramientas que permitan el desarrollo de este tipo de actividades turísticas se traduce en ingresos. En este artículo se aborda la posibilidad de crear y promocionar una ruta de turismo oscuro para Morelia y Pátzcuaro, ambas, ciudades reconocida a nivel mundial por el culto a

la muerte, durante la Noche de Muertos. Si bien tanto Pátzcuaro como Morelia son ciudades altamente turísticas, el poder ofrecer este tipo de recorridos permitiría atraer a más tipos de turistas.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos la colaboración del ICTI en el desarrollo de este trabajo a través de proyecto PICIR-083 “Impulso al turismo rural y cultural mediante la creación de rutas óptimas para la Noche de Muertos e implementación de la teoría de norma en la descripción del trueque en la región lacustre de Michoacán”.

REFERENCIAS

AireLibre. (s.f.). El Turismo Oscuro. Recuperado el 10 de diciembre del 2022, de <https://www.revista-airelibre.com/2022/06/06/el-turismo-oscur/>.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA). (s.f.). Morelia, Ciudad Mexicana Patrimonio Mundial. Recuperado el 2 de diciembre del 2022 https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/destino_mes/morelia/index.html.

Consejo Nacional del Patrimonio Cultural y Turismo (CONACULTA). (s.f.). Destino del mes: Pátzcuaro Michoacán. Recuperado el 2 de diciembre del 2022 <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/patzcuaro/index.html>.

Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.

Instituto del Artesano del Estado. (s.f.). Región Lacustre. Recuperado el 1 de diciembre del 2022 de <http://iam.gob.mx/regiones-artesanales/region-lacustre/>.

Instituto de Planeación del Estado de Michoacán de Ocampo (IPLAEM) (2020). *Carpeta Regional 2020, Región VII Pátzcuaro-Zirahuén*. Sistema Estatal de Información Estadística y Geográfica (SEIM).

Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism management*, 61, 275-301.

Michoacán el alma de México. (s.f.). El alma de México. Recuperado el 12 de diciembre del 2022 de <https://michoacan.travel/>.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (s.f.). ¿POR QUÉ EL TURISMO?. Recuperado el 18 de noviembre del 2022 de <https://www.unwto.org/es/turismo>.

Programa de Monitoreo Hotelero DATATUR. (s.f.). Glosario. Recuperado el 2 de diciembre de 2022 de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>.

Rojas, R. D. H. (2019). Estudio de la festividad del Día de Muertos: el Cementerio de Tzintzuntzan. In XX Encuentro Iberoamericano de Valorización y Gestión de Cementerios Patrimoniales. Los cementerios como recurso cultural, educativo y turístico: Málaga (España), 11 al 16 de noviembre de 2019 (p. 50). Vicerrectorado de Investigación y Transferencia.

Seaton, A. V. (1996). Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International journal of heritage studies*, 2(4), 234-244.

Sharpley, R., & Stone, P. R. (Eds.). (2009). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Channel view publications.

Torres, M. D. C. N. (2020). The fascination of black tourism. new market niche in Mexico. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3(1), 184-195.

ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO EN LAS GRANDES EMPRESAS, CASO ALSEA

Chagolla Farías M. A., Rodríguez Zepeda A. M., Campos Delgado P.
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México
mauricio.chagolla, ángel.rodriguez, pedro.campos; @umich.mx

Resumen

En la actualidad, la administración financiera del capital de trabajo es una área de las finanzas cada vez más demandada por las pymes, pues, al competir con las grandes empresas, requieren de una administración eficiente y eficaz de sus activos y de sus pasivos, pues de otra manera estarían en desventaja, y serían desplazados del mercado con gran facilidad; la importancia de administrar el efectivo, los inventarios, las cuentas por cobrar a clientes y las cuentas por pagar a proveedores, es de gran valor, pues de ello dependen los buenos o malos resultados que las empresas obtengan; en la actualidad una gran parte del tiempo del administrador financiero lo destina a la administración financiera del capital de trabajo, es decir, a administrar el activo circulante y el pasivo circulante, este último, conocido también como pasivo a corto plazo. El propósito del presente trabajo es analizar el activo circulante, capital de trabajo y las diferentes formas de financiar las necesidades temporales y las necesidades permanentes de recursos en la empresa, (conocidas como estrategias de capital de trabajo) en las grandes empresas, para que estas puedan ser replicados por las pymes, pues son estas, quienes carecen de este tipo de herramientas financieras y de los recursos para obtenerlas.

Palabras clave:

Estrategias del capital de trabajo, activo circulante, pasivo circulante, necesidades permanentes de fondos, necesidades temporales de fondos.

Introducción

Desde el punto de vista contable, el capital de trabajo¹ se define como la diferencia aritmética entre el activo y el pasivo circulantes o a corto plazo. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital necesario para operar, antes de recibir ingresos, luego entonces este capital deberá ser

¹El término capital de trabajo tiene su origen en el viejo mercader yanqui, que cargaba su carreta con bienes y salía a los caminos a vender su mercancía. Se decía que su mercancía era su capital de trabajo porque era lo que en realidad vendía o “movía” para generar sus utilidades. La carreta y el caballo eran sus activos fijos. En general era dueño del caballo y la carreta los cuales eran financiadas con capital contable. Pero para comprar la mercancía, solicitaba fondos prestados que recibían el nombre de préstamos de capital de trabajo, los cuales tenía que reembolsar después de cada viaje para demostrar al banco que el crédito era sólido. Si el mercader era capaz de reembolsar el préstamo entonces el banco le hacía otro préstamo y se decía que los bancos que seguían este procedimiento empleaban prácticas bancarias sólidas. Weston J, Fred, Brigham Eugene F. (2016) *Fundamentos de Administración Financiera*. Editorial Cengage Learning Editores. México. Pp. 542

suficiente para: comprar materia prima, pagar nómina, otorgar financiamiento a los clientes, entre otros; pero así como hay que invertir en ciertos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo proveniente de: proveedores, acreedores, impuestos indirectos, entre otros, los cuales representan el pasivo circulante; de aquí que se le conozca como capital de trabajo, es decir, el capital con que se debe contar para empezar a operar una empresa.

Según Weston y Brigham (1994), aproximadamente el 60% del tiempo de un administrador financiero se dedica a la administración del capital de trabajo, y la primera asignación de muchos estudiantes de administración financiera suele relacionarse con la administración del capital de trabajo. De aquí la importancia de este tema.

Marco teórico

Definiciones y conceptos básicos:

El capital de trabajo de acuerdo con Gitman *et al* (2016), **son los activos corrientes que representan la parte de la inversión que pasa de una forma a otra en la conducción normal del negocio.**

De acuerdo con Moreno Fernández (1998), el capital de trabajo **representa el ciclo financiero a corto plazo de la empresa**, que se puede definir como el tiempo promedio que transcurre entre la adquisición de materiales y servicios, su transformación, su venta y finalmente su recuperación convertida en efectivo.

Por otro lado, el capital de trabajo neto es la diferencia entre los activos y los pasivos corrientes de la empresa, Gitman *et al* (2016).

Besley y Brigham (2016), mencionan: el capital de trabajo, en ocasiones llamado capital de trabajo bruto, suele referirse a los activos circulantes. El capital de trabajo neto lo definen como los activos circulantes menos los pasivos circulantes.

Estructura del activo circulante

De acuerdo con las Normas de Información Financiera (2022), el activo es un recurso controlado por una entidad, identificado, cuantificado en términos monetarios, del que se esperan

fundadamente beneficios económicos futuros, derivado de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad.

En consecuencia, el activo circulante, son los recursos que en forma razonable se espera que se conviertan en efectivo, bienes o servicios, o que brinden un beneficio económico futuro ya sea por su venta, uso, consumo o servicios, normalmente dentro de un plazo de un año o del ciclo financiero a corto plazo, y que se mantienen principalmente con fines de negociación.

El **activo circulante** está representado por efectivo en caja, bancos, inventarios, cuentas por cobrar, pagos anticipados y activos financieros de disponibilidad inmediata.

Estructura del pasivo circulante

De acuerdo con las Normas de Información Financiera (2022), el pasivo es una obligación presente de la entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios y que representa una disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones ocurridas en el pasado que han afectado económicamente a dicha entidad.

El pasivo circulante está integrado por aquellas deudas y obligaciones a cargo de una entidad económica, cuyo plazo de vencimiento es inferior a un año o al ciclo financiero a corto plazo.

El pasivo circulante está integrado por proveedores, pasivos acumulados, dividendos por pagar, impuestos sobre las utilidades por pagar, cobros anticipados, entre otros, que por lo regular no tiene costo excepto por los préstamos a corto plazo.

Capital de trabajo

Por lo tanto, el capital de trabajo (CT) es igual a activo circulante (AC) menos pasivo circulante (PC), también conocido como pasivo a corto plazo.

$$\textit{Capital de Trabajo} = \textit{Activo Circulante} - \textit{Pasivo Circulante}$$

El estado de posición financiera proporciona información acerca de la estructura de las inversiones de una empresa (estructura económica), y de la estructura de sus fuentes de financiamiento

(estructura financiera). La estructura **elegida** debe conducir de manera consciente a la **maximización del valor de la inversión** de los propietarios en la empresa.

Los componentes importantes de la estructura financiera de la empresa incluyen el nivel de inversión en activo circulante y la extensión de financiamiento mediante pasivo circulante.

El objetivo de la administración financiera a corto plazo es administrar cada uno de los activos circulantes de la empresa, así como el pasivo a corto plazo, para alcanzar el equilibrio entre rentabilidad y riesgo que contribuya positivamente al valor de la empresa.

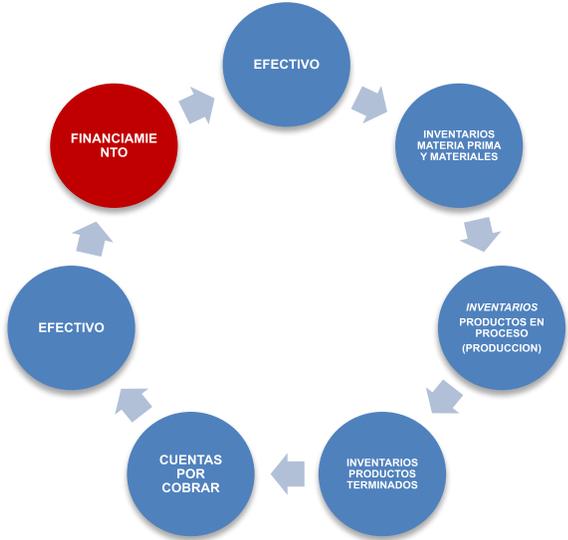


Figura 1.1. Ciclo operativo
Elaboración propia

ALSEA es considerada el operador de restaurantes más grande en Latinoamérica y España. Líder de marcas a nivel global dentro de los segmentos de comida rápida, cafeterías, comida casual y restaurante familiar.

La empresa ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias, presenta el siguiente estado de posición financiera:

ALSEA, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
Estados consolidados de posición financiera

Al 31 de diciembre de 2021, 2020 y 2019
 (En miles de pesos)

Activo	Notas	2021	2020	2019	Pasivos y capital contable	Notas	2021	2020	2019
Activo circulante					Pasivo circulante				
Efectivo y equivalentes de efectivo	5	\$ 6,895,433	\$ 3,932,409	\$ 2,568,771	Vencimientos circulares de la deuda bancaria a largo plazo	17	\$ 1,638,000	\$ 24,233,053	\$ 305,668
Clientes, neto	6	1,070,153	890,484	764,902	Pasivos financieros por arrendamiento	10	4,415,950	4,207,633	3,915,338
Impuestos al valor agregado y otros impuestos por recuperar		335,293	1,274,055	338,597	Certificados bursátiles	18	1,000,000	7,978,149	-
Otras cuentas por cobrar		681,374	730,291	682,319	Proveedores		2,977,439	2,949,829	2,327,048
Inventarios, neto	7	2,009,258	1,617,570	1,779,846	Factoraje de proveedores		1,007,798	654,115	889,046
Activos disponibles para la venta		-	-	52,546	Cuentas por pagar a acreedores		4,446,604	2,834,150	2,234,461
Pagos anticipados	8	641,421	328,034	289,885	Gastos acumulados y beneficios a empleados		4,160,150	4,279,180	3,278,798
Total del activo circulante		11,650,932	8,772,843	6,476,666	Opción de venta de participación no controladora	19	-	2,701,407	2,304,864
Activos a largo plazo					Total del pasivo circulante		19,639,941	49,638,516	15,255,223
Depósitos en garantía		877,016	1,789,833	733,850	Pasivos a largo plazo				
Inversión en acciones de entidades asociadas	14	131,867	90,110	85,471	Deuda bancaria a largo plazo, excluyendo vencimientos circulares	17	12,812,739	-	17,102,448
Equipo de tienda, mejoras a locales arrendados y propiedades, neto	11	15,277,931	15,879,778	16,692,801	Pasivos financieros por arrendamiento a largo plazo	10	19,347,324	21,092,417	19,542,694
Activo por derechos de uso	9	22,274,256	23,423,275	21,192,857	Certificados bursátiles	18	17,078,340	-	7,973,765
Activos intangibles, neto	12 y 15	27,796,564	28,816,687	27,375,209	Opción de venta de participación no controladora	19	1,272,474	-	-
Impuestos a la utilidad diferidos	20	4,968,996	4,665,412	3,835,593	Otros pasivos		294,435	365,060	416,663
Total del activo a largo plazo		71,326,630	74,665,095	69,935,581	Impuestos a la utilidad diferidos	20	3,710,272	4,364,054	4,365,095
Total del activo		\$ 82,977,562	\$ 83,437,938	\$ 76,412,247	Beneficios a empleados	21	349,250	244,056	213,797
					Total del pasivo a largo plazo		54,663,534	25,965,577	49,614,662
					Total del pasivo		74,303,475	75,604,093	64,869,885
					Capital contable	23			
					Capital social		478,749	478,749	478,749
					Prima en emisión de acciones		8,676,827	8,676,827	8,670,873
					Resultados acumulados		(1,654,274)	(683,790)	2,513,874
					Reserva para recompra de acciones		660,000	660,000	660,000
					Reserva para compra de participación no controladora	19 y 24	(803,094)	(2,013,801)	(2,013,801)
					Otros partidas de la utilidad integral		(314,040)	(814,676)	(786,696)
					Capital contable atribuible a la participación controladora		7,639,164	6,303,399	9,580,999
					Participación no controladora	24	1,634,933	1,330,446	1,961,563
					Total del capital contable		8,674,097	7,633,845	11,542,562
					Total del pasivo y capital contable		\$ 82,977,562	\$ 83,437,938	\$ 76,412,247

Cuadro 1.1 Estados consolidados de posición financiera de ALSEA por los años 2021, 2020 y 2019.

Fuente: www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Determinación del capital de trabajo neto para los años 2021, 2020 y 2019 de la empresa ALSEA, S.A.B. y subsidiarias (en miles de pesos):

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Capital de trabajo			
(en miles de pesos)			
Ejercicio	Activo circulante	Pasivo circulante	Capital de trabajo
2019	6,476,666	15,255,223	(8,778,557)
2020	8,772,843	25,605,463	(16,832,620)
2021	11,650,932	19,639,941	(7,989,009)

Cuadro 1.2 Determinación del capital de trabajo neto de ALSEA para los años 2021, 2020 y 2019

Fuente: **Elaboración propia con información de:**
www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Administración del capital del trabajo

Ortega Castro (2002), menciona que la administración del capital de trabajo es la parte de la administración financiera que tiene por objeto coordinar los elementos de una empresa, para determinar los niveles apropiados de inversión y liquidez del activo circulante, así como de endeudamiento y escalonamiento de los vencimientos del pasivo a corto plazo influidos por la compensación entre riesgo y rentabilidad

ALSEA, SAB de CV y Subsidiarias									
(en miles de pesos)									
Año	Efectivo y equivalentes de efectivo	Cuentas por cobrar a clientes, neto	Inventarios, neto	Otros activos circulantes	Total Activo circulante	Activo Total	Ventas	Costo de ventas	Utilidad
2019	2,568,771	765,902	1,779,646	1,362,347	6,476,666	76,412,247	58,154,617	17,164,021	1,084,733
2020	3,932,409	890,484	1,617,570	2,332,380	8,772,843	83,437,938	38,495,420	11,454,684	(3,895,458)
2021	6,893,433	1,070,153	2,009,258	1,718,088	11,690,932	82,977,562	53,379,469	15,591,274	784,469

Cuadro 1.3 Información del activo circulante de ALSEA por los años 2021, 2020 y 2019

Fuente: Elaboración propia con información de:

www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

ALSEA, SAB de CV y Subsidiarias									
(en miles de pesos)									
Año	Efectivo y equivalentes de efectivo / ac	Cuentas por cobrar a clientes, neto / ac	Inventarios, neto / ac	Otros activos circulantes / ac	Inversión en cartera	Rotación del activo circulante *	Rotación del activo total	Costo de ventas / ventas	Margen de Utilidad
2019	39.7%	11.8%	27.5%	21.0%	1.32%	11.4	0.76	29.5%	1.9%
2020	44.8%	10.2%	18.4%	26.6%	2.31%	6.0	0.46	29.8%	-10.1%
2021	59.0%	9.2%	17.2%	14.7%	2.00%	5.4	0.64	29.2%	1.5%

Cuadro 1.4 Información del activo circulante en % de ALSEA por los años 2021, 2020 y 2019

Fuente: Elaboración propia con información de:

www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Financiamiento del Capital de Trabajo

Una buena política del capital de trabajo requiere un financiamiento apropiado

Se debe reducir el activo circulante como porcentaje de las ventas aplicando la tecnología y la administración, con todo ello, las empresas se ven obligadas a conservar grandes importes en el activo circulante, inversión que deben financiar de algún modo. Para ello se necesita una "política de financiamiento del Capital de Trabajo".

Para financiar sus necesidades de capital de trabajo, la mayoría de las empresas recurren a varios tipos de deuda:

- Proveedores,
- Préstamos bancarios c/p,
- Pasivos acumulados (devengados).

Pero la estructura del pasivo circulante depende de su naturaleza. Por ejemplo, las ventas de juguetes son estacionales: los meses de diciembre, enero y abril son los meses de mayores ventas; para atender la demanda de esa época deben incrementar sus existencias antes de fin de año, esta acumulación del inventario necesita ser financiada hasta después del mes de enero, cuando se obtiene efectivo con la cobranza y se puede disminuir el endeudamiento.

De acuerdo con Perdomo Moreno (1997), algunas empresas utilizan el pasivo a corto plazo como fuente primaria para financiar el activo circulante; otras recurren más a la deuda a largo plazo y al propio capital. En el presente trabajo vamos a analizar estas políticas para financiar el activo circulante, conocidas también como estrategias.

Una de las decisiones más importantes en lo que respecta al activo circulante y al pasivo a corto plazo es el modo en que habrá de utilizarse este último para financiar al primero. El importe del pasivo a corto plazo disponible se limita al importe de las compras en el caso de cuentas por pagar a proveedores, al importe de los pasivos acumulados (o devengados) y al importe de los préstamos temporales, en el caso de documentos por pagar, estos últimos a diferencia de los dos primeros si tienen costo. Las instituciones financieras realizan préstamos a corto plazo para permitir que una empresa financie sus acumulaciones temporales de inventarios y en consecuencia de sus cuentas por cobrar. Por lo general no otorgan financiamiento a corto plazo para ser utilizado a largo plazo.

Estrategias para financiar el activo circulante

Las empresas presentan fluctuaciones estacionales, cíclicas o de ambos tipos. Por ejemplo, las empresas jugueteras alcanzan su nivel máximo a fin y a principios de año; un patrón similar se observa entre los fabricantes que aportan los insumos a estas empresas.

Prácticamente todas las empresas acumulan activo circulante cuando la economía está sólida, pero después venden sus existencias y reducen las cuentas por cobrar cuando la economía pierde dinamismo. Con todo ello, el activo circulante rara vez baja a cero: siempre queda un **activo circulante permanente**, integrado por el activo circulante disponible en el punto bajo del ciclo operativo. Después, al mejorar las ventas en un periodo de crecimiento, hay que aumentar el activo circulante y éste adopta entonces el nombre de **activo circulante temporal**. La *política de financiamiento del activo circulante* es la forma de financiar el activo permanente y el activo temporal.

Activos circulantes permanentes y temporales

De acuerdo con Besley y Briham (2016), **activos circulantes permanentes**, se refiere a los saldos de los activos circulantes que no cambian como resultado de las condiciones estacionales o económicas; estos saldos existen sea cual fuere el tipo del ciclo de negocios de una empresa; **activos circulantes temporales**, son activos circulantes que fluctúan con base en las variaciones estacionales o cíclicas del negocio de una empresa.

Antes de exponer las consideraciones de costo y riesgo de cada una de ellas, es útil considerar los componentes permanentes y temporales de las necesidades de financiamiento de una empresa. En nuestro caso se aplica la alternativa que define al capital de trabajo como la proporción de activos circulantes financiados con fondos a largo plazo, de acuerdo con Gitman L. (1990).

Necesidades de financiamiento de una empresa

Los requerimientos de financiamiento de una empresa pueden dividirse en una **necesidad permanente** y una **necesidad temporal**.

La necesidad permanente, se compone por el activo fijo más el activo circulante permanente (la parte del activo circulante que permanece), es decir, la que se mantiene sin cambio a lo largo del año.

La necesidad temporal, se compone por los activos circulantes temporales, esta necesidad varía durante el año.

Existe una tensión entre el riesgo y la rentabilidad que se manifiesta en la administración financiera, acerca de cómo debe financiarse el capital de trabajo. Podemos caracterizar la administración del financiamiento del activo circulante de una empresa en las estrategias siguientes:

- **Estrategia agresiva o dinámica**
- **Estrategia conservadora o defensiva**
- **Estrategia mixta o moderada**

Estrategia agresiva o dinámica

Consiste en financiar las necesidades temporales con pasivo a corto plazo y las necesidades permanentes con fondos a largo plazo (pasivo a largo plazo o capital contable).

Estrategia conservadora o defensiva

Consiste en financiar tanto las necesidades temporales como las necesidades permanentes con fondos a largo plazo, obteniendo mayor liquidez.

Estrategia mixta o moderada

Consiste obtener un promedio de las necesidades totales y las necesidades permanentes, siendo este importe financiado con fondos a largo plazo; en el caso de que en algún periodo haya necesidades temporales que cubrir, estas serán financiadas con pasivo a corto plazo.

Caso de análisis

ALSEA

Alsea es considerada el operador de restaurantes más grande en Latinoamérica y España. Líder de marcas a nivel global dentro de los segmentos de comida rápida, cafeterías, comida casual y restaurante familiar.



Figura 1.2 Unidades de negocio de ALSEA al año 2021

Fuente: www.alsea.net



Figura 1.3 Unidades de negocio por segmento de ALSEA al año 2021

Fuente: www.alsea.net

Historia

1990

- Comienza con la apertura de Domino's Pizza en México (1990), a partir de ahí ha adquirido otras marcas.

1997

- Constituida el 16 de mayo de 1997.

1999

- En 25 de junio de 1999 hace su oferta pública inicial en la Bolsa Mexicana de Valores.

2013

- Franquicia maestra para operar en Latinoamérica The Cheesecake Factory.
- Reconocimiento como una de las mejores empresas para trabajar
- Adquisición del 100% de la operación de Starbucks en México, Argentina y Chile.
- Acuerdo definitivo para desarrollar y operar Starbucks en Colombia.

2014

- Adquisición de Vips y El Portón.
- Adquisición de grupo Zena.
- Apertura de Starbucks Colombia.
- Apertura de The Cheesecake Factory en México.

2016

- Adquisición de Archies Colombia.
- Apertura de la unidad 3000 del portafolio.

2017

- Acuerdo definitivo para desarrollar y operar Starbucks en Uruguay.
- Colocación exitosa de un certificado bursátil por 1,000 millones de pesos a 5 años y otro por 2,000 millones de pesos a 10 años

2018

- Apertura de la tienda numero 1,000 de Domino's Pizza
- Apertura de la primera unidad de Starbucks en Uruguay
- Adquisición del 100% de grupo Vips en España

2019

- Adquiere los derechos para el desarrollo de la marca Starbucks en Francia.
- Firma de contrato para el desarrollo de la marca de Starbucks en Holanda, Bélgica y Luxemburgo.

Estados consolidados de resultados

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2021, 2020 y 2019
(En miles de pesos)

Activo	Notas	2021	2020	2019
Operaciones continuas				
Ventas netas	26	\$ 53,379,469	\$ 38,495,420	\$ 58,154,617
Costo de ventas	27	15,591,274	11,454,884	17,164,021
Costos de distribución		1,161,787	1,034,682	1,269,185
Depreciación y amortización	9, 11 y 12	8,178,329	8,435,190	8,046,665
Beneficios a empleados		13,759,593	12,003,552	15,882,694
Servicios		2,414,136	1,951,278	2,811,219
Publicidad		1,719,398	1,398,352	2,026,539
Regalías		1,685,022	1,124,108	1,779,165
Reparación y mantenimiento		1,090,474	843,613	1,056,296
Suministros		1,037,100	756,147	912,487
Distribución		109,363	521,046	913,309
Otros gastos de operación	28	2,500,054	490,077	2,022,146
Utilidad (pérdida) de operación		4,132,939	(1,517,509)	4,570,891
Resultado integral de financiamiento:				
Ingreso por intereses		(141,707)	(118,987)	(101,168)
Gasto por intereses		3,508,158	3,225,511	3,123,023
Cambios en el valor razonable de instrumentos financieros	19	(120,340)	456,548	(201,142)
Utilidad (pérdida) en cambios, neta		(110,747)	11,318	29,083
Participación en los resultados de entidades asociadas	14	3,135,364	3,574,390	2,849,796
Utilidad (pérdida) antes de impuestos a la utilidad		1,840	(2,647)	(942)
Impuestos (beneficio) a la utilidad	20	999,415	(5,094,546)	1,720,153
Utilidad (pérdida) neta consolidada del año		214,946	(1,199,088)	635,420
Utilidad (pérdida) neta consolidada del año		\$ 784,469	\$ (3,895,458)	\$ 1,084,733
Utilidad (pérdida) del año atribuible a:				
Participación controladora		\$ 835,129	\$ (3,235,574)	\$ 926,669
Participación no controladora		\$ (50,660)	\$ (659,884)	\$ 158,064
Utilidad (pérdida) por acción:				
Utilidad (pérdida) neta básica y diluida por acción de operaciones continuas (centavos por acción)	25	\$ 1.00	\$ (3.86)	\$ 1.11

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Cuadro 1.5 Estados consolidados de resultados de ALSEA por los años 2021, 2020 y 2019

Fuente: www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Información financiera trimestral

ALSEA, S.A.B. de C.V. 			
Requerimientos de fondos 2021			
(en miles de pesos)			
Mes	Activo circulante (1)	Activo no circulante (2)	Activo total {(1)+(2)} (3)
Enero-marzo	8,269,126	74,394,104	82,663,230
Abril-junio	8,604,571	72,015,191	80,619,762
Julio-septiembre	8,651,097	71,419,161	80,070,258
Octubre-diciembre	11,650,932	71,326,630	82,977,562

Cuadro 1.6 Activo circulante y no circulante de ALSEA por los años 2021, 2020 y 2019

Fuente: www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Deuda a largo plazo

Deuda bancaria

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias					
Deuda a largo plazo al 31 de diciembre de 2021 (miles de pesos)					
Banco	Tipo	Moneda	Tasa	Vencimiento	importe
Sindicado	credito simple	Pesos mexicanos	TIIE +1.85%	2023	34,988
Sindicado	Bilateral	Euros	EURIBOR + 1.25%	2023	169,350
Sindicado	credito simple	Euros	EURIBOR + 3.25%	2021	349,897
Sumitomo	credito simple	Pesos mexicanos	EURIBOR + 1.60%	2021	233,265
Bancomext	credito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 1.0%	2025	1,586,163
Santander, S.A.	credito simple	Pesos mexicanos	TIIE +1.85%	2021	60,373
Scotia Bank Inverlat, S.A.	credito simple	Pesos mexicanos	TIIE +2.15%	2025	563,059
Santander, S.A.	credito simple	Pesos mexicanos	TIIE +1.85%	2022	8,255,972
Santander, S.A.	credito simple	Euros	EURIBOR + 1.35%	2022	126,165
ING	credito simple	Euros	EURIBOR + 1.95%	2022	23,327
March	credito simple	Euros	EURIBOR + 1.50%	2020	46,654
Santander Chile, S.A.	credito simple	Pesos chilenos	TIIE +0.41%	2021	34,989
Banco de Chile	credito simple	Pesos chilenos	TIIE +0.41%	2024	233,264
Caja Icos	credito simple	Euros	EURIBOR + 1.85%	2022	1,096,341
Del Icos	credito simple	Euros	EURIBOR + 2.20%	2023	233,264
Santander Icos	credito simple	Euros	EURIBOR + 2.10%	2022	326,569
A Icos	credito simple	Euros	EURIBOR + 2.75%	2025	43,834
Caja Icos	credito simple	Euros	EURIBOR + 1.75%	2023	233,265
Total de deuda bancaria largo plazo					13,650,739
Porción circulante					1,638,000
Vencimientos a largo plazo					12,012,739

Cuadro 1.7 Deuda bancaria de ALSEA al 31 de diciembre de 2021

Fuente: Elaboración propia con información de:

www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Deuda Bursátil

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias					
Deuda a largo plazo al 31 de diciembre de 2021 (miles de pesos)					
Deuda bursatil	Tipo	Moneda	Tasa	Vencimiento	importe
Mercado de valores	Certificado bursatil	Pesos mexicanos	TIIE + 0.90%	2022	1,000,000
Mercado de valores	Certificado bursatil	Pesos mexicanos	TIIE + 0.95%	2024	1,350,000
Mercado de valores	Certificado bursatil	Pesos mexicanos	8.07% (tasa fija)	2025	820,490
Mercado de valores	Certificado bursatil	Pesos mexicanos	10.01% (tasa fija)	2026	12,907,850
Mercado de valores	Certificado bursatil	Pesos mexicanos	8.85% (tasa fija)	2027	2,000,000
Total de deuda bursatil largo plazo					18,078,340

Cuadro 1.8 Deuda bursátil de ALSEA al 31 de diciembre de 2021

Fuente: Elaboración propia con información de:

www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Costo de la Deuda a largo plazo Resumen

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Deuda a largo plazo al 31 de diciembre de 2021 (miles de pesos)			
Total de deuda bancaria largo plazo		43%	13,650,739
Total de deuda bursatil largo plazo		57%	18,078,340
Total deuda a largo plazo			31,729,079
Gastos financieros (interes)			3,508,158

Cuadro 1.9 Costo de la Deuda a largo plazo de ALSEA al 31 de diciembre de 2021

Fuente: Elaboración propia con información de: www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Tasa de financiamiento de los fondos a largo plazo

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Determinación de la tasa de financiamiento de fondos largo plazo al 31 de diciembre de 2021 (miles de pesos)			
tasa de financiamiento del pasivo a largo plazo	89.5465%	11.0566%	9.9008%
tasa de financiamiento del capital contable	10.4535%	10.3183%	1.0786%
tasa de financiamiento ponderada de fondos a largo plazo			10.9794%

Cuadro 1.10 Tasa de financiamiento d los fondos a largo plazo de ALSEA al 31 de diciembre de 2021

Fuente: Elaboración propia con información de: www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

ALSEA, S.A.B. de C.V.						
Valor en libros y valor de mercado de la acción						Alsea
Al cierre del ejercicio	Valor en libros	Precio por acción	Variacion en el precio base 2018	UPA	Costo del capital contable	Precio/valor en libros
2018	13.26	51.15		1.20	9.05%	3.86
2019	13.20	49.83	2.6%	1.11	8.41%	3.78
2020	7.52	25.89	49.4%	(3.87)	-51.46%	3.44
2021	9.11	37.95	25.8%	0.94	10.32%	4.17

Cuadro 1.11 Valor contable, valor de mercado de la acción y UPA de ALSEA AL CIERRE DE LOS AÑOS 2021, 2020, 2019 y 2018

Fuente: Elaboración propia con información de: www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

Consideraciones. - la tasa del financiamiento a corto plazo es de cero.

Estrategia agresiva o dinámica

Consiste en financiar las necesidades temporales de fondos, con deudas a corto plazo y, las necesidades permanentes de fondos, financiarlas con deudas a largo plazo y capital contable.

Características:

- Los préstamos a corto plazo se ajustan a las necesidades reales de fondos.
- Es aplicable a empresas que tienen capacidad de contratar créditos a corto plazo.
- Puede resultar difícil satisfacer necesidades imprevistas de fondos.
- Generalmente tiene una rentabilidad alta y en consecuencia, el riesgo también es alto en cuanto a liquidez se refiere.

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias						
Requerimientos de fondos 2021						
Estrategia Agresiva (en miles de pesos)						
Mes	Activo circulante (1)	Activo no circulante (2)	Activo total $\{(1)+(2)\}$ (3)	Recursos financiados a largo plazo (4)	Recursos financiados a corto plazo $\{(3)-(4)\}=(5)$	Inversiones a corto plazo Excedentes
Enero-marzo	8,269,126	74,394,104	82,663,230	80,070,258	2,592,972	
Abril-junio	8,604,571	72,015,191	80,619,762	80,070,258	549,504	
Julio-septiembre	8,651,097	71,419,161	80,070,258	80,070,258	-	
Octubre-diciembre	11,650,932	71,326,630	82,977,562	80,070,258	2,907,304	
Suma	37,175,726	289,155,086	326,330,812	320,281,032		
Promedio	9,293,932	72,288,772	81,582,703	80,070,258	1,512,445	

Cuadro 1.12 Requerimientos de fondos de ALSEA año 2021, estrategia agresiva.

Fuente: Elaboración propia con información de: www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

(3).- Representa el Requerimiento total de Fondos de la empresa. (4).- Representa el Requerimiento mínimo del Activo Total. Promedio = suma de los montos trimestrales de los 4 trimestres promediado. Nota: En este caso es necesario utilizar fondos temporales columna (5), sin embargo en ningún mes existe un excedente de recursos (columna 6); tanto en la columna (5) como en la (6) solo se anotan las cantidades positivas.

Costo del financiamiento de la estrategia agresiva

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Costo del financiamiento externo 2021 (en miles de pesos)			
	Importe	Tasa de i	Importe
Costo de financiamiento a corto plazo	1,512,445	0%	-
Costo de financiamiento a largo plazo	80,070,258	10.98%	8,791,255
Costo total de financiamiento			8,791,255
Intereses por inversiones			-
Costo neto del financiamiento			8,791,255

Cuadro 1.13 Costo del financiamiento de la estrategia agresiva de ALSEA año 2021

Fuente: Elaboración propia

Consideración sobre el riesgo

La estrategia agresiva opera con un capital de trabajo mínimo (parte permanente del activo circulante), el cual se financia con fondos a largo plazo, y el resto se financia con pasivo a corto plazo (parte temporal del activo circulante).

La estrategia agresiva es rigurosa, no solo desde el punto de vista del poco capital de trabajo, sino también porque la empresa debe recurrir lo más posible a sus fondos a corto plazo para resolver las fluctuaciones temporales en sus requerimientos.

Estrategia conservadora o defensiva

La estrategia conservadora consiste en financiar todos los requerimientos de fondos proyectados, con fondos a largo plazo y usar el financiamiento a corto plazo solo en caso de emergencia o desembolsos imprevistos de fondos. La estrategia conservadora también recibe el nombre de defensiva. Es difícil imaginar cómo podría ser ejecutada esta estrategia en la realidad, puesto que la utilización de instrumentos de financiamiento a corto plazo, como las cuentas por pagar y los pasivos acumulados o devengados, es prácticamente inevitable.

Podemos apreciar que con esta estrategia se toma en cuenta el nivel más alto de requerimiento de fondos, y que se soportarían con financiamiento a largo plazo.

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias						
Requerimientos de fondos 2021						
Estrategia conservadora (en miles de pesos)						
Mes	Activo circulante (1)	Activo no circulante (2)	Activo total {(1)+(2)} (3)	Recursos financiados a largo plazo (4)	Recursos financiados a corto plazo {(3)-(4)}=(5)	Inversiones a corto plazo Excedentes
Enero-marzo	8,269,126	74,394,104	82,663,230	82,977,562		314,332
Abril-junio	8,604,571	72,015,191	80,619,762	82,977,562		2,357,800
Julio-septiembre	8,651,097	71,419,161	80,070,258	82,977,562		2,907,304
Octubre-diciembre	11,650,932	71,326,630	82,977,562	82,977,562		-
Suma	37,175,726	289,155,086	326,330,812	331,910,248		
Promedio	9,293,932	72,288,772	81,582,703	82,977,562	-	1,394,859

Cuadro 1.14 Requerimientos de fondos de ALSEA año 2021, estrategia conservadora.

Fuente: Elaboración propia con información de:

www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

(3).- Representa el Requerimiento total de Fondos de la empresa. (4).- Representa el Requerimiento máximo del Activo Total. Promedio = suma de los montos trimestrales de los 4 trimestres promediado. Nota: En este caso no es necesario utilizar fondos temporales, por eso es cero en la columna (5), sin embargo en algunos meses existe un excedente de dinero el cual podemos invertir a corto plazo (columna 6); tanto en la columna (5) como en la (6) solo se anotan las cantidades positivas.

Costo del financiamiento de la estrategia conservadora

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Costo del financiamiento externo 2021 (en miles de pesos)			
	Importe	Tasa de i	Importe
Costo de financiamiento a corto plazo	-	0.0%	-
Costo de financiamiento a largo plazo	82,977,562	10.98%	9,110,461
Costo total de financiamiento			9,110,461
Intereses por inversiones	1,394,859	4.42%	61,664
Costo neto del financiamiento			9,048,796

Cuadro 1.15 Costo del financiamiento de la estrategia conservadora de ALSEA año 2021

Fuente: Elaboración propia

Si comparamos el costo de ambas estrategias, podemos concluir que en esta estrategia el costo de financiamiento es más alto, debido a que la empresa pagará intereses por fondos temporales que no

va a utilizar, si bien es cierto que estos pueden invertirse a corto plazo, también lo es, el hecho de que es menor la tasa pasiva que la tasa activa.

Consideraciones de riesgo

El nivel de riesgo en esta estrategia se ve reducido por el tipo de financiamiento utilizado, ya que el de largo plazo no ejerce presión sobre la liquidez de la empresa.

Estrategia Mixta o Moderada

La mayoría de las empresas emplean una estrategia mixta de financiamiento, la cual se halla en un punto intermedio entre las altas utilidades y alto riesgo de la estrategia agresiva (dinámica), y las bajas utilidades y bajo riesgo de la estrategia conservadora (defensiva).

Una vez que sea realizado un análisis cuidadoso se decide un plan de financiamiento basado en una cantidad de financiamiento permanente, la cual pudiera ser el punto medio entre el mínimo y el máximo de requerimientos de fondos mensuales para el periodo.

La diferencia entre el promedio determinado y el requerimiento total de fondos en cada mes deberá ser obtenido con financiamiento a corto plazo; en el entendido de que, existen meses en que no se requieren fondos adicionales a este promedio; por el contrario, sobran fondos, en este caso deberán invertirse estos, para disminuir el costo del financiamiento obtenido

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias						Alsea
Requerimientos de fondos 2021						
Estrategia Moderada (en miles de pesos)						
Mes	Activo circulante (1)	Activo no circulante (2)	Activo total $\{(1)+(2)\}$ (3)	Recursos financiados a largo plazo (4)	Recursos financiados a corto plazo $\{(3)-(4)\}=(5)$	Inversiones a corto plazo Excedentes
Enero-marzo	8,269,126	74,394,104	82,663,230	81,523,910	1,139,320	
Abril-junio	8,604,571	72,015,191	80,619,762	81,523,910		904,148
Julio-septiembre	8,651,097	71,419,161	80,070,258	81,523,910		1,453,652
Octubre-diciembre	11,650,932	71,326,630	82,977,562	81,523,910	1,453,652	
Suma	37,175,726	289,155,086	326,330,812	326,095,640		
Promedio	9,293,932	72,288,772	81,582,703	81,523,910	648,243	589,450

Cuadro 1.16 Requerimientos de fondos de ALSEA año 2021, estrategia moderada.

Fuente: Elaboración propia con información de:

www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Costo del financiamiento externo 2021 (en miles de pesos)			
	Importe	Tasa de i	Importe
Costo de financiamiento a corto plazo	648,243	0.0%	-
Costo de financiamiento a largo plazo	81,523,910	10.98%	8,950,858
Costo total de financiamiento			8,950,858
Intereses por inversiones	589,450	4.42%	26,059
Costo neto del financiamiento			8,924,800

Costo del financiamiento de la estrategia mixta

Cuadro 1.17 Costo del financiamiento de la estrategia moderada de ALSEA año 2021

Fuente: Elaboración propia

Consideraciones de riesgo

Esta estrategia es menos riesgosa que la agresiva, pero más que la estrategia conservadora.

Tabla Resumen

ALSEA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias						
Resumen costo de estrategias financiamiento de fondos 2021						
(en miles de pesos)						
Estrategia	Financiamiento a largo plazo	Financiamiento a corto plazo	Costo del financiamiento	Rentabilidad	Liquidez	Riesgo
Agresiva	80,070,258	1,512,445	8,791,255	Alta	Baja	Alto
Conservadora	82,977,562	-	9,048,796	Baja	Alta	Bajo
Moderada	81,523,910	648,243	8,924,800	Intermedia	Intermedia	Intermedio

Cuadro 1.18 Costo de estrategias financiamiento ALSEA año 2021

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Una **estrategia agresiva**, considera niveles mínimos de activos circulantes, lo cual se refleja en una rotación de activos más elevada, y en un margen de utilidad más alto, debido al menor costo de financiamiento; una **estrategia conservadora**, se caracteriza por mantener una elevada liquidez, en consecuencia la rotación de los activos es más lenta, debido a la gran inversión en activos para impulsar las ventas, y como consecuencia, tiene un costo más elevado al tener activos circulantes innecesarios; por último la **estrategia mixta**, se caracteriza por establecer niveles de activo circulante promedio, y hacer uso del financiamiento a corto plazo, solo en aquellos casos en donde los requerimientos y necesidades de la empresa superen este promedio mencionado.

Tanto la estrategia agresiva como la estrategia conservadora son modelos que no tienen aplicación en las empresas que manejan activos circulantes constantes durante el año; incluso la estrategia moderada o mixta tiene particularidades que tampoco aplica a empresas en este supuesto.

Las empresas que financian la totalidad de su activo circulante y parte de su activo no circulante con pasivo a corto plazo (ALSEA 2021, 2020 y 2019), están fuera de posibilidad de aplicar las estrategias agresiva y conservadora.

Recomendaciones

La clasificación que se realiza de las necesidades o requerimientos de fondos en permanente y temporal es general, se sugiere hacerla más particular y analítica, por ejemplo, los **requerimientos de fondos permanentes** debiesen de clasificarse en **requerimientos de fondos permanentes fijos** y **requerimientos de fondos permanente circulantes**. Con base a lo anterior, se propone una estrategia en donde se financie los requerimientos de fondos permanentes fijos con pasivo a largo plazo y capital contable; y los requerimientos de fondos permanentes circulantes y los requerimientos de fondos temporales con pasivo a corto plazo; tal y como se viene realizando en la empresa ALSEA.

Referencia Bibliográfica

- Besley S, Brigham Eugene F. (2016) *Fundamentos de Administración Financiera*. 14ª edición. México: McGraw Hill.
- Gitman, Lawrence J. (1990). *Administración Financiera Básica*. México: Harla.
- Gitman, Lawrence. (2007). *Principios de Administración Financiera*, 11ª edición. México: Pearson.
- Gitman, Lawrence. Zutter, Chad J. (2016). *Principios de Administración Financiera*, 14ª edición. México: Pearson Educación.
- Perdomo Moreno, A. (1997), *Administración Financiera del Capital de Trabajo*, 3ª edición. México: ECAFSA.
- Morales, Arturo. Morales, José Antonio. Alcocer, Fidel. (2011), *Administración Financiera*. México: Editorial Patria.
- Moreno Fernández, Joaquin A. (1998), *La Administración Financiera del Capital de Trabajo*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.

Normas de Información Financiera (2022). Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Ortega Castro, Alfonso (2002). *Introducción a las Finanzas*, 1ª edición. México: McGraw Hill.

Weston J, Fred, Brigham Eugene F. (1994) *Fundamentos de Administración Financiera*. 5ª. edición. México: McGraw Hill.

Páginas electrónicas

www.bmv.com.mx

<http://www.tegra.com.mx/es/informacion-fiscal/indicadores-fiscales/cetes/562-cetes.html>

<https://www.alsea.net/inversionistas/centro-de-reportes>

PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN LOS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN: UNA EVALUACIÓN BAJO CRITERIOS ASG

Norma Laura Godínez-Reyes, Martha Beatriz Flores-Romero, Virginia Hernández-Silva, Mauricio A. Chagolla-Farías, Víctor G. Alfaro-García, Federico González-Santoyo.

Profesores Investigadores de la Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Resumen

El objetivo de este trabajo de investigación es analizar la participación de las mujeres en los consejos de administración de empresas mexicanas que cotizan en el índice de sostenibilidad de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), para conocer el desempeño de sostenibilidad de las empresas, medido bajo criterios de ASG. Se realizó una investigación cualitativa con alcances descriptivo exploratorio, donde se revisaron 108 informes de sostenibilidad de 18 empresas que se evalúan bajo criterios de sostenibilidad, verificando la participación de las mujeres en los consejos de administración y puestos directivos. De la muestra analizada, los resultados muestran participación de las mujeres en el 81% de los Consejos de Administración, sin embargo, no existe ninguna presidenta de Consejo y el 38% de ellas son suplentes. Las empresas que tienen más mujeres en sus Consejos son Wal-Mart y Femsa. Al agrupar por sectores a las empresas y comparar la proporción de mujeres en los Consejos contra los resultados de sostenibilidad, se encontró que en aquellas empresas donde participan mujeres en Consejos o cargos directivos, se tiene mejores calificaciones en la dimensión de medioambiente; mientras que las empresas de servicios y bienes de consumo se obtuvo mejores valoraciones en medioambiente y desempeño social. Por otro lado, en el sector de consumo y alimentos las mejores calificaciones se dieron en desempeño social y gobierno corporativo. En base en esto, concluimos que la participación de mujeres en puestos directivos y en consejos de administración, contribuye a obtener una mayor a una mayor valoración de la responsabilidad ambiental corporativa, desempeño social y de gobierno corporativo sin ser concluyente. Si bien el avance de las mujeres en los puestos de poder ha ido aumentando en los últimos años, especialmente en empresas que se evalúan con criterios de sostenibilidad, su alza no ha sido muy significativa en las grandes empresas en México, por lo que se observa que continúa la presencia de un Techo de Cristal.

Palabras clave: Techo de cristal, Responsabilidad social empresarial, Igualdad sustantiva.

Introducción

En los últimos años, derivado de las consecuencias que se viven por el cambio climático, gobiernos, consumidores e inversionistas, prestan cada vez más atención en la aplicación de gobernanza ambiental y responsabilidad social empresarial. Así, en las grandes empresas ha cobrado gran relevancia alinearse al diseño de estrategias evaluadas bajo criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) y esto ha permitido una mayor participación de las mujeres en puestos de toma de decisión.

Revisando a las empresas que pertenecen al índice de sostenibilidad de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en el 2021, quienes siguen criterios de evaluación ASG, se observó que, el porcentaje de las mujeres en consejos de administración de estas empresas fue del 71%, en puestos directivos el 25% y como directoras generales el 4%. Mientras que de acuerdo con información del Club 30%¹ en su capítulo México (Diversity, 2020), sólo el 8.7% de los consejos de administración de empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, está ocupado por mujeres.

La investigación sobre la presencia de las mujeres en los puestos directivos y su impacto en el desempeño ASG se ha convertido en un tema de actualidad, entre los cuales el impacto en el desempeño financiero (Zhou et al., 2022; Reyes et al., 2020), en el desempeño de la responsabilidad social (Albuquerque et al., 2019; Camarena & Saavedra, 2018; Wang et al., 2021) y en el desempeño del gobierno corporativo (Bollain et al., 2022; Yahya et al., 2021; Briano & Saavedra, 2015) han estudiado el impacto de estos tres niveles en el valor corporativo, y los resultados mostraron en las investigaciones, que la mejora del desempeño ASG conducía a la mejora del valor de mercado corporativo o en las estrategias particulares de las empresas o sectores. Al mismo tiempo, frente a cobertura de riesgos sociales y económicos, buenos resultados en ASG mantiene estable y competitiva a las organizaciones (Rosas, et al., 2021). Asimismo, Lin, Liu, Huang y Chen (2018), afirman que se ha demostrado que contar con mujeres en puestos directivos, ayuda a una mejor comunicación, mejor control y mejores prácticas de gobierno corporativo.

¹ El Club del 30% es una campaña dirigida por un grupo de Directores Generales y Presidentes de Consejos de las principales empresas en México que pretenden que al menos el 30% de los consejos de administración de las empresas en México que cotizan en bolsa, esté integrado por mujeres en 2025.

Derivado de lo anterior, el objetivo de esta investigación se centró en hacer un análisis de la participación de las mujeres en los Consejos de Administración de una muestra de 18 empresas mexicanas que cotizan en el índice de sostenibilidad de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) durante el periodo 2014 al 2019, para conocer su impacto en el desempeño de sostenibilidad de las empresas, medido bajo criterios de ASG. Dividimos el trabajo en tres partes, La primera se refiere al marco teórico conformado por el tema de la igualdad sustantiva y el techo de cristal, la responsabilidad social empresarial, estructura, funcionamiento y composición de los Consejos de Administración. Posteriormente se presenta el universo y muestra de las empresas estudiadas y se comparan con los resultados de sostenibilidad de las empresas y finalmente se presentan los resultados y conclusiones. Como cabe suponer, los desafíos medioambientales y sociales que enfrentamos como sociedad global requieren de la participación de todos, lo cual solo puede lograrse a través de un cambio cultural en los modos de producción y consumo.

Marco Teórico

México es un país donde si bien las oportunidades laborales hacia la mujer han incrementado, aún sigue existiendo un abismo entre los puestos de alta dirección y las mujeres. Para que en las empresas existan las mismas oportunidades tanto para hombres como para mujeres se deben de eliminar muchos paradigmas, que hacen que a las mujeres les cuesten mucho más trabajo el poder obtener un puesto de alta gerencia en comparación a un hombre.

De acuerdo con la Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer, CEDAW (Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer) los Estados no sólo están obligados a sentar las bases legales para que exista igualdad formal entre mujeres y hombres; es necesario asegurar que haya igualdad de resultados o de facto: igualdad sustantiva. Para alcanzarla, es necesario que las leyes y políticas garanticen que las mujeres tengan las mismas oportunidades que los hombres en todas las esferas de la vida, lo que implica que el Estado tiene la obligación de garantizar las condiciones para ello y de remover todos los obstáculos para que la igualdad se alcance en los hechos.

En el Artículo 1 de la Ley General para la Igualdad entre Hombres y Mujeres tiene como objetivo regular y garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres, proponer los lineamientos y mecanismos institucionales que orienten a la Nación hacia el cumplimiento de la igualdad sustantiva en los ámbitos público y privado, promoviendo el empoderamiento de las

mujeres y la lucha contra toda discriminación basada en el sexo. Sus disposiciones son de orden público e interés social y de observancia general en todo el Territorio Nacional. Asimismo, en su artículo 5, fracción V, define la igualdad sustantiva como: “el acceso al mismo trato y oportunidades para el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y las libertades fundamentales”. Es decir, que alude al ejercicio pleno y universal de los derechos humanos, en congruencia con los derechos asentados en las normas jurídicas. (LGIMH, 2018).

La presencia progresiva de la mujer en puestos de poder tanto en el sector público como en el privado ha sido el resultado de los cambios culturales que socialmente se han dado a partir de la década de los 60's. El mayor desarrollo de la mujer se ha venido dando a comienzos del siglo XX y hasta la actualidad, pero muy lentamente (Héller, 2010) con el movimiento feminista contemporáneo y ha representado toda una revolución social y, por ende, una revolución cultural.

Desarrollar una perspectiva de género permite comprender que existe una asimetría que se concreta en uso y utilización del poder. También sirve para delimitar cómo esta diferencia cobra la dimensión de desigualdad y ayuda a entender que esta situación es un hecho cultural que puede y debe ser cambiado

Sin embargo, dentro de las organizaciones se ha constatado la existencia del denominado “techo de cristal”. Este es un término empleado desde finales de los años ochenta del siglo XX para designar una barrera invisible que impide a las mujeres altamente cualificadas, alcanzar puestos de responsabilidad en las organizaciones en las que trabajan (Morrison, White y Van Velsor, 1986; Ramos, Barbera y Sarrio, 2003).

En un principio, el concepto de techo de cristal fue utilizado para analizar la carrera laboral de mujeres que, teniendo una trayectoria profesional y un nivel de competencia alto en sus lugares de trabajo, se topaban con un freno al intentar avanzar en sus carreras (Bustos, 2002). El denominado “techo de cristal”, según Segerman-Peck (citado Camarena y Saavedra, 2018), alude a una última barrera basada en prejuicios hacia las mujeres que les impide avanzar a posiciones de alto nivel. De esa manera se quedan estancadas en los niveles medios de la dirección. Esta barrera es la que impide a mujeres con capacidad personal y profesional alcanzar posiciones directivas y promocionarse (Barbera Ramos y Sarrio, 2003).

El estudio de la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), nos ha llevado a reflexionar sobre el papel que tienen las empresas en la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres como una herramienta que visibilice la problemática y se presente como una propuesta de solución. La Responsabilidad Social como forma de gestión ética y sostenible, avanza en el desarrollo de instrumentos para la gestión ética de personas, que facilitan e impulsan una mayor diversidad de género, desterrando de las organizaciones culturas basadas en la discriminación y en los prejuicios (Aragón, 2016).

Para Madero y Navarro (2010), la RSE es una serie de compromisos que las empresas deben considerar como parte de su estrategia corporativa donde la comunicación con los grupos de interés involucrados dentro de la cadena de valor es un proceso que estratégico que les permite mantenerse competitivas en el mercado. Para la ISO 26000 (2010) la responsabilidad social de las organizaciones se refiere a la responsabilidad que asumen, ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionen en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que tome en cuenta los intereses de sus partes interesadas, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con las normas internacionales de comportamiento, y esté integrada en toda la organización. Las tres dimensiones de la RSE son la Ambiental, la Social y la de Gobierno corporativo, donde:

Desempeño ambiental se define como el entorno natural en el cual una organización opera, incluyendo el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el espacio exterior y su interacción; donde entorno se extiende desde el interior de una organización hasta el sistema global (ISO, 2010)

Desempeño social está relacionado con la repercusión que las actividades de una empresa tienen en los sistemas sociales donde opera. Esta categoría incluye los rubros de: prácticas laborales y de trabajo digno, derechos humanos, comunidad y responsabilidad sobre los productos.

Gobierno corporativo es un mecanismo que regula las relaciones entre los accionistas, los consejeros y la administración de una empresa, a través de la definición y separación de roles estratégicos, operativos, de vigilancia y gestión (Deloitte, 2018). El gobierno corporativo se refiere al conjunto de normas, procesos y leyes que se aplican en la operación, el control y la regulación de las empresas para generar gobernanza e institucionalidad, propiciando la generación y seguimiento de normatividad interna y externa, la equidad y participación

colectiva, así como mayor objetividad en la toma de decisiones de las empresas (Gitman, 2016).

En este contexto, el gobierno corporativo tiene la finalidad de incrementar el valor de la sociedad y facilitar su acceso al capital, al mismo tiempo que contribuye a la perennidad. (Deloitte, 2019) y se institucionaliza a través del Consejo de Administración de las empresas. Se considera que existen cuando menos cuatro funciones básicas en las que el Consejo de Administración debe tomar determinaciones importantes para la sociedad, las cuales son: auditoría; evaluación y compensación, finanzas y planeación, por último, riesgo y cumplimiento. Se sugiere que el Consejo de Administración esté integrado por un número entre 3 y 15 consejeros. Se sugiere que cuando menos el 60% del Consejo de Administración esté integrado, en forma conjunta, por consejeros independientes y por patrimoniales (OCDE, 2013). Esto les permite tener mayor libertad de criterio y transparencia en la toma de decisiones. Asimismo, se sugiere pluralidad en su composición.

Para Camarena y Saavedra (2018), la participación de la mujer en el consejo de administración genera un mayor control sobre las acciones gerenciales al igual que en la transparencia corporativa, habiendo así un incremento en las prácticas de un buen gobierno, la mujer sigue sin tener mucho acceso a estos puestos, dado que no la consideran apta para que desarrolle tales roles.

Para que la mujer pueda acceder a un puesto en el consejo de administración tiene que demostrar su eficiencia, dado que la mayoría de los puestos son utilizados por familiares siguiendo el patriarcado. En los análisis realizados en diferentes empresas que cotizan en la BMV solo el 7% de los miembros titulares son mujeres y el porcentaje aumenta un 12% cuando los miembros son suplentes. En ocasiones, las mujeres que participan en los Consejos son hijas o esposas de los presidentes de los consejos, lo que baja la credibilidad de su participación (Camarena y Saavedra, 2018). Un estudio de Deloitte (2019), muestra que para alcanzar algo parecido a la paridad de género en los Consejos, se tendrá que esperar hasta el 2052 (Deloitte, 2019).

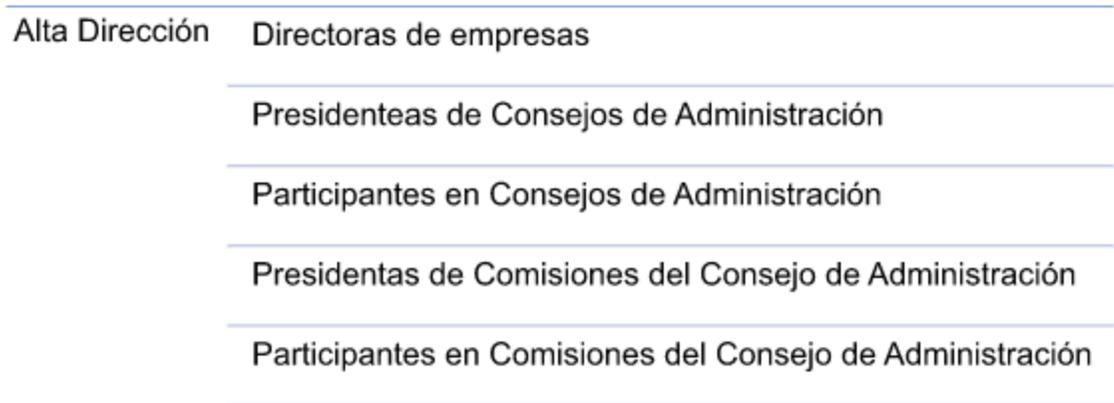
A pesar de que se ha avanzado en materia normativa en algunos países, las estadísticas demuestran que existen áreas de oportunidades para alcanzar la equidad de género en posiciones directivas del sector empresarial. En 2014, el 13% de los cargos directivos en el mundo estaban ocupados por mujeres y en los países emergentes registró apenas una tasa del 9% (Morgan Stanley, 2016). Por otro lado, para el 2018 a nivel global, 16.9% de Miembros de los Consejos en grandes empresas eran ocupados por mujeres. En México, el 6.5% de los Consejos de Administración de estas mujeres están ocupados por mujeres (Deloitte, 2019).

Empresas que en México siguen que tienen entre sus principios la diversidad y equidad de género, son empresas socialmente responsables. Por esta razón, este trabajo de investigación busca evaluar el comportamiento de la diversidad en los Consejos de Administración de estas empresas y su impacto en sus resultados de sostenibilidad.

Metodología

La presente es una investigación cualitativa con alcance descriptivo exploratorio, donde se revisaron 108 informes de sostenibilidad de 18 empresas que cotizaron en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en el periodo 2014-2019. Se verificó en ellos, la participación de las mujeres en los consejos de administración y puestos directivos. Asimismo, se investigaron los perfiles de las mujeres en puestos directivos en Revistas Forbes, páginas de las empresas y páginas personales de las ejecutivas, bajo el siguiente esquema de participación:

Ilustración 1. Participación de Mujeres en puestos de alta dirección



Fuente: Adaptación de la propuesta de Camarena y Saavedra, 2018

Se revisó la participación de las mujeres en puestos directivos, en la Presidencia de Consejos de Administración, únicamente participación en los consejos de administración en cualquier cargo como Consejeras Propietarias, Consejeras Suplentes, Consejeras Patrimoniales o Consejeras externas. Si fueron Presidentas de los Comités o solo participan en los Comités. Los Comités que se encontraron en esta revisión, fueron los siguientes.

1. Comité de Auditoría y prácticas societarias.
2. Comité de Compensación.

3. Comité de Evaluación y Resultados.
4. Comité de Finanzas y Planeación.
5. Otros comités: Gobierno corporativo, Normativo, Administración de riesgos, de Responsabilidad Corporativa.

Se analizó únicamente la situación de las mujeres en los puestos de alta dirección en el contexto de las ESR que cumplen con lineamientos ASG y que integran el índice de sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores IPC Sustentable durante un periodo de cinco años de 2014 a 2019.

El Universo de la investigación son las grandes empresas socialmente responsables que cuenten con Consejos de Administración en México. Acorde al Censo Económico del 2019 en la actualidad existe en el país 4,800,157 Unidades económicas, de las cuales 4,726,764 son grandes empresas (INEGI, 2019). Acorde al Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi), sólo 1,012 grandes son empresas que recibieron el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) en 2020 (Cemefi, 2020). De este universo de empresas, se recurrió a los datos públicos de las empresas que cotizan en el IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) ya que éstas cuentan con criterios de evaluación de ESR. El índice está conformado por 35 empresas de las cuales se seleccionaron 18 a las que se pudo acceder a las calificaciones de su desempeño Ambiental, Social y de Gobierno Corporativo (Tabla 1).

Tabla 1. Muestra de empresas del IPC Sustentable de la BMV

EMPRESA	CÓDIGO DE COTIZACIÓN
ALFA S.A.B. DE C.V.	ALFA A
MEXCHEM, S.A.B. DE C.V.	MEXCHEM
GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V.	GCARSO
CEMEX, SAB de CV	CEMEX CPO
GRUPO MÉXICO	GMEXICO
INDUSTRIA PEÑOLES SAB DE CV	PE&OLES
ARCA CONTINENTAL, SAB DE CV	AC
GRUPO BIMBO S.A.B DE C.V.	BIMBO A
FEMSA SAB DE CV	FEMSA
GRUMA, S.A.B. DE C.V.	GRUMA

KIMBERLY CLARK DE MÉXICO S.A.B. DE C.V	KIMBER
AMÉRICA MÓVIL S.A.B. DE C.V.	AMX
GRUPO TELEVISA S.A.B DE CV	TLEVISA CPO
GRUPO FINANCIERO BANORTE	GFNORTE
BANCO SANTANDER MÉXICO	SAN.MX
GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V	GFINBURO
WAL-MART DE MÉXICO S.A.B. DE C.V.	WALMEX
EL PUERTO DE LIVERPOOL, S.A.B. DE C.V.	LIVERPOOL

Fuente: Godínez-Reyes, 2020.

Se contrastaron los resultados de la base de datos de las calificaciones ASG de las empresas de la muestra seleccionada (Godínez, 2020), por los años 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019 con los resultados de las evaluaciones de la participación de las mujeres en los Consejos de Administración, para encontrar las coincidencias y diferencias entre las empresas de la muestra y se hizo un análisis que nos permitió observar por empresa y sector al que pertenece, la incidencia que tiene la presencia de mujeres en sus resultados de sostenibilidad, medidos con la valoración de los criterios ASG.

Resultados

Los resultados de la revisión de las mujeres en puestos directivos de las empresas, muestra que existen sectores donde se ha incrementado su presencia, especialmente en el de bienes de consumo, financieros y materiales y minería. Sin embargo, a excepción de Walmart, el crecimiento es estable como el caso de Femsa o Santander, o lento como el caso de Industrias Peñoles (Tabla 2).

Tabla 2. Mujeres en puestos directivos de ESR de la Bolsa Mexicana de Valores durante el periodo 2014-2019

Emisora	Sector	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio
ALFA	Industrial	0	0	0	0	0	0	0
MEXCHEM		3	2	2	2	3	4	2.7
GCARSO		0	0	0	0	0	0	0.0
CEMEX	Materiales y Minería	0	0	0	0	1	3	0.7
GMEXICO		0	0	0	3	3	3	1.5
PE&OLES		1	1	1	3	4	4	2.3

AC	Productos de consumo y alimentos	1	1	1	1	1	2	1.2
BIMBO		1	1	2	2	2	2	1.7
FEMSA		5	5	5	5	5	5	5.0
GRUMA		0	0	0	0	0	0	0.0
KIMBER		2	2	3	3	3	3	2.7
AMX	Telecomu-nicación	2	2	2	2	2	2	2.0
TLEVISA		2	2	2	2	2	2	2.0
GFNORTE	Servicios financieros	2	2	4	4	3	4	3.2
SAN.MX		1	1	5	5	5	5	3.7
GFINBUR		2	2	2	2	2	2	2.0
WALMEX	Bienes de consumo	3	12	9	8	8	8	8.0
LIVERPOL		3	4	4	4	4	4	3.8

Fuente: elaboración propia a partir de los Informes Anuales y páginas de las empresas

La Tabla 3 muestra el análisis de la participación de las mujeres en los Consejos de Administración (CA), Consejos directivos (CD) y Comités. Así como su incidencia en las calificaciones de sustentabilidad (ASG)

Tabla 3. Presencia de mujeres en CA, Comités y puestos directivos vs calificaciones ASG

Sector	Participación de las mujeres	Incidencia en sus calificaciones ASG
Industrial	Solo MEXCHEM cuenta con 4 mujeres en el CA y con participación en Comité.	Su puntaje más alto es en Medio Ambiente
Materiales y minería	CEMEX tuvo 1 mujer en CA y 2 en puestos directivos. GMEXICO con 3 mujeres en puestos directivos	CEMEX obtuvo puntaje mayor en medio ambiente, mientras que GMEXICO en Gobierno corporativo.
Productos de consumo	ARCA tuvo 2 mujeres en CA, FEMSA 6 en CA y KIMBER 3 en CA	Las mejores valoraciones de este sector es en Gobierno corporativo, destacando ARCA y KIMBER con mayor puntaje.

Telecomu- nicaciones	AMX contó con 3 mujeres en el CA y 1 en puesto directivo, mientras que TLEVISA solo 1 en CA.	El puntaje mayor del sector está en gobierno corporativo y Televisa tuvo la valoración más alta en el periodo.
Servicios financieros	INBURSA cuenta con 2 mujeres en CA, 2 en Comités y 1 puesto directivo. BANORTE cuenta con 5 en CA y 1 en Comité. SANTANDER 8 en CA	Las valoraciones en los tres indicadores ASG las tiene SANTANDER, destacando medio ambiente y desempeño social
Bienes de consumo	WALMART tuvo 7 mujeres en el CA con presencia en el consejo directivo y en Comités. LIVERPOOL contó con 4 mujeres en el CA.	Las puntuaciones más altas del sector son para la empresa Walmart en sus tres dimensiones, destacando medio ambiente puntuaciones más altas de Walmart de toda la muestra.

Fuente: elaboración propia a partir del análisis de los resultados

Se puede destacar que la mayoría de las mujeres que integraron los consejos de administración de la muestra, eran consejeras suplentes, consejeras independientes y su porcentaje es solo del 9% del total del Consejo. Siendo además hijas, hermanas, o esposas del dueño de la empresa o socios de estas. No generalizamos que esto minimice su independencia de pensamiento en la toma de decisiones, teniendo en cuenta que muchas de estas mujeres trabajaron arduamente para poder llegar a obtener los cargos que tienen en la empresa. Esto se demuestra en su gran capacitación y cultura que se observó en sus biografías. La mayoría de estas mujeres que tuvieron o tienen participación en los consejos de administración o en puestos directivos, han sido elegidas parte de las 100 mujeres más poderosas en los negocios por la revista Expansión, y también han tenido presencia en las 50 mujeres más poderosas según la revista Forbes, al igual que muchas de ellas han sido elegidas empresarias del año en México.

Son pocas las empresas que tienen directivas con mayor responsabilidad. Todos los perfiles analizados mostraron alta capacidad intelectual, experiencia en el ramo y disponibilidad de tiempos, ya que muchas de ellas eran solteras o casadas sin hijos. Por otro lado, al realizar la investigación documental del techo de cristal, también nos percatamos que uno de los factores que inciden en que estas no acepten puestos de poder en algunos casos son por cuestiones personales, ya que prefieren

tener puestos inferiores para tener una estabilidad entre el trabajo, el hogar y la familia, por lo que muchas veces sienten que dejan de lado el papel de madre, esposa o de hija por enfocarse en trabajos que demandan su disponibilidad casi total, lo que coincide con los resultados revisados en las biografías.

Cabe destacar que Wal-Mart es de las empresas que más mujeres consejeras tiene, pionera en México en impulsar la Responsabilidad Social Empresarial y con puntuaciones en sus calificaciones ASG. Resaltando sus buenos resultados en cuidado del medio ambiente (Tabla 3). A pesar de que no hay resultados contundentes en la evaluación de resultados ASG y mujeres en puestos directivos, se pudo observar que en el sector financiero su participación mejoró el desempeño Ambiental, mientras que en el sector de Servicios y Bienes de Consumo mejoró el desempeño social y de gobierno corporativo.

Es así como se puede ver que aún sigue existiendo una gran brecha entre mujeres y hombres en la participación de altos puestos directivos, y que esto se debe a diversos motivos. Aunque las mujeres demuestren que son aptas para tales cargos, sigue existiendo esa barrera invisible que no deja que ellas avancen y que se ha denominado Techo de Cristal.

Conclusiones

En la investigación distinguimos que sí existe una relación entre las calificaciones de ASG y la participación de las mujeres en puestos de alta dirección, que, a pesar de no ser resultados contundentes, se puede observar que mejoran algunos aspectos de responsabilidad social de la empresa. Asimismo, se encontró que la participación de las mujeres la toma de decisiones corporativas sigue siendo baja, puesto que en los Consejos de Administración la mayoría obtiene puestos como consejeras suplentes y algunas de las que son titulares son familiares de los consejeros hombres, lo que resta su participación.

También se encontró que el techo de cristal existe aún en empresas con estrategias de responsabilidad social, pero ha ido perdiendo intensidad con el tiempo y la evaluación de los resultados, ya que se ha visto más representación femenina en puestos directivos, pero, aunque la presencia ha aumentado nos percatamos que aún hay brechas en número y responsabilidad del puesto que ejercen en los Consejos.

Acorde a la revista Forbes, las firmas con un alto porcentaje de mujeres en los consejos de administración presentan mayores niveles de donaciones a la caridad, mejores prácticas ambientales y sobre todo mejor responsabilidad social. Esto es debido a que las mujeres están más sensibilizadas con cualquier tema porque tienden a ser más empáticas, generosas y humanas. Por ello, mantener mujeres en Consejos Administrativos y puestos de alta dirección coadyuva a alcanzar metas de sostenibilidad en las empresas.

Bibliografía

- Aragón Ramos, P. (2016) La perspectiva de género en la Responsabilidad Social Corporativa. *Ágora, Inteligencia colectiva para la sostenibilidad*. España, Recuperado el 27 de abril de <https://www.agorarsc.org/la-perspectiva-de-genero-en-la-responsabilidad-social-corporativa/#:~:text=La%20Responsabilidad%20Social%20como%20forma,discriminaci%C3%B3n%20y%20en%20los%20prejuicios>
- Albuquerque, R., Koskinen, Y., & Zhang, C. (2019). Corporate social responsibility and firm risk: Theory and empirical evidence. *Management Science*, 65(10), 4451–4469. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3043>
- Barbera, E., Ramos, A. y Sarre (2003) Mujeres Directivas ante el tercer milenio: El proyecto NOWDI XXI. *Papeles del Psicólogo*, N° 75, pp 46-52.
- BMV (Marzo 2019) Bolsa Mexicana de Valores, Índice de Precios y Cotizaciones. Obtenida de <https://blog.bmv.com.mx/2019/03/el-indice-de-precios-y-cotizaciones/>.
- BMV (2015) Grupo Bolsa Mexicana de Valores. Obtenida de <https://www.bmv.com.mx/es/grupo-bmv>
- Bollaín Parra, De la Torre-Torres, O., Martínez Torre-Enciso, M.I. (2022) *Demostración del beneficio de una mayor participación de la mujer en el consejo de administración y la alta dirección de las empresas mexicanas que cotizan en bolsa*. *Contaduría y Administración*. 67 (4), 2022, 229-254 UNAM. México <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.4813>
- Briano, G. del C., Saavedra, M.L. (2015) La composición del consejo de administración y la estructura accionaria como factores explicativos de la transparencia en el gobierno corporativo en Latinoamérica: evidencia en empresas cotizadas de Argentina, Brasil, Chile y México. *Estudios Gerenciales* 31. Pp 275-286. España

- Bustos, O. (2012) *Mujeres rompiendo el techo de cristal: el caso de las universidades*. OMNIA, UNAM México. 17, vol 18
- Cajiga Calderón, J.F. (2006) Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi). México.. Obtenido de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Camarena, M. E. y Saavedra, M. L. (2018). El techo de cristal en México. La ventana. Revista de estudios de género, 5(47), 312-347. Recuperado en 03 de mayo de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362018000100312&lng=es&tlng=es.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2018, 6 junio) Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres. Diario Oficial de la Federación. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lgimh.htm>
- Centro Mexicano para la Filantropía (2020,15 julio) Cemefi. Obtenido de <https://www.cemefi.org/cemefi/informacion-institucional>
- Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. (2019, Enero 10). Blog, Gobierno de México. Obtenido de <https://www.gob.mx/conavim/articulos/que-es-el-techo-de-cristal-y-que-pueden-hacer-las-empresas-para-impulsar-la-igualdad-de-genero?idiom=es>
- Diversity, G. t. (12 de 11 de 2020). Global 30% Club. Recuperado el 18 de marzo de 2021, de <https://www.30percentclublatam.org/es/mexico-esp/>
- Deloitte (2019) Mujeres en los Consejos de Administración. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/importancia-mujeres-en-las-empresas.html>.
- Godínez-Reyes, N.L. (2020). Empresas Sustentables en México: Una medición de su eficiencia a través del análisis envolvente de datos, 2014 - 2017. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Tesis Doctoral. Repositorio Institucional UMSNH.
- Gitman, L. y Zutter, Ch. (2016) Principios de Administración Financiera. Pearson. 14ª edición. México.
- ISO 26000 (2011). *Guía de Responsabilidad Social*. México: Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.
- INEGI (2019) Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Censos Económicos. Obtenida de <https://www.inegi.org.mx/default.html>.

- INMUJERES (2007) Instituto Nacional de la Mujeres. ABC de Género en la Administración Pública. Consultada en https://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100903.pdf.
- LGIMH, (2018) Ley General para la Igualdad entre Hombres y Mujeres. INMUJERES. Consultada en <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIMH.pdf>
- Lin, Liu, Huang , & Chen. (2018). Corporate Governance: The International Journal of Effective Board Performance. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S018610422020000300005&script=sci_arttext
- Madero, S. y Navarro, M., (2010), “Cómo se muestra la responsabilidad social en México a través de internet. Un análisis cualitativo”. *EsicMarket*. 135, p. 91-118.
- Martínez-Ayuso, V. (2015). Causas del techo de cristal: Un estudio aplicado a las empresas del IBEX35 Universidad Nacional de Educación a Distancia. Tesis Doctoral. Repositorio Institucional UNED
- Morgan Stanley (2016). La ventaja de género, Integración de la diversidad de género en las decisiones de inversión. <https://www.morganstanley.com/pub/content/dam/msdotcom/ideas/gender-diversity-toolkit/Gender-Diversity-Investing-Primer.pdf>
- Morrison, A. M., White, R. P. y Van Velsor, E. (1987). *Breaking the glass ceiling*. Reading: Addison-Wesley.
- OCDE (2013). Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, OCDE Publishig
- Ramos, A., Barberá, E., Sarrió, M.T. (2003) Mujeres directivas, espacio de poder y relaciones de género. *Revistes Científiques de la Universitat de Barcelona*. Vo. 34, N° 2. 267-278 DOI: <https://doi.org/10.1344/%25x>.
- Reyes, C., Briano G.C. y Saaverda, M.L. (2020) Diversidad de género en el consejo y su incidencia en la responsabilidad social en empresas cotizadas en Colombia y México. *Contaduría y Administración* 65 (3), 2020, 1-27.
- Rosas Rodríguez, B. y Demmier, M. (2021). Influencia del sexo en los directores generales en el perfil de riASGo, el desempeño financiero y la estructura de capital de una empresa: Una revisión de literatura. *Revista de Economía*. Vol. 38- Núm 96 enero a junio de 2021: págs. 47-70. <https://doi.org/10.33937/reveco.2021.174>.
- Yahya, F., Manan, A., Jan Khan, M. W., and Hashmi, M. S. (2021) The moderating role of board gender diversity between power-based corporate governance and tax aggressiveness, *Economics and Business Letters*, 10(2), 140-147. DOI: 10.17811/ebl.10.2.2021.140-147

- Wang,B.;Wang,Z.;Wen,J.; Zhang, X.T. (2021). Executive Gender and Firm Environmental Management: Evidence from CFO Transitions. *Sustainability* 13, 3653. <https://doi.org/10.3390/su13073653>
- Zhou, G., Liu, L., & Luo, S. (2022). Sustainable development, ESG performance and company market value: Mediating effect of financial performance. *Business Strategy and the Environment*, 31 (7), 3371-3387. <https://doi.org/10.1002/bse.3089>

Artículos de Revistas de divulgación

- Forbes Women (2021, Julio 19). Mujeres más Poderosas de México. Forbes. Obtenida de <https://www.forbes.com.mx/forbes-women-lista-las-100-mujeres-mas-poderosas-2021-mujeres-poderosas/>.
- Forbes Staff (2013, Octubre 15). Las 50 Mujeres más Poderosas de México. Forbes, México. Obtenida de <https://www.forbes.com.mx/las-50-mujeres-mas-poderosas-de-mexico-3/>.
- Expansión (2021, Marzo 1) Las 100 mujeres más Poderosas en los negocios. Editor, Eladio González, Expansión (Nº1277) pág. 63-85.
- Expansión (2021, agosto 19) Mujeres en puestos directivos en México, Factor clave para la rentabilidad empresarial. Expansión Mujeres, México. Obtenido de <https://mujeres.expansion.mx/liderazgo/2021/08/19/mujeres-en-puestos-directivos-mexico>.

Informes de las 18 Empresas

- <https://alfa.com.mx/>
- <https://www.orbia.com/es/>
- <https://www.carso.com.mx/>
- <https://www.cemexmexico.com/>
- <https://www.gmexico.com/>
- <https://www.penoles.com.mx/>
- <https://www.arcacontal.com/>
- <https://www.grupobimbo.com/es>
- <https://www.gruma.com/>
- <http://www.kimberly-clark.com.mx/>
- <https://www.americamovil.com/Spanish/overview/default.aspx>
- <https://www.televisa.com/>

<https://www.banorte.com/wps/portal/gfb/Home/inicio/>

<https://www.santander.com.mx/>

https://www.inbursa.com/Portal/?id_category=1

<https://www.walmex.mx/>

<https://www.elpuertodeliverpool.mx/docs/informes-anuales/ia2020/sostenibilidad.html>

ASPECTOS INTERNACIONALES DE LOS PRECIOS DE TRANSFERENCIA

Rodríguez Zepeda A.M, Chagolla Farias M.A.
Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas.
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia México.
angel_martin_r@hotmail.com, gladiador_zeus@hotmail.com

Resumen

Las rudimentarias instituciones que surgen de manera aislada y fugaz en la historia de los tiempos antiguos no pueden considerarse, en ningún caso, como integrando un sistema jurídico entre naciones. El Derecho Internacional fue posible cuando aparece el Estado moderno, autónomo, auto capaz, en relaciones de igualdad con sus semejantes, fenómeno que tiene lugar sólo después del Renacimiento, y no en época anterior.

El Derecho Internacional empieza a surgir coetáneamente a la formación de los grandes Estados de Europa, en el siglo XVI. La presencia de los nuevos Estados del siglo XVI, y el descubrimiento del Nuevo Mundo, condujeron a situaciones enteramente diferente a las que les precedían, que ya no podrían regularse si no por un nuevo derecho diferente a lo conocido, pues las normas jurídicas en uso hasta entonces resultaban incapaces para ordenar y regir las circunstancias que en el campo europeo se estaban produciendo. En materia Internacional, al hablar de la figura del Tratado, Convenio o Pacto, debemos de profundizar, el punto esencial a las reservas de estos, esto a efecto de no colocarnos en una situación de desventaja ante los Países desarrollados, ya que estos son los que obtienen los mayores beneficios, dejando en la carrera a aquellos que se encuentran en vías de desarrollo.

Difícil, pero no imposible camino del conocimiento en la aplicación e interpretación de nuestra Carta Magna a efecto de poder realizar un Tratado de beneficio extremo hacia México, pero nunca debemos de poner en juego la Soberanía del mismo, por la celebración de un Convenio Internacional, aun cuando este aporte grandes beneficios, ya que se perdería la esencia de nuestro estado, por lo que este análisis se realiza con el objeto de señalar de manera simplificada acerca de la figura que nos ocupa, esperando que concrete en la comprensión del procedimiento a seguir a efecto de llevar a cabo la celebración de un Acuerdo, Pacto o Tratado Internacional.

Palabras clave: Precios de transferencia, tratados internacionales.

PRECIOS DE TRANSFERENCIA

“Son todos aquellos lineamientos que van orientados a evitar, que por actos de naturaleza comercial o contractual se provoquen efectos fiscales nocivos en el país donde se generan las utilidades o pérdidas en una actividad empresarial o de servicios”.

La finalidad en los Precios de Transferencia tiene como justificación el encaminar a crear elementos que permitan verificar que las operaciones de los contribuyentes sean reales y que se apeguen a las circunstancias que en el momento influenciaron a celebrar un acto por debajo de sus estándares normales o, a contratar un servicio o en su caso, a pagar un pasivo.

En el ambiente Internacional, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico a través de su modelo para evitar la doble tributación conocido como Modelo OCDE en su artículo 9 contempla lineamientos sobre los precios de transferencia, disposición que cobra vigencia en los convenios tributarios que nuestro país ha celebrado con la República Federal de Alemania, con Canadá, con la República de Francia con el Reino de Suecia, con los Estados Unidos de América, con el Reino de Bélgica, con la República de Ecuador, con el Reino de España, con la República Italiana, con el Reino de los Países Bajos, con el Consejo Federal Suizo, con el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, así como con la República de Corea con Japón, con el Reino de Noruega, con la República de Venezuela, República de Singapur, con la República de Venezuela, República de Finlandia y Reino de Dinamarca con algunas variantes; sin embargo, es posible concluir que persiguen la misma finalidad.

TRATADO INTERNACIONAL.

Tal vez hemos escuchado el término Tratado, Convenio o Pacto Internacional, pero sin precisar su alcance o consecuencia, o bien, cuando este es procedente, motivo por el cual es inquietante el conocer el procedimiento a seguir a efecto de que se lleve a cabo la conclusión y ratificación de dichos Tratados. Proceso que como sé vera en el transcurso de esta investigación, otorga a los gobiernos una protección por mutuo acuerdo a efecto de evitar la evasión fiscal, mediante la colaboración de los Estados que celebran los Convenios mencionados. Mediante este estudio se podrá dar a conocer de manera sencilla el procedimiento y diversas etapas a seguir en la celebración de los Tratados, a efecto de poder otorgar elementos necesarios para una buena elaboración y estructuración de estos, a efecto de poder estar en condiciones de establecer criterios que nos

conduzcan a conocer el verdadero objeto, alcance y significado político, económico y social por el cual se otorga la celebración de dichos Tratados.

CONCEPTO DE TRATADO.

Los Tratados, “pueden definirse, en sentido amplio, como los acuerdos entre dos o más estados soberanos para crear, para modificar o para extinguir una relación jurídica entre ellos. La Convención y el Tratado son sinónimos. Convenio, pacto y tratado son sólo distintas maneras de designar la misma cosa.

Las declaraciones no son, en estricto Derecho, Pactos Internacionales, y cuando una declaración toma esta forma, como la de París de 1856, es un Tratado, independiente del nombre que se le haya colocado. el Concordato y los modi vivendi no son Tratados y no cabe entonces la igualación. El primero es un Convenio entre la Santa Sede y algún Estado sobre materias Administrativo-Religiosas y carece de los atributos y efectos del Tratado Internacional. los segundos constituyen el arreglo provisional de un estado de cosas, pero no pueden tener los elementos que integran al Tratado”.

ELEMENTOS DE LOS TRATADOS.

Por lo que se refiere a la capacidad de las partes, que el jus tractati es un atributo propio de la soberanía. Sólo los Estados soberanos pueden concertar Tratados. En lo que corresponde al consentimiento, éste debe ser expresado presentationis está contenido normalmente en el Derecho Interno de los Estados, y solo en épocas de alteración o anormales, esta representación se ejerce de hecho.

En México, el artículo 89, fracción X, de la Constitución Política otorga esta facultad al Presidente de la Republica.

Esta disposición dice:

“Art. 89.- Son facultades del Presidente de la Republica... X.- Dirigir las negociaciones diplomáticas y celebrar tratados con las potencias extranjeras, sometiéndolos a la aprobación del Senado”.

De manera que un Pacto Internacional concertado por un órgano no competente carece de validez por falta de consentimiento expresado legalmente.

FORMA DE LOS TRATADOS.

En nuestros tiempos el pacto debe revestir siempre la forma escrita.

“Generalmente el Tratado va precedido del título. Continúa el proemio que puede contener una recapitulación de los propósitos que mueven a los signatarios a pactar, y, a veces, una breve mención de antecedentes. En el proemio van los nombres de los plenipotenciarios, la fórmula usual de que se “han comunicado sus respectivos plenos poderes y encontrándolos en debida forma, convienen”, u otra parecida. Siguen después los artículos o cláusulas, o sea la parte contractual propiamente dicha. Las últimas cláusulas se refieren a la duración del Tratado y al canje o depósito de las ratificaciones. Posteriormente van la fecha, la firma y los sellos”.

PROCEDIMIENTO DE CONCLUSIÓN DE LOS TRATADOS.

Dentro del procedimiento de conclusión de los Tratados podemos distinguir tres fases: Negociación, Firma y Ratificación. En pocas palabras el desarrollo a seguir de los Tratados de manera ordenada es el siguiente: Inicia con la Negociación del Tratado a celebrar, determinándose en primera instancia el idioma que se va a utilizar, se establece el texto del Tratado (preámbulo, exposición de motivos, adopción del texto, la manifestación del consentimiento, la firma, el canje, la ratificación, su aceptación y aprobación, las reservas así como el registro y publicación de los Tratados, mencionando solamente alguna de estas figuras al desarrollo de este capítulo.

El procedimiento para realizar un Tratado Internacional es diferente en el caso de un Tratado multilateral que en el de uno bilateral

“Para concluir un Pacto Bilateral, los Gobiernos interesados se precisan la conveniencia y la oportunidad de llegar a un pacto sobre determinadas materias. Se escoge el país y el lugar en donde habrán de realizarse las conversaciones que derivan al Tratado. Se nombran, por cada parte, los plenipotenciarios correspondientes, lo son porque reciben lo que se llama “Pleno poder”. Los plenos poderes son títulos escritos, en los que consta la autorización suficiente que al representante da el jefe del Estado para negociar y firmar Tratados”.

Se hace alusión bajo la fórmula “Una vez que se cumplan las formalidades constitucionales, el convenio será ratificado.”.

Cada término, cada párrafo se examina con celo excesivo, acentuándose la dificultad en el caso de países de lengua diferente. El texto que va a ser suscrito por los plenipotenciarios ya ha sido aprobado por la cancillería de cada país, se procede a la firma del documento, la que reviste cierta solemnidad.

En el caso de los Pactos Generales o Multilaterales, el procedimiento para concluirlos es más complicado y largo, porque es menester alcanzar un texto que satisfaga a todas las partes.

Los plenos poderes no se intercambian, sino se depositan, y la verificación la realiza usualmente la cancillería del país invitante.

El Procedimiento de Negociación de los Tratados Multilaterales es parecido al de una Conferencia Internacional. Una vez que se adopta un texto definitivo se firma al mismo tiempo por los plenipotenciarios en tantos ejemplares como países están representándose.

Negociación

“Bajo este nombre se designa el conjunto de operaciones encaminadas a establecer el texto del Tratado, celebradas entre los agentes diplomáticos de un Estado y los representantes de otro, que son normalmente funcionarios del Ministerio de asuntos Exteriores.

Para considerar que una persona representa al estado en la adopción de un Tratado se requiere que:

- a) presente plenos poderes otorgados por los órganos competentes de su Estado, o
- b) quede clara la intención del Estado de dar a las personas en cuestión las funciones de representación sin otorgamiento de los plenos poderes.

Hay casos en los que la representación va implícita en los cargos de la persona:

- a) caso de los jefes de Estado, o de Gobierno o de los ministros de Relaciones Exteriores;

- b) los jefes de Misión Diplomática tienen representación para los Tratados entre su Estado y el Estado Receptor;
- c) los Representantes de los Estados ante una Organización Internacional”.

Manifestación del Consentimiento.

“Una vez concluidas las Negociaciones, el texto se considera ya “establecido como autentico y definitivo, mediante la firma, la firma “ad referéndum”, o la rúbrica de los Representantes de los Estados.

La firma tiene la doble función de reconocer por parte de los Representantes de los Estados, el contenido del Tratado, y fijar el final del periodo de la Negociación, y por otro lado, también significa la expresión del consentimiento del Estado, para obligarse por el Tratado”.

La manifestación del consentimiento, como en cualesquier otro Tratado, convenio o pacto, es uno de los requisitos esenciales de validez de todo contrato por lo que la inexistencia de este requisito acarrea la inexistencia del Tratado a celebrar.

LOS EFECTOS DE LOS TRATADOS.

El Tratado Internacional otorga derechos e impone obligaciones a las partes contratantes, preferentemente.

“Existen Tratados que generan efectos con respecto a terceros ajenos, pero aquí se busca precisamente ampliar los efectos, de una manera jurídica. Tales son los Pactos de Comercio en los que aparece la “Cláusula de la Nación más favorecida”. Tiene por objeto esa fórmula extender los beneficios que se concedieron a una nación por otro Tratado, a la parte que está pactando”.

La razón de la supervivencia de esta cláusula está en que siempre ha sido un asunto de interés vital para cada Estado, que su comercio exterior reciba, de parte de cualquier otro Estado, un tratamiento tan favorable como el que concede aquél a otro Estado.

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRATADOS CELEBRADOS

Atendiendo a lo establecido por Arrijo Vizcaíno, las principales características de los Tratados Internacionales son:

1. “Generalmente este tipo de Pactos se concertan entre países que, generan un continuo intercambio comercial de bienes y servicios.
2. Los Tratados en materia de doble tributación implican sacrificios económicos para las Naciones signatarias, estos suelen celebrarse entre países cuyas respectivas balanzas comerciales arrojan cifras más o menos equilibradas. De esa manera, el sacrificio económico resulta proporcional y equitativo en cada uno.
3. La suscripción de esta clase de Tratados se dificulta entre los países en vías de desarrollo y los países altamente industrializados, ya que la disparidad de sus respectivas balanzas comerciales hace que los sacrificios económicos, por una parte, sean una carga gravosa y a veces insostenible para los países de economía deficitaria, y por otra, representan inconvenientes para lograr la rentabilidad máxima de las exportaciones, a lo que tradicionalmente aspiran las Naciones Industrializadas”.

OBJETIVOS DE LOS TRATADOS.

- Evitar la Doble Tributación;
- Disminuir o eliminar las tasas de retención a las Transacciones Internacionales;
- Eliminar la Evasión Fiscal, y
- Procedimiento de acuerdo mutuo.

PRINCIPIO DE ARM’S LENGTH.

- Estándar Internacional de los países miembros de la OCDE.
- Artículo 9 del modelo de Convenio de la OCDE.
- Aplica únicamente para efectos fiscales.
- Objetivo: Evitar distorsiones en la recaudación de los países involucrados.

TABLA I: Análisis de Comparabilidad.

Factores	OCDE	LIRS
1.- Características de los bienes y servicios:		
Bienes Tangibles:		
<ul style="list-style-type: none"> ● Características físicas del bien 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● Calidad y confiabilidad 	OK	OK/X
<ul style="list-style-type: none"> ● Disponibilidad en el mercado 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● Volumen de la oferta 	OK	X
Servicios:		
<ul style="list-style-type: none"> ● Naturaleza y característica del servicio 	OK	OK
Bienes Intangibles:		
<ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de transacción (enajenación u otorgamiento de uso o goce) 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● Tipo de intangible (patente, marca, transferencia de tecnología) 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● Duración y grado de protección del intangible 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● Beneficios esperados por el uso del intangible 	OK	X
2.- Análisis Funcional:		
Funciones Realizadas	OK	OK
Activos Utilizados	OK	OK
Riesgos Asumidos	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● De mercado 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● De inversión en capital 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● De inversión en actividades de investigación y desarrollo 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● Financieros (tipo de cambio y tasa de interés) 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● De crédito y cobranza 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● “Riesgo País, etc. 	OK	X
3.- Términos Contractuales:	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● Responsabilidades implícitas y explícitas 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● Asignación de riesgos y beneficios 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● Responsabilidades comerciales 	OK	X
4.- Circunstancias Económicas:		
<ul style="list-style-type: none"> ● Ubicación geográfica 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> ● Tamaño y nivel de mercado 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> ● Competencia 	OK	X

<ul style="list-style-type: none"> Existencia de bienes o servicios sustitutos 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Poder adquisitivo 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Regulación gubernamental del mercado 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Costos de producción y transporte 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Momento en que se realizan las transacciones 	OK	X
5.- Estrategias de Negocios.		
<ul style="list-style-type: none"> Innovación y desarrollo de nuevos productos 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> Grado de diversificación 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Aversión al riesgo 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Estabilidad política 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Legislación laboral vigente y propuestas de modificación 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de penetración en nuevos mercados o para incrementar la participación en dichos mercados 	OK	X
	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Análisis de utilidades en el futuro 	OK	OK
	OK	X

Elaboración propia con apoyo en modelo de convenio OCDE

TABLA II: *Otros Aspectos de Análisis de Comparabilidad.*

Factores	OCDE	LISR
<ul style="list-style-type: none"> Facultad para las autoridades fiscales de considerar, excepcionalmente, el fondo sobre la forma 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Posibilidad de agrupar o separar transacciones 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Rangos 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> Información de varios ejercicios 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> Perdidas 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Efectos de políticas gubernamentales 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Compensaciones intencionales 	OK	X
<ul style="list-style-type: none"> Uso del valor en aduanas 	OK	OK
<ul style="list-style-type: none"> Métodos para determinar los Precios de Transferencia <ul style="list-style-type: none"> Las EMNs pueden utilizar otros métodos Las EMNs pueden utilizar cualquier Método, sin necesidad de comprobar el resultado aplicando otros Métodos 	OK OK	OK OK

Elaboración propia con apoyo en modelo de convenio OCDE

LA DOBLE TRIBUTACIÓN INTERNACIONAL.

Los sistemas o modelos de Doble Tributación son acuerdos fiscales entre países desarrollados y en vía de desarrollo, originados de los constantes esfuerzos Internacionales orientados a eliminar el efecto de gravar más de una vez, un mismo ingreso. Estos trabajos se iniciaron por la Sociedad de las Naciones, proseguidas por la Organización de Cooperación Económica Europea hoy llamada Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en foros regionales, así como en la Organización de las Naciones Unidas y se ha formulado una serie de modelos o de proyectos de modelos de Convenios Fiscales Bilaterales.

Entre 1921 y 1922, la Sociedad de las Naciones, por conducto de su Comité Financiero confió a un grupo de cuatro expertos (Estados Unidos de América, Italia, Países Bajos y Reino Unido), la tarea de preparar un estudio de los aspectos económicos de la Doble Tributación, formando un grupo de siete funcionarios básicos (Bélgica, Checoslovaquia, Francia, Italia, Países Bajos, el Reino Unido y Suiza) para estudiar los aspectos administrativos y prácticos de la Doble Tributación y de la evasión de impuestos a nivel Internacional.

Pero no fue hasta en 1955, cuando el Consejo de la OCEE (Organización de Cooperación Económica Europea), adoptó su primera recomendación sobre la Doble Tributación, donde la OCDE reconoció los esfuerzos por eliminar la Doble Tributación entre países miembros, lo cual debía ir más allá de la esfera de los impuestos periódicos sobre la renta y el capital.

Por otro lado, a nivel regional también se han llevado a cabo esfuerzos para evitar la Doble Tributación a través del Grupo de Expertos de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), el cual aprobó criterios para evitar la Doble Tributación entre los países miembros y aquellos no pertenecientes a la región.¹

La Convención Modelo de la OCDE contiene en su artículo 25, un procedimiento de Acuerdo Mutuo, a efecto de resolver controversias derivadas de violaciones a las disposiciones de los Tratados Internacionales en materia fiscal cometidas por algún estado firmante contra los particulares de otro estado firmante.

¹ Información obtenida ponencia del tema: “Precios de Transferencia”, por Miembros del Colegio de Contadores Públicos de México, Afiliado al IMCP.

De lo anterior se desprende que las hipótesis o supuestos que deben de presentarse en la práctica fiscal y mercantil para que tenga lugar el aludido fenómeno de la Doble Tributación Internacional son:

1. Debe de tratarse de una operación o transacción que lleve implícito un claro propósito de lucro económico;
2. Operación debe de celebrarse entre personas, físicas o morales, sujetas a la potestad tributaria de dos Estados diferentes;
3. Por consiguiente, debe de existir un flujo de bienes y servicios de una Nación a otra;
4. Los ingresos, utilidades o rendimientos derivados de la propia transacción, deben constituir objetos físicamente gravados en ambas Naciones;
5. Ambas naciones deben empeñarse en mantener incólumes sus respectivas potestades recaudatorias sin hacer ningún tipo de concesiones ni otorgar tratamientos fiscales especiales, a pesar de tratarse de una transacción Internacional.
6. Es decir, finalmente tiene que arribarse a la hipótesis o supuesto de que un mismo acto u operación celebrada entre Sujetos pertenecientes a distintos países, y por ende, colocados bajo diferentes Soberanías Tributarias, es gravado con dos o más tributos por las respectivas Naciones de origen o Residencia de los Sujetos”.

Resumiendo lo anterior, los principales rasgos de la hipótesis señalada son: la incidencia de dos o más Soberanías, identidad o similitud de impuestos, identidad de Sujetos gravados, identidad del periodo impositivo y acumulación de la carga tributaria.

EFFECTOS Y PROCEDIMIENTOS PARA EVITAR LA DOBLE TRIBUTACIÓN.

“Los procedimientos empleados para resolver el problema de la Doble Imposición pueden agruparse en dos grandes categorías:

Procedimiento unilateral por medio del cual un Estado en ejercicio de su Soberanía dicta las medidas Legislativas necesarias para evitar la Doble Imposición. Estas medidas pueden ser las siguientes:

A. Deducciones. El Estado concede la deducción del impuesto sobre la renta pagado por la misma materia en otro Estado. Se practica este sistema en los Estados Unidos de Norteamérica, los países bajos y México; presenta dos inconvenientes:

Primero. El Estado que concede la exención se ve limitado en su derecho de gravar, por la elevación de las cargas fiscales en el otro, pues puede llegar el caso de que no se perciba impuesto alguno, porque todo queda absorbido por las deducciones. Si llega a establecerse un límite como en los Estados Unidos, entonces no se evita la Doble Imposición, porque esta existirá por lo que exceda del límite.

Es difícil que coincida la época y forma de determinación del impuesto extranjero con el Nacional.

B. Exención. Cada Estado exceptúa del impuesto a los no residentes, aun cuando la fuente se encuentre dentro del país, pero grava a los residentes por el total de su fortuna, sin distinción de situación o de origen”.

En la mayoría de los Estados, las Normas Tributarias se aplican tanto tomando en cuenta la condición de residente del contribuyente como el origen de los ingresos. En consecuencia, los ingresos obtenidos por un residente de un Estado pueden ser gravados por el Estado en donde se originan estos ingresos y a su vez, a falta de disposición expresa en los Convenios Internacionales para evitar la Doble Tributación, por el Estado en el cual reside el Sujeto Pasivo. Si las tasas del impuesto sobre la renta son bajas, como lo fueron en los primeros años de este siglo, la inferencia y la falta de equidad causadas por la Doble Tributación eran modestas y por lo tanto tolerables. Sin embargo, cuando las tasas de impuestos alcanzan los niveles que prevalecen en la actualidad, las cargas fiscales producto de la Doble Tributación son claro, para lograr la equidad y la proporcionalidad en el ámbito de globalización impositiva, así como para alcanzar una política fiscal sana.

La Doble Tributación Internacional puede surgir a partir de diversas causas. Los siguientes tres efectos de Doble Tributación se derivan de conflictos en cuanto a la Jurisdicción Fiscal de los Estados donde se generan los ingresos:

- a. Conflicto de origen. Dos o más Estados tienen el derecho de gravar, los mismos ingresos de un contribuyente, debido a que argumentan que el origen corresponde a su jurisdicción.
- b. Conflicto de residencia. Dos o más Estados afirman que tienen el derecho a gravar los mismos ingresos de un contribuyente porque el Sujeto Pasivo es residente en ellos. El contribuyente que es residente de dos Estados con frecuencia se le denomina “contribuyente con doble residencia”.
- c. Conflicto de residencia y origen. Un Estado afirma que tiene el derecho de gravar los ingresos de un contribuyente originados en el extranjero porque el Sujeto Pasivo es residente en ese Estado y el otro Estado, afirma que tiene el mismo derecho de gravar los ingresos, ya que éstos se originaron dentro de su jurisdicción.

De estos tres efectos de Doble Tributación Internacional, el que tiene más probabilidades de ocurrir si no existen medidas para atenuar la Doble Tributación, es el de que se provoca por conflictos de residencia y de origen. Para un contribuyente resulta muy difícil evitar los conflictos de residencia y origen por el efecto de la Globalización Tributaria. En cierta medida, los Sujetos Pasivos pueden reducir su vulnerabilidad ante el evento de la Doble Tributación por medio de una cuidadosa planeación tributaria. En su mayoría, los intentos de la comunidad fiscal internacional para resolver la Doble Tributación internacional se han enfocado en la eliminación de los conflictos de residencia y origen.

Los Convenios para evitar la Doble Tributación, por lo general producen la desgravación de estos tres efectos de Doble Tributación, así como de algunos otros de carácter especial que surjan producto de una política fiscal adoptada de manera errónea por los Estados Contratantes.

Existen tres procedimientos para evitar la Doble Tributación. Estos procedimientos son:

- a. Método de deducción. Los Estados que utilizan este método de deducción, gravan a sus residentes sobre los ingresos generados en el extranjero y permiten a esos contribuyentes aprovechar una deducción por los impuestos pagados fuera de su Estado al momento de calcular el gravamen bajo

el principio de ingreso universal. En efecto, los impuestos pagados en el extranjero son considerados como gastos corrientes de la actividad empresarial llevada a cabo en una jurisdicción extranjera. Este método de deducción es el menos generoso para atenuar el efecto de la doble tributación internacional.

- b. Método de exención. De acuerdo con este método, el Estado de residencia grava los ingresos originados en forma local y exenta de impuestos locales a los ingresos originados en el extranjero. En efecto, el derecho para gravar los ingresos recae exclusivamente en el Estado de origen. El método de exención elimina completamente la Doble Tributación Internacional por conflictos de origen o residencia, ya que solamente una Autoridad Fiscal es la que determina el gravamen.
- c. Método de crédito. De acuerdo con este método, los impuestos en el extranjero pagados por un contribuyente residente, por lo general reducen el impuesto fiscal local en la proporción de los pagados en otro Estado. Los impuestos locales netos son una cantidad igual a la diferencia entre las dos tasas fiscales multiplicadas por los ingresos originados en el extranjero. En efecto, los impuestos en el extranjero cubren los gravámenes locales, de modo que la tasa fiscal combinada, local y extranjera, sobre los ingresos originados en el extranjero es igual a la tasa fiscal local.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN MATERIA TRIBUTARIA.

“El artículo 125 del Código Fiscal de la Federación establece que los procedimientos de resolución de controversias previstos en los Tratados para evitar la Doble Tributación de los que México es parte, son optativos y pueden ser solicitados por el interesado con anterioridad o posterioridad a la resolución de los medios de defensa previstos en dicho código”.

Atendiendo a razones de Soberanía Nacional, si el particular afectado con una resolución administrativa que resulte de la interpretación o aplicación del Tratado que se impugne en México al amparo del recurso de revocación o del juicio de nulidad, hace improcedente el ejercicio del método de solución de controversias instituido por el correspondiente Tratado Bilateral para evitar la Doble Tributación, contra la resolución del Recurso o la Sentencia del Juicio.

Existe un procedimiento a nivel Internacional que establece mecanismos a efecto de solucionar las controversias en materia tributaria, el cual se encuentra estatuido en las Convenciones Modelo para evitar la Doble Tributación Internacional (ONU, OCDE y EUA), mecanismos que se les conoce de manera Internacional como “Procedimiento de Acuerdo Mutuo”.

Desde 1997, el Sistema Fiscal Mexicano reconoce dentro de sus ordenamientos el procedimiento de resolución de controversias, mismo que a su vez se contempla en los Tratados para evitar la Doble Tributación que nuestro país tiene celebrados.

Dicho reconocimiento lo encontramos en el Código Fiscal de la Federación, en la parte que corresponde a los medios de defensa de carácter administrativo a los que el Sujeto Pasivo puede acudir para resolver sus controversias, antes de utilizar las vías que se contemplan a través de los tribunales competentes.

Los medios generales de defensa para resolver los conflictos con los contribuyentes, tenemos al Recurso de Revocación, mismo que es de carácter administrativo y que se presenta ante la propia autoridad que recauda los gravámenes, con el fin de que corrija su postura, ya sea otorgando la razón al sujeto pasivo, modificándolo parcialmente el resultado de su actuación o confirmando su decisión. Así mismo, como medio de defensa también se tiene al juicio contencioso administrativo, al que se acude ante el Tribunal Federal de Justicia Administrativa y finalmente el amparo ante el Poder Judicial.

ARTÍCULO 25 DE LA CONVENCIÓN MODELO DE LA OCDE

El artículo 25 de la Convención Modelo de la OCDE, establece:

“Que cuando una persona considere que las acciones de uno o ambos Estados Contratantes resulten materia de impuesto que no esté conforme a lo dispuesto en esta Convención, puede, además de lo que le señale su ley doméstica, presentar el caso ante la autoridad competente del estado Contratante donde resida, o, si su caso se encuentra dentro del párrafo 1 del artículo 24, presentarlo en el Estado Contratante de donde es Nacional. El caso deberá presentarse dentro de tres años de la primera notificación de la acción que resulte materia de impuesto que no esté conforme a lo dispuesto en esta Convención. La autoridad competente se esforzará, si la objeción le parece justificada y no puede por sí misma llegar a una solución satisfactoria, para resolver el caso de mutuo acuerdo ante la autoridad competente de otro Estado contratante, con una vista a la evasión fiscal que no es materia de esta Convención. Cualquier acuerdo deberá implementarse a pesar de los límites de tiempo fijados en la ley domestica de los Países Contratantes. Las autoridades competentes de los Estados contratantes se esforzarán para resolver de mutuo acuerdo las dificultades o dudas que surjan de la interpretación o

aplicación de la Convención. Podrán también realizar consultas juntas para la eliminación de la Doble Tributación en los casos que no se prevean en la Convención. Las autoridades competentes de los Estados Contratantes pueden comunicarse entre ellas directamente, incluyendo a través de una comisión conjunta consistente de sus representantes o de ellos mismos, para el propósito de llegar a un acuerdo en el sentido de los párrafos precedentes”.

Dentro de los principios más importantes y siguiendo el orden que ofrecen los modelos tributarios, debemos enumerar los siguientes:

- Principio de Ahorro.
- Principio de Fuerza de Atracción.
- Principio de Punto de Origen.
- Principio de Presencia Substantial.
- Principio de Asistencia en el Cobro.
- Principio de no Discriminación.
- Principio de Procedimiento Amistoso.

PRINCIPIOS DE FUENTE Y RESIDENCIA

“Dentro de los Procesos de Negociación de Tratados Internacionales tendientes a prevenir la Doble Tributación, se establecen dos premisas: el Principio de Fuente y el Principio de Residencia. Con base al primero se sostiene que todo Estado posee la potestad tributaria de gravar todos los actos u operaciones llevados a cabo por extranjeros, que se realicen o surtan sus efectos en el territorio del propio Estado. Este Principio tiende a beneficiar a las llamadas Naciones en vías de desarrollo que normalmente asumen el carácter de receptoras de inversiones extranjeras, las que, a cambio de contribuir a su desarrollo industrial, invariablemente ocasionan considerables sangrías económicas por concepto de fuga de capitales a través de pagos por transferencia de tecnología, regalías, intereses y dividendos. El Principio de Fuente aparece como la premisa indispensable para fortalecer la posición negociadora de los países en vías de desarrollo en sus tratos con las naciones altamente industrializadas y es, en última instancia, uno de los factores que prioritariamente deben atenderse si se desea establecer un nuevo orden económico Internacional verdaderamente justo y equilibrado. El Principio de Residencia consiste en que los Estados solamente pueden gravar las actividades económicas llevadas a cabo en su territorio por extranjeros, cuando estos poseen el carácter de residentes, conforme a las leyes aplicables. Este Principio es comúnmente invocado por los países

altamente desarrollados ya que estas naciones obtienen anualmente sustanciales ingresos provenientes de sus inversiones en el exterior, sin necesidad de que sus inversionistas residan formalmente en los lugares en donde tales inversiones se lleven a cabo”.

TRATADOS INTERNACIONALES CELEBRADOS PARA EVITAR LA DOBLE TRIBUTACIÓN

En cuanto a Tratados Internacionales celebrados por el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos con otras Naciones podemos mencionar los siguientes:

- ***Acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la Republica de Finlandia*** para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Consejo Federal Suizo*** para evitar la doble imposición en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de Canadá*** para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la Republica de Singapur*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la Republica Italiana*** para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de los Estados Unidos de América*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta y ganancias de capital.

- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de Suecia*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Republica Federal de Alemania*** para evitar la doble imposición en materia de Impuestos Sobre la Renta y sobre el Patrimonio.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos e Irlanda*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta y sobre Ganancias de Capital.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Estado de Israel*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta y sobre el Patrimonio.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de I.S.R.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de Belgica*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de I.S.R.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de Dinamarca*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta y sobre el Patrimonio.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de España*** para evitar la doble imposición en materia de Impuestos Sobre la Renta y el Patrimonio y prevenir el Fraude y la Evasión Fiscal.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de los Paises Bajos*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Reino de Noruega*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta y sobre el Patrimonio.

- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Republica de Chile*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta y sobre el Patrimonio.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Republica de Corea*** para evitar la doble imposición e impedir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.
- ***Convenio entre los Estados Unidos Mexicanos y Francia*** para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de Impuestos Sobre la Renta.

Conclusiones

En este esquema cuyas principales disposiciones en México nacieron en los años de 1997, deben hacerse algunos ajustes que permitan otorgar mayor Seguridad Jurídica al contribuyente, que logren el mejor funcionamiento del esquema y que reconozcan Principios Internacionales.

Debe reconocerse que un estudio de Precios de Transferencia se basa en la información que esté disponible al contribuyente y no en información confidencial, cuya obtención, por obvias razones es imposible, luego entonces debe existir mecanismos de intercambio de información entre los estados para lograr una mejor recaudación por parte de los Estados contratantes y seguridad jurídica para los gobernados.

Debe acotarse la definición de “partes relacionadas” prevista en este régimen, en virtud de que el actual concepto es tan amplio que cubre casos que no es la intención que queden contemplados como operaciones entre partes relacionadas.

No existen bases de datos en nuestro país que permitan la implementación de los Métodos; por lo tanto, los contribuyentes en su mayoría no cuentan con los elementos suficientes para dar cumplimiento a las disposiciones de Ley. Se requiere que las Autoridades precisen sus criterios respecto a los alcances, facilidades y cumplimientos de dichos ordenamientos.

Finalmente, tomando en cuenta la limitada información pública disponible para llevar a cabo los análisis requeridos en precios de transferencia, una alternativa sería que se elimine de las disposiciones fiscales, la referencia a las operaciones celebradas entre partes relacionadas residentes en México, y solo fuera aplicable cuándo se lleven a cabo operaciones con en el extranjero.

Referencias

Arriola Vizcaíno, A. (1999). *Derecho Fiscal*. Mexico: Themis.

Ayala, F. (1944). *Ensayo sobre la libertad*. México: Fondo de cultura económica.

Bettinger Barrios, H. (1999). *Precios de Transferencia, sus efectos fiscales*. México: Ediciones Fiscales ISEF.

Bettinger Barrios, H. (2001). *Convenios para Evitar la Doble Imposición Tributaria*. México: ISEF.

Calvo Nicolau, E., Montes Suárez, E., & Calvo Martínez, E. (2022). *Porta Themis Fiscal, Código Fiscal de la Federación*. México: Themis.

Flores Zavala, E. (1989). *Elementos de Finanzas Publicas Mexicanas*. México: Porrúa.

J. Kaye, D. (2000). *Derecho Procesal Fiscal*. México: Themis.

Seara Vázquez, M. (1991). *Derecho Internacional Público*. México: Editorial Porrúa.

Sepúlveda, C. (1988). *Derecho Internacional*. México: Editorial Porrúa.

Unión, C. d. (15 de 12 de 2022). *Cámara de Diputados LXV Legislatura*. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>

DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL EN LAS GRANDES EMPRESAS, CASO ALSEA

Mauricio A. Chagolla-Farías, Gerardo Gabriel Alfaro-Calderón, Beatriz Flores Romero, Virginia Hernández Silva, Norma Laura Godínez-Reyes.

Resumen

En los últimos tres años, México al igual que la mayoría de los países, se ha visto inmerso en una crisis económica global, ocasionada por la pandemia del COVID -19; misma, que ha afectado a la mayoría de las empresas del mundo, sobre todo a aquellas que tienen un financiamiento externo alto, y que en muchas ocasiones se desconoce el costo real de dicho financiamiento, y como consecuencia de esto último, la mala planeación financiera y la toma de decisiones erróneas.

El conocer la tasa de financiamiento que paga la empresa por cada uno de los recursos contratados, tanto propios como ajenos, es una información privilegiada e indispensable en la planeación y crecimiento de las empresas.

El objetivo principal de este trabajo es presentar un modelo sencillo para la determinación del costo de las diferentes fuentes de financiamiento a largo plazo tanto internas como externas en las empresas.

Palabras clave: costo de capital, costo de capital promedio ponderado, financiamiento interno, financiamiento externo.

Abstract

In the last three years, Mexico, like most countries, has been immersed in a global economic crisis, caused by the COVID -19 pandemic; itself, which has affected most of the companies in the world, especially those that have high external financing, and that on many occasions the real cost of said financing is unknown, and as a consequence of the latter, poor financial planning and making wrong decisions.

Knowing the financing rate that the company pays for each of the contracted resources, both its own and from others, is privileged and essential information in the planning and growth of companies.

The main objective of this work is to present a simple model for determining the cost of the different sources of long-term financing, both internal and external in companies.

Keywords: cost of capital, weighted average cost of capital, internal financing, external financing.

Introducción

El mundo ha cambiado, durante las últimas dos décadas se han producido una serie de profundas transformaciones, y particularmente en los últimos dos años nos hemos visto inmersos en un mundo cada vez más global, en constante cambio, en donde hemos cambiado hábitos de compra y de diversión; así como la forma de enseñanza desde el nivel básico hasta el nivel más alto; un cambio constante en donde la función financiera de las empresas, requiere una visión más clara y profunda de todos los procesos que comprenden el sistema de inversión y financiamiento de las empresas; las empresas nos rodean y su desarrollo es constante.

Toda empresa debe buscar la forma de obtener y asegurar el financiamiento adecuado; lo cual puede convertirse en una tarea difícil. Para lograr lo anterior, es necesario clarificar la idea del financiamiento y fundamentarla en un plan financiero, esto también ayudará a no cometer errores comunes, como obtener un tipo de financiamiento equivocado, calcular erróneamente el importe necesario o, subestimar el Costo de Capital de la empresa, y es aquí precisamente en donde se encuentra la parte medular del presente trabajo, la determinación del costo de capital promedio ponderado (ccpp).

Generalidades

La tasa de interés constituye la variable más sensible e importante de las finanzas, pues en las economías desarrolladas, el mercado es el que regula las cantidades demandadas y ofertadas de dinero y, por tanto, la tasa de interés varía de acuerdo con la abundancia y escasez del dinero.

En países como el nuestro, de economía llamada emergentes, la tasa de interés está regulada por la autoridad monetaria (BANCO DE MEXICO), según el tipo de operaciones, activas o pasivas que realicen las entidades financieras.

La tasa de interés de toda la estructura financiera de la empresa se conoce como Costo de Capital. El Costo de Capital es una herramienta de uso generalizado, mismo que basa su determinación del costo de las fuentes de financiamiento a largo plazo (pasivo a largo plazo y capital contable), y cuya determinación hoy en día es imprescindible, y que de acuerdo con Gitman (2007), refleja el costo futuro promedio esperado de los fondos a largo plazo.

Objetivo

El objetivo del presente trabajo es hacer una propuesta metodológica representada a través de un modelo para la determinación del Costo de Capital de forma más sencilla que los criterios que hoy día existen en la literatura especializada. Lo anterior permitirá tener una herramienta financiera sencilla para determinar el Costo de Capital de las empresas, sean grandes, medianas o pequeñas.

Antecedentes

De acuerdo con el Censo Económico de 2019, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), del total de establecimientos el **94.9% son micro, 4.9% son pymes y 0.2% son grandes.**

Los establecimientos siguen siendo predominantemente **micronegocios**; emplean a 4 de cada 10 Personas Ocupadas y generan 15 de cada 100 pesos del Valor Agregado Censal

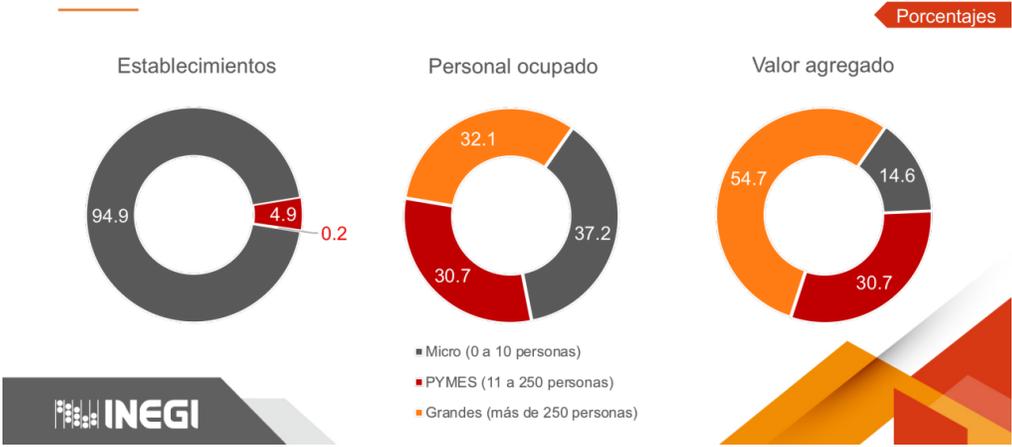


Figura 1.1 Establecimientos, personal ocupado y valor agregado

Fuente: Censos Económicos 2019. Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de establecimientos: Censos Económicos Instituto Nacional de Estadística y Geografía. -México: INEGI, c2020

Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios, el total de ingresos. Censos Económicos (2019).

Estratificación de empresas por sector publicada en el Diario Oficial de la Federación 30 de junio de 2009

Cuadro 4

Sector	Estratificación								
	Micro			Pequeña			Mediana		
	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Industria	0 a 10	Hasta \$4	4.6	11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95	51 a 250	Desde 100.1 hasta \$250	250
Comercio	0 a 10	Hasta \$4	4.6	11 a 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93	31 a 100	Desde 100.1 hasta \$250	235
Servicios	0 a 10	Hasta \$4	4.6	11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95	51 a 100	Desde 100.1 hasta \$250	235

*Tope máximo combinado= (trabajadores) X 10% + (ventas anuales) X 90
mdp= Millones de pesos

Cuadro 1.1 Estratificación de empresas

Fuente: Censos Económicos 2019. Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de establecimientos: Censos Económicos Instituto Nacional de Estadística y Geografía. -México: INEGI, c2020

Es importante elaborar un análisis cuidadoso para definir la Estructura Financiera más adecuada, la cual deberá de buscar un equilibrio entre el costo y el riesgo financiero, que de acuerdo con Brigham (2005), es el aumento del riesgo de los accionistas por arriba del riesgo básico de negocios, debido al uso del apalancamiento financiero.

Se conoce como estructura financiera a la suma del pasivo y del capital contable; esta estructura es la base de las inversiones en la empresa.

De acuerdo con Moreno Fernández (1997), las empresas necesitan del financiamiento para hacerse de los activos necesarios para sus operaciones, por ejemplo el activo circulante se financia tanto con recursos a corto plazo como a largo plazo; mientras que los activos fijos deberán de financiarse con recursos a largo plazo, de lo contrario se tendrían problemas de liquidez.

Existen diversas formas de conseguir los recursos que necesita la empresa, ya sea para sus operaciones normales o para sus proyectos de crecimiento: **pasivo y capital**

Marco teórico

Las empresas necesitan del financiamiento para hacerse de los activos necesarios para sus operaciones, el activo circulante se financia tanto con recursos a corto plazo como a largo plazo; mientras que los activos fijos deberán de financiarse con pasivo a largo plazo, de lo contrario se tendrían problemas de liquidez.

Erossa Martin (1991) define el financiamiento como el abastecimiento y uso eficiente del dinero, líneas de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa

Para Ortega Castro (2002), Las fuentes de financiamiento son el conjunto de recursos económicos propios y ajenos de la empresa, que utiliza en determinado momento con el fin de desarrollar actividades que le permitan cumplir sus objetivos.

Tipos de Financiamiento

Es importante mencionar que las fuentes de financiamiento están definidas desde el punto de vista de la empresa. Así tenemos que el financiamiento se clasifican según su procedencia en:

- Financiamiento interno
- Financiamiento externo

Financiamiento interno (inversión)

El financiamiento interno (Capital generado dentro de la empresa). Son recursos generados dentro de la misma empresa, como resultado de sus operaciones y promoción, dentro de las cuales están:

- Utilidades reinvertidas
- Aportaciones de los socios
- Venta de activos (desinversiones)
- Emisión de acciones

Financiamiento externo (pasivo)

En términos financieros al uso de las fuentes externas de financiamiento se le denomina apalancamiento financiero. Brigham (2005) lo define como el uso de los valores de renta fija (deuda y acciones preferentes) en la estructura de capital de una compañía.

Gitman (2002), lo define como la capacidad de utilización de los cargos financieros fijos, a fin de incrementar los efectos de los cambios en las utilidades antes de impuestos e intereses sobre las utilidades por acción.

Desde nuestro punto de vista, consiste en utilizar **pasivo** para incrementar el rendimiento de los socios; esto será posible mientras la empresa genere rendimientos superiores al costo de la deuda.

De acuerdo con las Normas de Información Financiera (2022), Un pasivo es una obligación presente de la entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios y que representa una disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad

Pasivo a corto plazo: su vencimiento es dentro de un año en el ciclo normal de las operaciones, y en el pasivo a largo plazo su vencimiento es mayor a un año o al ciclo normal de las operaciones.

La estimación del Costo de Capital permanece como uno de los retos más críticos que enfrentan los administradores financieros, analistas y académicos. Aunque la teoría ofrece una amplia variedad de enfoques, la práctica en los mercados desarrollados muestra que el modelo de Precios de Activos de Capital (CAPM, Capital Asset Pricing Model, por sus siglas en inglés) es significativamente el más utilizado aún con algunas variaciones respecto del enfoque original de 1964 de Sharpe Williams.

Los mercados emergentes, como el de México, han significado históricamente un reto permanente para la teoría financiera, los modelos tradicionales son generalmente cuestionados por

circunstancias que aparecen en dichos mercados de manera endémica. La importancia que han cobrado los mercados emergentes ha generado un interés significativo tanto para adaptar los modelos existentes a dichas circunstancias como por la creación de nuevos modelos.

En toda evaluación económica y financiera es necesario conocer los costos de las diferentes fuentes de financiamiento de la empresa, esto permite una mejor toma de decisiones en relación con la estructura financiera de la misma.

Estructura Financiera

La estructura financiera de una empresa se integra por:

- Pasivo (genera intereses)
- Capital contable (genera dividendos)

Tanto los dividendos como los intereses que pagan las empresas son dinero que se paga por el financiamiento de sus operaciones (*Tanto interno como externo*), es decir; a los accionistas se les retribuye a través del pago de dividendos; a los acreedores se les paga intereses por el financiamiento otorgado a la empresa; en conjunto se conoce con el nombre de **Costo de Capital**.

Costo de capital. Definiciones e importancia

Las inversiones realizadas por la empresa son fundamentales para el desarrollo del objeto social de la organización, el costo de capital surge como un factor relevante en la evaluación que el administrador financiero realiza de los proyectos de inversión que se tengan a corto plazo, pues este debe ser considerado por los inversionistas, como la tasa de rentabilidad mínima requerida que deberá obtener para arriesgar su dinero.

Según lo expresado por Gitman (2007), el **costo de capital** es la tasa de retorno que una empresa debe obtener de los proyectos en los que invierte, para mantener el valor de mercado de sus acciones. También es visto como la tasa de retorno que requieren los proveedores del mercado de capitales, para proporcionar sus fondos a la empresa. Si el riesgo permanece constante, los proyectos con una tasa de retorno mayor que el costo de capital aumentarán el valor de la empresa, y los proyectos con una tasa de retorno menor que el costo de capital disminuirán el valor de la empresa.

El costo de capital de una compañía es el costo de los fondos que le proporcionan. Se conoce también como la tasa de rendimiento requerida, puesto que en él se especifica la tasa de rendimiento mínima necesaria requerida por quienes invierten en la compañía. En este contexto, el costo de capital sirve a la empresa para elegir entre diversos proyectos de inversión (Moyer et al, 2005)

El costo de capital de la empresa es una media ponderada de las rentabilidades de la deuda y del capital, con ponderaciones dependiendo del valor relativo en el mercado de los dos títulos. Costo de oportunidad del capital para los activos existentes en la empresa; se utiliza para valorar nuevos activos que tienen el mismo riesgo que los antiguos. Brealey et al (1996).

Según Coss Bu (2009), el **costo de capital** es la tasa de interés que los inversionistas tanto acreedores como propietarios, desean le sea pagada para conservar e incrementar sus inversiones en la empresa.

El costo de capital es la tasa de rendimiento que debe obtener la empresa sobre sus inversiones para que su valor en el mercado permanezca inalterado, teniendo en cuenta que este costo es también la tasa de descuento de las utilidades empresariales futuras.

De acuerdo con lo anterior podemos definir el costo de capital también como lo que le cuesta a la empresa cada peso que tiene invertido en activos; afirmación que supone dos cosas:

- Todos los activos tienen el mismo costo
- Todos los activos son financiados con la misma proporción de pasivos y patrimonio.

Las fuentes principales de fondos a largo plazo son el endeudamiento a largo plazo, las acciones de voto limitado, las acciones ordinarias y las utilidades retenidas, cada una asociada con un costo específico y que lleva a la consolidación del costo total de capital.

Factores implícitos fundamentales del costo de capital

- El grado de riesgo comercial y financiero.
- Las imposiciones tributarias e impuestos.
- La oferta y demanda por recursos de financiamiento

Consideraciones especiales:

- En el cálculo del costo de capital no se consideran los pasivos corrientes. Se calcula con base a la estructura de largo plazo o estructura de capital, Coss Bu (2009), Brigham, Houston (2005), Gitman (2007), Brealey et al (1996), Weston, Briham (1993).
- Generalmente el costo de capital se calcula como un costo efectivo después de impuestos.
- El patrimonio es la fuente más costosa para la empresa.

Costo de Capital Promedio Ponderado

Cada una de las fuentes de financiamiento tiene su propio costo; se conoce como Costo de Capital Promedio Ponderado CCPP, o Weighted Average Cost of Capital WACC (por sus siglas en inglés), al costo promedio de toda la deuda y capital contable,

De acuerdo con Brealey (1996), calcular el costo de capital de la empresa es sencillo, aunque no siempre fácil, cuando existen únicamente acciones ordinarias. Pero la mayoría de las empresas emiten deuda a la vez que capital propio. Esto significa que el costo de capital de la empresa es una media ponderada de las rentabilidades exigidas por los inversores a la deuda y al capital propio. El Costo de Capital Medio Ponderado es una forma de estimar el Costo de Capital de la empresa; incorpora a la vez un ajuste por los impuestos que la empresa se ahorra a medida que se endeuda,

El Costo de Capital Medio Ponderado es la tasa de rentabilidad que la empresa debe esperar obtener de sus inversiones medias de riesgo para proporcionar una rentabilidad justa esperada a todos los poseedores de sus títulos. Brealey et al (1996).

Para Weston y Brigham (1993), El Costo de Capital Promedio Ponderado es un promedio ponderado de los costos componentes de las deudas, de las acciones preferentes y del capital contable común.

Brigham y Houston (2005), definen el Costo de Capital Promedio Ponderado como el promedio ponderado de los costos de la deuda, de las acciones preferentes y del capital accionario.

Es importante mencionar que en las dos definiciones anteriores, aun y cuando no hacen referencia a la deuda a largo plazo, estos autores en la metodología desarrollada por ellos solamente consideran la deuda a largo plazo y el capital contable.

El Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP), refleja el costo futuro promedio esperado de los fondos a largo plazo. Se calcula ponderando el costo de cada tipo específico de capital por su proporción en la estructura de capital de la empresa. Gitman (2007). Esta definición de Gitman hace referencia únicamente a los fondos a largo plazo, entiéndase deuda a largo plazo y capital contable.

El Costo de Capital Medio Ponderado o Costo de Capital Promedio Ponderado, es una tasa de descuento que a menudo se utiliza como una tasa de descuento de referencia de la empresa.

Objetivos del Costo de Capital

El conocimiento del Costo de Capital de cada una de las diferentes fuentes de financiamiento a las que se pueden acceder es fundamental en el análisis y evaluación empresarial; ya que de ello depende:

- La elección de la mejor alternativa de financiamiento;
- La determinación del Costo de Capital Promedio Ponderado;
- La decisión de aceptar o no nuevos proyectos;
- La determinación del Valor Económico Agregado.

El **Costo de Capital Promedio Ponderado** consiste en determinar un promedio del costo de las diferentes fuentes de financiamiento, tomando en consideración el costo de capital después de impuestos de cada una de ellas y la proporción en que participan en la estructura financiera de la empresa (pasivo y capital contable).

Para Coss Bu (2009), Brigham, Houston (2005), Gitman (2007), Weston, Brigham (1993), solo se considera como estructura financiera de la empresa el pasivo a largo plazo y el capital contable, en virtud de que de ellas dependen las inversiones a largo plazo.

La importancia del Costo de Capital Promedio Ponderado para una empresa es el asegurarse que todas las inversiones que se realicen logren una rentabilidad, que al menos sea igual a su costo de capital.

Costo de capital de la empresa = Media ponderada de las rentabilidades de la deuda y capital

La media ponderada de las rentabilidades de la deuda es la ponderación de los diferentes costos del financiamiento externo.

La media ponderada de las rentabilidades del capital es la ponderación de los diferentes costos del financiamiento interno.

Los acreedores (pasivo) necesitan renta (R), así como los inversionistas (capital contable) del capital necesitan renta (R), luego entonces, la inversión total en la empresa está determinada por el pasivo y el capital contable.

$$R_{Activos} = \frac{Renta\ Total}{Inversión\ Total}$$
$$R_{Activos} = \frac{((P)(R_{Pasivo})) + ((CC)(R_{Capital\ Contable}))}{Activo}$$

Donde:

R Activos: Rendimiento de la empresa

P: Pasivo

CC: Capital Contable

R Pasivo: Costo del financiamiento externo

R Capital Contable: Costo del financiamiento interno

Se necesitan tres pasos para calcular la media ponderada del costo de capital:

- Paso 1. Determinar el importe de cada fuente de financiamiento (deuda y capital) como una proporción del valor total de la empresa.
- Paso 2. Determinar el costo de cada fuente de financiamiento.
- Paso 3. Calcular una media ponderada de los costos de financiamiento.

Determinación del Costo de Capital Promedio Ponderado

Partiendo de que el costo de capital promedio ponderado, es un promedio ponderado de los costos componentes de las deudas, del capital de voto limitado (preferente) y del capital ordinario (capital común); el costo de capital promedio ponderado se obtiene multiplicando el costo específico de cada fuente de financiamiento después de impuestos, por su proporción en la estructura de capital de la empresa, y se suman los valores ponderados.

De acuerdo con Weston et al (1994), cada empresa tiene una estructura de capital, la cual se define como aquella mezcla de deudas, acciones preferentes y capital contable común que conduce a la maximización del precio de sus acciones. Por lo tanto, una empresa racional y cuya meta sea la maximización de su valor establecerá una estructura óptima de capital (fijada como meta) y posteriormente obtendrá capital nuevo en una forma tal que la estructura real de su capital se mantenga a su nivel fijado como meta a lo largo del tiempo.

Las proporciones óptimas de pasivo y capital contable ordinario, junto con los costos componentes de capital, se usan para calcular el **Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC)**. Por ejemplo supóngase que la empresa Información Financiera, S.A. de C.V., tuviera la siguiente estructura óptima de capital:

Pasivo a largo plazo	\$ 470,000,000	47%
Capital contable ordinario	<u>530,000,000</u>	<u>53%</u>
Pasivo más capital contable	\$1,000,000,000	100%

Su costo de deuda antes de impuestos, C_p es igual al 10%; la tasa de impuestos que paga la empresa, t es del 30%, en consecuencia, su costo de deudas después de impuestos es de $k_d(1 - t) = 10\% (0.7) = 7.0\%$; el costo de su capital contable ordinario proveniente de utilidades retenidas, C_{cc} es del 13.4%; todo su nuevo capital contable provendrá de las utilidades retenidas. Se procede a calcular el promedio ponderado del costo de capital (WACC) de la Cía. Información Financiera, S.A. de C.V., de la siguiente manera:

$$CCPP = P_p C_p (1 - t) + P_{cc} C_{cc}$$

$$CCPP = 0.47 (10\%) (1-.30) + 0.53(13.4\%)$$

$$CCPP = 0.47 (10\%) (0.70) + 0.53(13.4\%)$$

$$CCPP = 3.29\% + 7.10\%$$

$$CCPP = 10.39\%$$

En este caso, P_p y P_{cc} es la participación en pasivo largo plazo y capital contable ordinario, respectivamente.

Cada peso de capital nuevo que obtiene la empresa Información Financiera, S.A. de C.V., consiste en 47 centavos de deuda con un costo después de impuestos del 7%, y 53 centavos de capital contable ordinario (el cual proviene totalmente de las adiciones a las utilidades retenidas) con un costo del 13.4%. El Costo promedio de cada peso es del 10.39%

Costos específicos de cada fuente de financiamiento

Para las empresas es fundamental conocer los costos asociados a cada una de las diferentes fuentes de financiamiento, tanto externas como internas; no basta con saber las cantidades que se están pagando por el financiamiento o crédito elegido, es indispensable conocer la tasa de interés real que se está pagando.

Debemos distinguir entre la tasa de interés nominal y la tasa de interés real; la primera se refiere exclusivamente al porcentaje de los intereses que se pagarán sobre el monto del préstamo, la segunda en cambio incluye todos los costos que se generan por utilizar el dinero (intereses, comisiones, descuentos no aprovechados, etc.) expresados estos costos en un porcentaje sobre el monto del dinero utilizado.

Costo de acciones ordinarias (comunes)

El costo de las acciones ordinarias es el retorno que los inversionistas del mercado quieren de las acciones. Existen dos formas de financiamiento con acciones ordinarias: 1) las utilidades retenidas y 2) las nuevas emisiones de acciones ordinarias. Antes que otra cosa, debemos calcular el costo de capital en acciones ordinarias.

El costo de capital en acciones ordinarias, C_{cc} , es la tasa a la que los inversionistas descuentan los dividendos esperados de la empresa para determinar su valor accionario.

De acuerdo con Gitman (2007), se utilizan dos técnicas para medir el costo del capital en acciones ordinarias. Una se basa en el modelo de valoración de crecimiento constante (modelo Gordon), y la otra en el modelo de precios de activos de capital, por sus siglas en inglés CAPM.

- El "modelo Gordon"; y
- El modelo de Precios de Activos de Capital. (CAPM)

Costo de utilidades retenidas

El costo de las utilidades retenidas está íntimamente ligado con el costo de las acciones ordinarias, ya que si no se retuvieran utilidades, estas serían pagadas en forma de dividendos.

El costo de las utilidades retenidas se considera que debe ser igual al costo de las acciones ordinarias, en virtud de que los accionistas están perdiendo la oportunidad de tomar las utilidades de la empresa para invertirlas en otro negocio.

Costo de la deuda después de impuestos

Como se comentó anteriormente, el costo específico del financiamiento debe establecerse después de impuestos. Como el interés de la deuda es deducible de impuestos, el ingreso gravable de la empresa disminuye. El costo de la deuda después de impuestos C_p , se determina multiplicando el costo antes de impuestos C_{pa} por 1 menos la tasa de impuestos t , como se muestra en la ecuación siguiente:

$$c_p = c_{pa}(1 - t)$$

Donde:

C_p = costo del pasivo después de impuestos

C_{pa} = costo del pasivo antes de impuestos

t = tasa de impuestos

En efecto, el gobierno cubre una parte de los costos de la deuda por la deducibilidad de los intereses. Es por ello, que se utiliza el costo de la deuda después de impuestos, al determinar el

Costo de Capital Promedio Ponderado. La determinación del costo de capital después de impuestos es aplicable a todas las fuentes de financiamiento cuyo costo sea deducible de impuestos, y solo a ellas.

Caso de análisis

Alsea es considerada el operador de restaurantes más grande en Latinoamérica y España. Líder de marcas a nivel global dentro de los segmentos de comida rápida, cafeterías, comida casual y restaurante familiar.



Figura 1.2 Presencia de ALSEA en el mundo

Fuente: www.alsea.net



Figura 1.3 Segmentos y marcas de ALSEA

Fuente: www.alsea.net

Historia

1990

- Comienza con la apertura de Domino's Pizza en México (1990), a partir de ahí ha adquirido otras marcas.

1997

- Constituida el 16 de mayo de 1997.

1999

- En 25 de junio de 1999 hace su oferta pública inicial en la Bolsa Mexicana de Valores

2013

- Franquicia maestra para operar en Latinoamérica The Cheesecake Factory.
- Reconocimiento como una de las mejores empresas para trabajar
- Adquisición del 100% de la operación de Starbucks en México, Argentina y Chile.
- Acuerdo definitivo para desarrollar y operar Starbucks en Colombia.

2014

- Adquisición de Vips y El Portón.
- Adquisición de grupo Zena.
- Apertura de Starbucks Colombia.
- Apertura de The Cheesecake Factory en México.

2016

- Adquisición de Archies Colombia.
- Apertura de la unidad 3000 del portafolio.

2017

- Acuerdo definitivo para desarrollar y operar Starbucks en Uruguay.
- Colocación exitosa de un certificado bursátil por 1,000 millones de pesos a 5 años y otro por 2,000 millones de pesos a 10 años.

2018

- Apertura de la tienda numero 1,000 de Domino's Pizza
- Apertura de la primera unidad de Starbucks en Uruguay
- Adquisición del 100% de grupo Vips en España.

2019

- Adquiere los derechos para el desarrollo de la marca Starbucks en Francia.
- Firma de contrato para el desarrollo de la marca de Starbucks en Holanda, Bélgica y Luxemburgo.

ESTADOS FINANCIEROS

Alsea, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias

Estados consolidados de posición financiera

Al 31 de diciembre de 2020, 2019 y 2018

(En miles de pesos)

Activo	Notas	2020	2019	2018 (Reformulado)
Activo circulante				
Efectivo y equivalentes de efectivo	7	\$ 3,932,409	\$ 2,568,771	\$ 1,987,857
Clientes, neto	8	890,484	764,902	582,135
Impuestos al valor agregado y otros impuestos por recuperar		1,274,055	338,597	286,360
Otras cuentas por cobrar		730,291	682,319	211,086
Inventarios, neto	9	1,617,570	1,779,646	2,120,208
Activos disponibles para la venta		-	52,546	70,340
Pagos anticipados	10	<u>328,034</u>	<u>289,885</u>	<u>412,676</u>
Total del activo circulante		8,772,843	6,476,666	5,670,662
Activos a largo plazo				
Depósitos en garantía		1,789,833	753,850	863,512
Inversión en acciones de entidades asociadas	17	90,110	85,471	14,296
Equipo de tienda, mejoras a locales arrendados y propiedades, neto	13	15,879,778	16,692,801	18,960,250
Activo por derechos de uso	11	23,423,275	21,192,657	-
Activos intangibles, neto	14 y 19	28,816,687	27,375,209	27,779,352
Impuestos a la utilidad diferidos	23	<u>4,665,412</u>	<u>3,835,593</u>	<u>2,867,571</u>
Total del activo a largo plazo		<u>74,665,095</u>	<u>69,935,581</u>	<u>50,484,981</u>
Total del activo		<u>\$ 83,437,938</u>	<u>\$ 76,412,247</u>	<u>\$ 56,155,643</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Pasivos y capital contable	Notas	2020	2019	2018 (Reformulado)
Pasivo circulante				
Vencimientos circulantes de la deuda a largo plazo	20	\$ 24,233,053	\$ 305,668	\$ 2,586,553
Pasivos financieros por arrendamiento	12	4,207,633	3,915,338	6,799
Certificados bursátiles	21	7,979,149	-	-
Proveedores		2,949,829	2,327,048	2,290,788
Factoraje de proveedores		654,115	889,046	757,976
Cuentas por pagar a acreedores		2,834,150	2,234,461	2,326,156
Gastos acumulados y beneficios a empleados		4,279,180	3,278,798	4,239,559
Opción de venta de participación no controladora	22	<u>2,701,407</u>	<u>2,304,864</u>	<u>2,506,006</u>
Total del pasivo circulante		49,838,516	15,255,223	14,713,837
Pasivo a largo plazo				
Deuda a largo plazo, excluyendo vencimientos circulantes	20	-	17,102,448	16,040,204
Pasivos financieros por arrendamiento a largo plazo	12	21,092,417	19,542,694	284,375
Certificados bursátiles	21	-	7,973,765	6,983,244
Otros pasivos		265,050	416,663	758,053
Impuestos a la utilidad diferidos	23	4,364,054	4,365,095	3,772,048
Beneficios a empleados	24	<u>244,056</u>	<u>213,797</u>	<u>151,988</u>
Total del pasivo a largo plazo		<u>25,965,577</u>	<u>49,614,462</u>	<u>27,989,912</u>
Total del pasivo		75,804,093	64,869,685	42,703,749
Capital contable				
Capital social	26	478,749	478,749	478,749
Prima en emisión de acciones		8,676,827	8,670,873	8,444,420
Resultados acumulados		(683,700)	2,551,874	3,906,447
Reserva para recompra de acciones		660,000	660,000	660,000
Reserva para compra de participación no controladora	22 y 26	(2,013,801)	(2,013,801)	(2,013,801)
Otras partidas de la utilidad integral		<u>(814,676)</u>	<u>(766,696)</u>	<u>97,337</u>
Capital contable atribuible a la participación controladora		6,303,399	9,580,999	11,573,152
Participación no controladora	27	<u>1,330,446</u>	<u>1,961,563</u>	<u>1,878,742</u>
Total del capital contable		<u>7,633,845</u>	<u>11,542,562</u>	<u>13,451,894</u>
Total del pasivo y capital contable		<u>\$ 83,437,938</u>	<u>\$ 76,412,247</u>	<u>\$ 56,155,643</u>

Cuadro 1.2 Estado de posición financiera consolidado por los años 2020, 2019 y 2018

Fuente: www.alsea.net

Alsea, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias

Estados consolidados de resultados

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2020, 2019 y 2018
(En miles de pesos)

	Nota	2020	2019	2018
Operaciones continuas				
Ventas netas	29	\$ 38,495,420	\$ 58,154,617	\$ 46,156,590
Costo de ventas	30	11,454,884	17,164,021	14,187,508
Depreciación y amortización	11, 13 y 14	8,435,190	8,046,665	3,114,728
Beneficios a empleados		12,138,673	16,044,061	11,557,626
Servicios		2,004,405	2,872,443	2,533,938
Publicidad		1,398,352	2,026,539	1,644,825
Regalías		1,124,108	1,779,165	1,460,437
Reparación y mantenimiento		866,926	1,080,830	923,279
Suministros		765,373	928,544	852,515
Distribución		521,046	613,309	644,022
Otros gastos de operación		1,303,972	3,028,149	5,944,126
(Pérdida) utilidad de operación		(1,517,509)	4,570,891	3,293,586
Resultado integral de financiamiento:				
Ingreso por intereses		(118,987)	(101,168)	(56,526)
Gasto por intereses		3,225,511	3,123,023	1,627,938
Cambios en el valor razonable de instrumentos financieros	22	456,548	(201,142)	(114,806)
Pérdida (utilidad) en cambios, neta		11,318	29,083	(636)
		3,574,390	2,849,796	1,455,970
Participación en los resultados de entidades asociadas				
	17	(2,647)	(942)	-
(Pérdida) utilidad antes de impuestos a la utilidad		(5,094,546)	1,720,153	1,837,616
(Beneficio) impuestos a la utilidad	23	(1,199,088)	635,420	698,294
(Pérdida) utilidad neta consolidada del año		\$ (3,895,458)	\$ 1,084,733	\$ 1,139,322
(Pérdida) utilidad del año atribuible a:				
Participación controladora		\$ (3,235,574)	\$ 926,669	\$ 953,251
Participación no controladora		\$ (659,884)	\$ 158,064	\$ 186,071
(Pérdida) utilidad por acción:				
(Pérdida) utilidad neta básica y diluida por acción de operaciones continuas (centavos por acción)	28	\$ (3.86)	\$ 1.11	\$ 1.14
(Pérdida) utilidad neta básica y diluida por acción de operaciones continuas (centavos por acción)	28	\$ (3.86)	\$ 1.11	\$ 1.14

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Cuadro 1.3 Estado de resultados consolidado por los años 2020, 2019 y 2018

Fuente: www.alsea.net

Aalsea, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias

Estados consolidados de otros resultados integrales

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2020, 2019 y 2018

(En miles de pesos)

	2020	2019	2018
(Pérdida) utilidad neta consolidada	\$ (3,895,458)	\$ 1,084,733	\$ 1,139,322
Partidas que se reclasifican a resultados:			
Valuación de instrumentos financieros, neto de impuestos a la utilidad	(202,333)	12,686	149,109
Remediación de obligaciones por beneficios definidos, neto de impuestos a la utilidad	21,894	(48,782)	26,887
Efecto de actualización, neto de impuestos a la utilidad	263,736	313,132	545,766
Efecto de conversión de operaciones extranjeras	<u>(131,277)</u>	<u>(1,141,069)</u>	<u>190,222</u>
	<u>(47,980)</u>	<u>(864,033)</u>	<u>911,984</u>
(Pérdida) utilidad integral del periodo, neta de impuesto a la utilidad	<u>\$ (3,943,438)</u>	<u>\$ 220,700</u>	<u>\$ 2,051,306</u>
(Pérdida) utilidad integral consolidada del periodo atribuible a:			
Participación controladora	<u>\$ (3,283,554)</u>	<u>\$ 62,636</u>	<u>\$ 1,865,235</u>
Participación no controladora	<u>\$ (659,884)</u>	<u>\$ 158,064</u>	<u>\$ 186,071</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Cuadro 1.4 Estado de otros resultados integrales consolidado por los años 2020, 2019 y 2018

Fuente: www.alsea.net

Las notas de los estados financieros

Las notas de los estados financieros son parte integrante de los mismos, y representan un complemento indispensable para poder analizar la información contenida en los mismos, el párrafo 11 de la NIF A-7, se refiere en los siguientes términos a estas:

Los estados financieros y sus notas:

a) forman un todo o unidad inseparable y, por lo tanto, deben presentarse conjuntamente en todos los casos. La información que complementa los estados financieros puede ir en el cuerpo o al pie de los mismos o en páginas por separado

b) son representaciones alfanuméricas que clasifican y describen mediante títulos, rubros, conjuntos, cantidades y notas explicativas, las declaraciones de los administradores de una entidad,

21. Certificados bursátiles

En mayo de 2019, la Entidad emitió un certificado bursátil por un monto de \$1,350,000, con un plazo de cinco años a partir de su fecha de emisión con vencimiento en mayo de 2024, el cual generará intereses cada 28 días a una tasa cupón de TIE de 28 días más 0.95 puntos porcentuales; y otro certificado bursátil por un monto de \$2,650,000, con un plazo de siete años a partir de su fecha de emisión con vencimiento en mayo de 2026, el cual generará intereses a una tasa fija de 10.01%.

En octubre de 2017, la Entidad emitió un certificado bursátil por un monto de \$1,000,000, con un plazo de cinco años a partir de su fecha de emisión con vencimiento en septiembre de 2022, el cual generará intereses cada 28 días a una tasa cupón de TIE de 28 días más 0.90 puntos porcentuales; y otro certificado bursátil por un monto de \$2,000,000, con un plazo de diez años a partir de su fecha de emisión con vencimiento en septiembre de 2027, el cual generará intereses a una tasa fija de 8.85%.

En marzo de 2015, la Entidad emitió un certificado bursátil por un monto de \$3,000,000, con un plazo de cinco años a partir de su fecha de emisión con vencimiento en marzo de 2020, el cual generará intereses cada 28 días a una tasa cupón de TIE de 28 días más 1.10 puntos porcentuales; y otro certificado bursátil por un monto de \$1,000,000, con un plazo de diez años a partir de su fecha de emisión con vencimiento en marzo de 2025, el cual generará intereses a una tasa fija de 8.07%.

El saldo al 31 de diciembre de 2020, 2019 y 2018 asciende a \$7,979,149, \$7,973,765 y \$6,983,244, respectivamente.

Año	Importe
2022	
2024	\$ 1,000,000
2025	1,350,000
2026	979,149
2027	2,650,000
	<u>2,000,000</u>
	<u>\$ 7,979,149</u>

Cuadro 1.6 Nota adjunta número 21 certificados bursátiles por los años 2020, 2019 y 2018

Fuente: www.alsea.net

Resultados ejercicio 2019

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias					
Deuda bancaria a largo plazo al 31 de diciembre de 2019					
miles de pesos					
Banco	Tipo	Moneda	Tasa	Vencimiento	importe
Sindicado	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 1.2%	2023	4,533,800
Sindicado	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.25%	2023	8,969,600
Bancomext (S.N.C.)	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 1.32 %	2025	1,668,411
Banco Santander, S.A.	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 1.20%	2021	113,628
Scotiabank Inverlat, S.A.	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 0.45%	2020	285,993
Scotiabank Inverlat, S.A.	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 1.1%	2021	400,000
Banco Santander, S.A.	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 1.20%	2022	287,500
Clover ING	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.70%	2022	411,072
Clover Rabobank	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.70%	2022	411,072
Banca March	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1%	2020	205,536
Santander Chile, S.A.	crédito simple	Pesos chilenos	3.6% (tasa fija)	2020	121,504
Total de deuda bancaria largo plazo					17,408,116
Porción circulante					305,668
Vencimientos a largo plazo					17,102,448
ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias					
Deuda bursátil a largo plazo al 31 de diciembre de 2019					
miles de pesos					
Deuda bursatil	Tipo	Moneda	Tasa	Vencimiento	importe
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	TIIE + 0.95%	2024	1,350,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	10.01% (tasa fija)	2026	2,650,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	TIIE + 0.90%	2022	1,000,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	8.85% (tasa fija)	2027	2,000,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	8.07% (tasa fija)	2025	973,765
Total de deuda bursatil largo plazo					7,973,765
ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias					
Deuda total a largo plazo al 31 de diciembre de 2019					
miles de pesos					
Total de deuda bancaria largo plazo					17,408,116
Total de deuda bursatil largo plazo					7,973,765
Total deuda a largo plazo					25,381,881
Gastos financieros (interes)					3,123,023
tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo					12.3041%

Cuadro 1.7 Determinación de la tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo por el año concluido el 31 de diciembre de 2019

Fuente: elaboración propia con información de www.alsea.net

Como se puede observar en el cuadro 1.7, la determinación de la tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo se obtiene mediante el método de rendimiento, es decir, se pondera el costo

financiero (gastos financieros) vs. el total de la deuda a largo plazo, obteniendo una tasa del 12.30%.

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Capital contable al 31 de diciembre de 2019			
Determinación del costo de financiamiento del capital contable			
			TOTAL
Capital contable			\$ 11,542,562,000.00
Número de acciones promedio			838,578,725
Valor contable de la acción			\$ 13.20
UPA			\$ 1.11
Costo de financiamiento del capital contable			8.409%

Cuadro 1.8 Determinación de la tasa de financiamiento del capital contable por el año concluido el 31 de diciembre de 2019

Fuente: elaboración propia con información de www.alsea.net

Como puede observarse en el cuadro 1.8, la determinación de la tasa de financiamiento del capital contable también se obtiene mediante el método de rendimiento, es decir, se pondera el costo financiero, que en este caso es la utilidad por acción vs. el valor contable de la acción, obteniendo una tasa de financiamiento del 8.40%.

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias				
Pasivo y Capital contable al 31 de diciembre de 2019				
Determinación del costo de capital promedio ponderado				
	IMPORTE	PARTICIPACION SOBRE EL TOTAL	COSTO DE FINANCIAMIENTO DESPUES DE IMPUESTOS	COSTO DE CAPITAL P PONDERADO
Total capital contable	\$ 11,542,562,000.00	31.26%	8.41%	2.63%
Total pasivo a largo plazo	\$ 25,381,881,000.00	68.74%	8.61%	5.92%
Total de fondos a largo plazo	\$36,924,443,000.00	100.00%		8.55%

Cuadro 1.9 Determinación del CCPP por el año concluido el 31 de diciembre de 2019

Fuente: elaboración propia con información de www.alsea.net

Para la determinación del CCPP se debe considerar los siguiente:

La tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo determinada en el cuadro 1.7 es una tasa antes de impuesto; el resultado de 12.30% se debe multiplicar por el factor después de impuestos tal y como se menciona anteriormente:

$$c_p = c_{pa}(1 - t)$$

Donde:

C_p = costo del pasivo después de impuestos

C_{pa} = costo del pasivo antes de impuestos

t = tasa de impuestos

Sustituyendo:

$$c_p = 12.30\% (1 - .30)$$

$$c_p = 12.30\% (.70)$$

$$c_p = 8.61\%$$

Finalmente el costo de financiamiento tanto del capital contable como del pasivo a largo plazo se multiplican por la participación de cada uno, respecto del total de fondos a largo plazo, los resultados obtenidos se suman y así llegamos a la determinación del **costo de capital promedio ponderado de la empresa ALSEA por el año 2019, mismo que asciende a 8.55%**

A continuación se presenta la determinación del costo de capital promedio ponderado por el año 2020 de la empresa ALSEA.

Resultados ejercicio 2020

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias					
Deuda bancaria a largo plazo al 31 de diciembre de 2020					
miles de pesos					
Banco	Tipo	Moneda	Tasa	Vencimiento	importe
Sindicado	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE +1.85%	2023	4,432,195
Sindicado	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.25%	2023	10,312,875
Sindicado	crédito simple	Euros	EURIBOR + 3.25%	2021	2,500,000
Sumitomo	crédito simple	Pesos mexicanos	EURIBOR + 1.60 %	2021	599,223
Bancomext (S.N.C.)	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE + 1.32 %	2025	1,668,413
Banco Santander, S.A.	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE +1.20%	2021	155,000
Scotiabank Inverlat, S.A.	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE +.15%	2025	993,526
Banco Santander, S.A.	crédito simple	Pesos mexicanos	TIIE +1.20%	2022	283,594
Banco Santander, S.A.	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.35%	2022	243,802
Clover ING	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.70%	2022	1,145,869
Banca March	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1%	2020	243,802
Santander Chile, S.A.	crédito simple	Pesos chilenos	TIIE + 0.41%	2021	83,182
Banco de Chile	crédito simple	Pesos chilenos	29.00%	2024	93,888
Bankia Icos	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.85%	2022	243,802
Sabadel Icos	crédito simple	Euros	EURIBOR + 2.20%	2023	136,773
Santander Icos	crédito simple	Euros	EURIBOR + 2.10%	2022	341,323
BBVA Icos	crédito simple	Euros	EURIBOR + 2.75%	2025	243,801
Ibercaja Icos	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.75%	2023	24,380
Abanca Icos	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.75%	2023	48,760
Caja Rural Icos	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.60%	2023	36,571
BNP CIC	crédito simple	Euros	EURIBOR + 2%	2025	365,704
Santander Totta	crédito simple	Euros	EURIBOR + 1.50%	2026	36,570
Total de deuda bancaria largo plazo					24,233,053
Porción circulante					-
Vencimientos a largo plazo					24,233,053
ALSEA S.A.B. de C.V.					
Deuda bursátil a largo plazo al 31 de diciembre de 2020					
miles de pesos					
Deuda bursatil	Tipo	Moneda	Tasa	Vencimiento	importe
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	TIIE + 0.95%	2024	1,350,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	10.01% (tasa fija)	2026	2,650,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	TIIE + 0.90%	2022	1,000,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	8.85% (tasa fija)	2027	2,000,000
Mercado de valores	Certificado bursátil	Pesos mexicanos	8.07% (tasa fija)	2025	979,149
Total de deuda bursatil largo plazo					7,979,149
ALSEA S.A.B. de C.V.					
Deuda total a largo plazo al 31 de diciembre de 2020					
miles de pesos					
Total de deuda bancaria largo plazo					24,233,053
Total de deuda bursatil largo plazo					7,979,149
Total deuda a largo plazo					32,212,202
Gastos financieros (interes)					3,225,511
tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo					10.01332%

Cuadro 1.10 Determinación de la tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo por el año concluido el 31 de diciembre de 2020

Fuente: elaboración propia con información de www.alsea.net

Como se puede observar en el cuadro 1.10, la determinación de la tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo se obtiene mediante el método de rendimiento, es decir, se pondera el costo financiero (gastos financieros) vs. el total de la deuda a largo plazo, obteniendo una tasa del 10.01%.

ALSEA S.A.B. de C.V. y Subsidiarias			
Capital contable al 31 de diciembre de 2020			
Determinación del costo de financiamiento del capital contable			
			TOTAL
Capital contable			\$ 7,633,845,000.00
Número de acciones promedio			838,578,725
Valor contable de la acción			\$ 9.75
UPA			-\$ 3.88
Costo de financiamiento del capital contable			0.0%

Cuadro 1.11 Determinación de la tasa de financiamiento del capital contable por el año concluido el 31 de diciembre de 2020

Fuente: elaboración propia con información de www.alsea.net

Como puede observarse en el cuadro 1.11, la determinación de la tasa de financiamiento del capital contable se obtiene mediante el método de rendimiento, es decir, se pondera el costo financiero (utilidad por acción) vs. el valor contable de la acción, obteniendo una tasa del 0.0% para el año 2020 pues en este año la empresa ALSEA obtuvo una pérdida.

ALSEA S.A.B. de C.V. Y Subsidiarias				
Pasivo y Capital contable al 31 de diciembre de 2020				
Determinación del costo de capital promedio ponderado				
	IMPORTE	PARTICIPACION SOBRE EL TOTAL	COSTO DE FINANCIAMIENTO DESPUES DE IMPUESTOS	COSTO DE CAPITAL P PONDERADO
Total capital contable	\$ 7,633,845,000.00	19.16%	0.00%	0.00%
Total pasivo a largo plazo	\$ 32,212,202,000.00	80.84%	7.01%	5.67%
Total de fondos a largo plazo	\$39,846,047,000.00	100.00%		5.67%

Cuadro 1.12 Determinación del CCPP por el año concluido el 31 de diciembre de 2020

Fuente: elaboración propia con información de www.alsea.net

Para la determinación del CCPP se debe considerar los siguiente:

La tasa de financiamiento de la deuda total a largo plazo determinada en el cuadro 1.10 es una tasa antes de impuesto; el resultado de 10.01% se debe multiplicar por el factor después de impuestos tal y como se mencionó anteriormente:

$$c_p = c_{pa} (1 - t)$$

Donde:

C_p = costo del pasivo después de impuestos

C_{pa} = costo del pasivo antes de impuestos

t = tasa de impuestos

Sustituyendo:

$$c_p = 10.01\% (1 - .30)$$

$$c_p = 10.01\% (.70)$$

$$c_p = 7.01\%$$

Finalmente el costo de financiamiento tanto del capital contable como del pasivo a largo plazo se multiplican por la participación de cada uno, respecto del total de fondos a largo plazo, los resultados obtenidos se suman y así llegamos a la determinación del **costo de capital promedio ponderado de la empresa ALSEA por el año 2020, mismo que es de 5.67%**.

Conclusiones

La determinación del CCPP en toda empresa es de vital importancia pues de ello dependen muchas decisiones empresariales que afectaran su desarrollo; como se menciona anteriormente, el conocer la tasa de financiamiento que paga la empresa por cada uno de los recursos contratados, tanto propios como ajenos, es una información privilegiada e indispensable en la planeación y crecimiento de las empresas.

Una cuestión muy importante para comentar es el hecho de que el conocimiento del costo de las diferentes fuentes de financiamiento de una empresa permite mejorar la toma de decisiones en cuanto a la estructura financiera, puesto que es obvio que el problema de seleccionar la fuente de

financiamiento más adecuada debe ser resuelto independientemente de la canalización que se les dé a los fondos obtenidos.

El conocimiento del Costo de Capital de cada una de las diferentes fuentes de financiamiento a las que se puede acceder cualquier empresa es fundamental en el análisis y evaluación empresarial; pues de ello depende:

- la elección de la mejor alternativa de financiamiento;
- la determinación del Costo de Capital Promedio Ponderado;
- la decisión de aceptar o no nuevas proposiciones de inversión;
- la determinación del Valor Económico Agregado.

La metodología aquí expuesta permite determinar el CCPP de cualquier empresa, sea grande, mediana o pequeña, de manera simple, sin la necesidad de realizar cálculos complicados; la clave esta en entender el concepto del costo de capital, como la ponderación de todas las tasas de financiamiento de la empresa por los fondos a largo plazo, tanto internos como externos, empleados en la operación de la misma.

Referencia bibliográfica

Brealey, Richard A. y Myers Stewart C. (2005). *Fundamentos de Financiación Empresarial*. México: McGraw-Hill.

Brigham Eugene, F. Houston Joel, F. (2005) *Fundamentos de Administración Financiera*. 10ª edición. México: Thomson Learning.

Censos Económicos 2019. Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de establecimientos: Censos Económicos Instituto Nacional de Estadística y Geografía. México: INEGI, c2020

Coss Bu, Raúl, (2009). *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*, 2ª edición. México: LIMUSA.

Erossa Martin, Victoria Eugenia. (1991). *Proyectos de Inversión en Ingeniería. (Su Metodología)*. México: Noriega LIMUSA.

Gitman, Lawrence. (2000). *Administración Financiera*, 8ª edición. Colombia: Prentice Hall.

Gitman, Lawrence. (2007). *Principios de Administración Financiera*, 11ª edición. México: Pearson.

Gitman, Lawrence. Zutter, Chad J. (2016). *Principios de Administración Financiera*, 14ª edición. México: Pearson Educación.

Moreno Fernández, Joaquín. (1997). *La Administración financiera del Capital de Trabajo*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C.

Normas de Información Financiera (2022). Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Ortega Castro, Alfonso. (2002). *Introducción a las Finanzas*. México: McGraw-Hill.

Ortega Castro, Alfonso. (2008). *Planificación Financiera Estratégica*. México: McGraw Hill.

Weston Fred, J. Brigham Eugene, F. (1993). *Fundamentos de Administración Financiera*. 10ª edición. México: McGraw Hill.

Páginas electrónicas:

www.bmv.com.mx

www.alsea.net

NOTA TÉCNICA

REPRODUCCIÓN DE AVES DE TRASPATIO EN ACAYUCAN, VERACRUZ MEXICO

Velázquez-Silvestre María Gisela*¹, González Rodríguez Eduwiges¹, Domínguez Cartas Víctor Manuel, Hernández-Velázquez Lisset

¹Facultad de Ingeniería en Sistemas de Producción Agropecuaria, Universidad Veracruzana, Acayucan, Veracruz; ²Facultad de Biología, Universidad Veracruzana, Xalapa Enríquez, Veracruz.

*givelazquez@uv.mx

Resumen

Durante la pandemia por Covid-19, el aviario de la Facultad de Ingeniería en sistemas de Producción Agropecuaria (FISPA) en Acayucan Veracruz tuvo que ser dividido para su cuidado en dos grupos, a uno de estos se le brindó seguimiento durante la pandemia y estuvo compuesto por seis gallinas ponedoras y un gallo, los cuales fueron ubicados en un área de traspatio de una casa en la ciudad de Acayucan. El gallinero se estableció, en un área de cochera y jardín de 18 m² con jaulas de madera con malla y con pasto señal seco. La alimentación consistió en una mezcla de maíz quebrado y alimento para gallina ponedora de la marca Purina®. Al agua se agregaron suplementos vitamínicos con calcio de la marca Bayer®. Para el control de enfermedades se vacunaron tres veces durante su estancia con triple aviar preventiva, y un desparasitante. En un periodo del 20 de marzo a 30 de diciembre de 2020, las aves pusieron 985 huevos, \pm 3.4 huevos por día. Nacieron 22 pollitos y sobrevivieron 17, seis se utilizaron para reemplazo generacional y los demás para venta. Se concluyó que es factible la crianza de gallinas ponedoras en áreas de traspatio urbanas, para el autoconsumo familiar, sin embargo, la alimentación con residuos de cocina debe ser vigilada y la protección ante depredadores urbanos debe ser prevista.

Palabras clave: Gallinas, sustentabilidad, producción, autoconsumo.

Introducción

En México se conoce muy poco de la avicultura de traspatio, porque su importancia relativa en los indicadores productivos es difícil de cuantificar y solamente está caracterizada como una actividad de apoyo en la economía familiar, que ocupa la fuerza de trabajo de las amas de casa y los niños (Hernández-Pérez & Jaimes-Piñón, 2003; Cuca-García 2015) La avicultura de traspatio es la actividad pecuaria de mayor tradición y difusión en el País. La crianza de aves de traspatio es la actividad pecuaria de mayor tradición en nuestro país, sin embargo, el establecimiento de un aviario

para la cría y reproducción en una zona urbana crea nuevas expectativas y brinda nuevas experiencias en cuanto a su cuidado, manejo y reproducción.

Objetivo

Establecer un aviario de traspatio en una zona urbana con fines de autoconsumo y reproductivo.

Materiales y métodos

De acuerdo con el Centro de Información Estadística y Geográfica del Estado de Veracruz (CEIEG) (2016) la ciudad de Acayucan, Veracruz, se encuentra ubicada entre los paralelos 17° 54' y 18° 09' de latitud norte; los meridianos 94° 51' y 95° 15' de longitud oeste; altitud entre 10 y 300 msnm., su clima es cálido subhúmedo con lluvias en verano (100%). Para el establecimiento del aviario, se enmallaron con malla gallinera de plástico, 18m² de jardín y cochera de una casa urbana en el centro de la ciudad. Se colocaron dos jaulas de madera forradas de tela gallinera metálica con puertas abatibles en el piso y dos taras de plástico, a los cuales se les agregó hojas de plátano y pasto seco para los nidos.

Se utilizó un alimentador redondo de aluminio y plástico y dos bebederos de plástico con capacidad de 2 litros cada uno. Las aves fueron transportadas en camioneta, desde la Facultad de Ingeniería en Sistemas de Producción Agropecuaria en jaulas conejeras en un recorrido aproximado de 15 minutos a su nueva ubicación, en la zona centro de la ciudad, donde fueron hidratadas. La parvada estuvo compuesta de dos gallinas Rhode Island, dos gallinas de cuello desnudo o Raza Piroca, dos gallinas Plymouth gris y amarilla y un gallo de la raza Rhode Island. La alimentación consistió en una mezcla de alimento de aves con el alimento de gallina ponedora de la marca Purina y poner en el comedero de 700 gramos aproximadamente mas medio kilo de maíz quebrado.

La alimentación para los pollitos recién nacidos fue un iniciador de marca ganador a disposición libre hasta la octava semana. A cada botellón de agua se le colocó 1g x litro de agua de Vitafort A multivitamínico, y después se cambió a Vitafort postura pues las aves se comían los huevos y cascarones. Durante todo el periodo de cuidado, la alimentación fue complementada con desperdicios de cocina, así como plantas e insectos del jardín. Para el control de enfermedades, se les vacunó tres veces, durante la primera semana en el ojo y a la cuarta y 8va semana bajo el ala. Para otros parásitos se le agregó al alimento Panacurt 4% 1.4 g durante tres días a toda la parvada.

Resultados y discusión.

En el mes de marzo a partir de la segunda semana de su establecimiento, las aves pusieron un promedio de tres a cuatro huevos diarios, en el mes de abril este número llegó a 5 huevos, durante los días 25 y 28 presentaron los primeros síntomas de “cluequez” tres gallinas, una de cada raza, se les colocaron 6 huevos de la misma parvada y se complementaron con diez huevos blancos más, de gallinas de otra granja. Se observaron varios huevos rotos en dos de los nidos, por lo que para las fechas del 15 al 20 de mayo solo nacieron tres pollitos de una gallina y tres pollitos de otra y para la última gallina seis. (Cuadro 1. Tabla de vida para la primera generación de aves de traspatio urbano)

Cuadro 1. Tabla de vida para la primera generación de aves de traspatio urbano.					
Periodo Abril-Mayo					
#Gallina	# Huevos empollados	# Nacidos	# Sobrevivientes	# Machos	# Hembras
1	10	3	2	1	1
2	10	3	2	1	1
3	8	6	4	2	2
Totales	28	12	8	4	4

Fuente: Elaboración propia.

Durante la tercera semana de crianza, se observó que las gallinas presentaban un comportamiento de alteración por las noches, por lo que se contaron los pollitos y se observó que faltaban dos, por la noche se identificó a las ratas de los patios vecinos como depredadores de las aves, por lo que se procedió a guardar por las tardes a toda la parvada. Para la segunda generación, solo se encluecaron dos gallinas por lo que se les procedió a colocar diez huevos de la misma parvada, se observó rompimiento de huevos por gallinas que querían ocupar los mismos nidos, por lo que se procedió a encerrar a las gallinas y sacarlas dos veces al día para su hidratación y alimentación.

De esta segunda generación nacieron diez pollitos, sobrevivieron nueve, cinco machos y cuatro hembras (Ver cuadro 2. Tabla de vida para la segunda generación de aves de traspatio urbano)

Cuadro 2. Tabla de vida para la segunda generación de aves de traspatio urbano.					
Periodo Julio-Agosto					
#Gallina	# Huevos empollados	# Nacidos	# Sobrevivientes	# Machos	# Hembras
1	10	7	6	4	2
2	10	3	3	1	2
Totales	20	10	9	5	4

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a Itza-Ortiz, las aves de traspatio más utilizadas son las gallinas de doble propósito (DP) como las criollas debido a la gran adaptación que éstas presentan a las condiciones de alojamiento sin embargo, existe la introducción de material genético como la Rhode Island Roja y Plymouth Rock Barrada, que son distribuidas por medio de los programas gubernamentales de apoyo a la población de pobreza alimentaria. Camacho et.al (2006) menciona que en el sur del País, es común que más del 80% de los pobladores alimenten a sus aves con alimento comercial, maíz, tortillas o residuos de la cocina.

Conclusiones

Se concluyó que es factible la crianza de gallinas ponedoras en áreas de traspatio urbanas, para el autoconsumo familiar.

Al final de la crianza sobrevivieron sólo 17 aves, 9 machos y 8 hembras, éstas últimas se utilizaron para reemplazo generacional y las demás para venta. De un total de 48 huevos empollados, nacieron 22 pollitos.

La utilización de los residuos sólidos generados en la cocina, el jardín, así como el mantenimiento libre de plagas de los espacios dedicados a la crianza fueron transformados en carne y huevos como resultado del cuidado que se procuró a las aves.

Literatura citada

Itza-Ortiz, M.F., Carrera-Chavéz, J.C., Castillo-Castillo, Y., Ruiz-Barrera, O., Aguilar-Urquiso, E. y Sangines-García, J.R. (2016) Caracterización de la Avicultura de Traspatio en una Zona Urbana de la Frontera Norte de México. *Revista Científica FCV-LUZ*. Vol. 26(5):300-305.

Camacho, E.; Lira, T.I.; Ramírez, C.L.; López, P.R.; Argos, G.J.L. La avicultura de traspatio en la costa de Oaxaca México. *Cien. y Mar* 10(28): 3–11. 2006.

Cruz-Sánchez, B., Muñoz-Rodríguez, M., Santoyo-Cortés, V.H., Martínez-González, E.G. y Aguilar-Gallegos, N. (2016) Potencial y Restricciones de la Avicultura de Traspatio sobre la Seguridad Alimentaria en Guerrero, México. *Revista Agricultura Sociedad y Desarrollo*. Vol. 13: 257-275.

LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO UNIVERSITARIO

Toscano Galeana J., Rojas Maldonado Erick R.
Jaquelinetoscano@gmail.com,
FCCA, COLEGIO DE SAN NICOLÁS-UMSNH

Resumen

Las redes sociales se están convirtiendo en herramientas importante para los usuarios de Internet. Desde que inicio, los usuarios de las redes crecen a un ritmo impresionante, de manera que algunos de estos espacios se aglomeran a más de doscientos millones de internautas en todo el mundo.

Si miramos más de cerca el dominio de las tecnologías en el ámbito de la educación, estas han evolucionado de una herramienta de gestión de información a un medio de comunicación y relación, que ofrece nuevas capacidades al estudiante. Los autores como (*Aranda et al.2010*) en el trabajo *Los jóvenes del siglo XXI: Prácticas comunicativas y consumo cultural*, determinan que sus investigaciones que los jóvenes españoles hacen una “extensión online de la vida offline” (*Sánchez Vera, Prendes Espinosa, & Serrano Sánchez, 2011*)

El motivo que dan determinadas herramientas tecnológicas como los móviles, los ordenadores o el propio uso de internet, tienen un alto nivel de integración en su vida cotidiana, siendo las herramientas esenciales en relación con la parte social de los y las adolescentes. En ese sentido, gracias a las tecnologías, la comunicación entre todos que trabajan en la educación se ha vuelto más dinámica, multidisciplinaria, multisensorial y se va integrando poco a poco en todas las actividades (*Informe Horizon: Edición Iberoamericana, 2010, pág. 8*)

En esta investigación revisamos los usos y estrategias de esta herramienta en materia educativa: desde el punto de vista de los alumnos, como la óptica de los profesores docentes e investigadores del sistema universitario, formando parte crucial de esta

investigación el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación universitaria.

Las redes sociales en la actualidad son las herramientas más representativas de la Web 2.0, no deben ser semejante para su estudio, ya que su arraigo y fascinación en los alumnos son una posibilidad didáctica enorme, puesto que el eje de todas ellas se adscribe a la interacción y capacidad de responder y comunicar con rapidez y elocuencia (Artero, 2011).

Palabras claves: Redes sociales, IES, Innovación educativa.

Introducción

El rendimiento del alumno universitario en la parte académica constituye un factor importante en el tema de la calidad de la educación superior, debido a que es un indicador que permite una aproximación a lo que es la realidad educativa. La calidad de la educación superior se refiere, y analizando los distintos cuestionamientos que se le hacen a las universidades públicas en cuanto al costo beneficio social, ha despertado en las autoridades universitarias un interés particular por los resultados académicos de sus estudiantes, cuyo estudio y análisis constituyen herramientas sólidas para construir indicadores que orienten la toma de decisiones en educación superior.

Los estudios realizados del rendimiento académico en la educación superior parecen ser en la unión mundial actual aún más valiosos, debido al dinamismo que experimenta el sector universitario en el marco de una sociedad caracterizada por el rápido crecimiento del conocimiento, la facilidad en la transmisión de la información y los cambios rápidos en las estructuras sociales. En ese contexto adquiere valor la calificación del capital humano y ello va en estrecha vinculación con los resultados e investigaciones sobre el rendimiento académico de los estudiantes universitarios. Investigaciones sobre el desempeño estudiantil permiten conocer un gran número de variables que entran en juego en lo que a calidad y equidad de la educación superior pública se refiere, por lo que aportan importantes elementos que repercuten en la gestión y prestigio institucional, sobre todo cuando la inversión estatal es fundamental.

En materia de rendimiento académico en la educación superior, la mayoría de los estudios son cuantitativos, con un marcado interés en el campo económico y son pocas las investigaciones que hacen un abordaje cualitativo del problema. No obstante, sus resultados han permitido identificar factores que favorecen o limitan el desempeño académico. Es así como se procede a especificar los hallazgos de la investigación respecto de componentes asociados al rendimiento académico en estudiantes universitarios que inciden en mayor o menor grado en los resultados y notas que es importante considerar cuando se diseñan estudios de este tipo. Los indicadores de rendimiento académico que se consideran en esta investigación se sustentan en una revisión teórica, y en su mayoría han sido usados en distintos estudios en la educación superior, en diferentes momentos, diferentes universidades y por diferentes investigadores, y se presentan con una perspectiva enmarcada hacia la calidad de la educación.

Objetivo general

Tomamos como referencia el estudio realizado con los estudiantes de la UMSNH en este estudio, intentamos analizar las actitudes hacia las redes sociales que presentan los universitarios respecto de las redes sociales y de su uso académico y sus preferencias. Nuestros tres objetivos principales son primero, averiguar cuál es el grado de conocimiento y uso de diferentes redes sociales, segundo, conocer cuál es la utilidad educativa esperada y tercero, analizar cuál es la evolución en el uso y en las actitudes hacia las redes sociales del alumnado universitario.

En este escenario, El abordaje de estos tres objetivos nos llevará, en un análisis posterior, a descubrir la eventual relación existente entre el uso real de las redes sociales en el contexto universitario y la utilidad didáctica esperada de estos recursos. Sin duda, solo si podemos responder con claridad estas cuestiones seremos capaces de planificar de modo correcto el uso didáctico de las redes sociales.

Objetivos específicos:

- Identificar las redes sociales de mayor uso.
- Analizar cómo se perciben como usuarios de una red social virtual

- Identificar los temas de interés entre los jóvenes estudiantes universitarios dentro de las redes sociales virtuales.
- Analizar el tipo de participación de los jóvenes estudiantes universitarios dentro de las redes sociales virtuales.
- Analizar los niveles de participación y compromiso que los estudiantes demuestran en sus actividades sociales.
- Analizar los niveles de participación y compromiso que los estudiantes demuestran en sus actividades académicas.
- Identificar las actividades académicas que los jóvenes estudiantes universitarios realizan dentro de las redes sociales virtuales.

METODOLOGÍA

La metodología elegida para el logro de los objetivos de este trabajo es cualitativa, consiste en buscar como la cantidad se vuelve cualidad. Se pretende describir el ámbito educacional en México que objetiva la posición en el campo escolar desde la visión de los universitarios, sus representaciones sociales, especificaciones de pensamiento en sintonía con los tipos de educación, acción y percepción, pero poniendo especial atención a la familia y maestros como agente mediador entre los campos educativos y el estudiante ya que, gracias a ellos, los alumnos completan su educación.

Importa la relación de representaciones sociales que nos ayudan a reinterpretar la realidad de la trayectoria escolar de los sujetos, la forma en que el capital cultural de la familia influye en la conformación del estudiante y su logro escolar en México.

Estos términos forman partes de un proceso que se lleva a cabo entre profesores y alumnos, los primeros comunican al alumno las ideas, ya sean conceptos organizados, la transferencia de conocimientos en clases, el facilitar documentos, libros, documentales, accesorias entre otros; para que los segundos, los alumnos, adquieran conocimientos

DESARROLLO

EL ÁMBITO EDUCACIONAL Y LOS TIPOS DE EDUCACIÓN

Se reflexiona en torno al concepto de educación, para después centrarse en el tema de los ámbitos educativos. Los ámbitos educativos son los espacios socioculturales más apropiados para el proceso de enseñanza. Entre los ámbitos que se analizan están: el ámbito familiar, el escolar y el que Georges Gurvitch denominó sociedad global. También se profundiza sobre la formación psíquica del hombre, de su personalidad, lo que se denomina personalización, y la relación de este proceso con los tres ámbitos de la educación. Para concluir se trata el tema de la educación popular, que es aquella que permite solventar deficiencias de la educación familiar y escolar. La educación en México es uno de los elementos más importantes para que la población desarrolle sus capacidades físicas, mentales y emocionales a lo largo de su juventud. Sin embargo, existen diferentes tipos de aprendizaje y enseñanza para los estudiantes, desde un formato tradicional en un aula con un cuaderno, hasta el modelo de educación Montessori que ocupa un ambiente más dinámico. La finalidad: que los pequeños y jóvenes adquieran el conocimiento de la mejor manera posible.

Existen dos tipos de educación en México (y en el mundo):

Educación no formal: consta de un aprendizaje en el que los alumnos ya sean de secundaria o niveles más avanzados, puedan obtener conocimientos e incluso un título, pero que no tiene un valor curricular. Estos pueden ser desde cursos y talleres que se complementan a las clases y actividades de la educación formal.

Educación informal: consiste en un aprendizaje empírico en las personas. Los alumnos mexicanos y de la sociedad mundial, más que contar con un profesor, aprenden y adquieren el conocimiento conforme realizan actividades, interactúan con gente y conocen su contexto social.

La crisis mundial de la educación, así como la educación informal tiene el sentido de un proceso que dura toda la vida donde tienen que acumular el conocimiento, habilidades,

actitudes y consciencia para discernir conforme a experiencias diarias, desde casa, trabajo e incluso actividades divertidas para las personas.

Los modelos educativos son:

Tradicional

Es un modelo enfocado en los conocimientos del docente. Es el más antiguo. Desde este punto de vista, los alumnos deben adoptar un comportamiento pasivo. Es decir, su misión es aprender todo lo que puedan de la sabiduría del educador. El personal docente, por tanto, se aferra a un papel protagonista en este enfoque. Siendo su rol el de transmitir información mientras los estudiantes siguen instrucciones y practican una escucha activa.

Conductista

Este está basado en la escuela psicológica del conductismo de B.F. Se basa en la adquisición de habilidades o conocimientos a través de la repetición de conductas. Estas conductas tienen que ser medibles. Por tanto, aquí el rol del docente vuelve a ser predominante y activo. En este caso, el aprendizaje del alumno se basa en recibir información, repetirla y memorizar. Es un sistema basado en estímulos como pueden ser premios y castigos con el aprendizaje.

Constructivista

Este modelo, desarrollado por Lev Vygotsky, Jean Piaget y David P, plantea un papel de los alumnos diferentes a los dos anteriores. En este caso, no hay una mera transmisión de conocimientos por parte del docente. Aquí, el profesional de la enseñanza va mejorando con la práctica y reflexionando de los errores. Es un modelo educativo que se basa en la valía de un error, y lo toma como punto de mejora. Además, con este enfoque lo que se pretende es apoyar al estudiante para que pueda desarrollar su propio conocimiento. El problema de este enfoque es que presupone que el alumno está predispuesto a aprender.

La educación formal es la más conocida y utilizada en México. En este modelo se encuentran las instituciones educativas que van desde todos los niveles.

De otra manera los tipos de educación en México es la enfocada en la culturalidad. Este tipo de aprendizaje busca transmitir valores a una sociedad a partir de un modelo educativo de acuerdo con la otra cultura, además de enseñar técnicas de socialización. En un tipo de enseñanza bicultural, las y los alumnos aprenden el idioma elegido, pero no sólo conocen la lengua, pues además de comprender el idioma de manera fluida, también apropian la cultura de otro país o incluso sociedades nativas. En el Sistema Educativo este compuesto por los tipos: Básico, Medio Superior y Superior, en las modalidades escolar, no escolarizada y mixta. El tipo superior es el que se imparte después del bachillerato o de sus equivalentes. Está compuesto por la licenciatura, la especialidad, la maestría y el doctorado, así como por opciones terminales previas a la conclusión de la licenciatura, como los estudios de Técnico Superior Universitario. Comprende la educación normal en todos sus niveles y especialidades.

De tal manera que establecer un modelo educativo, permite a la educación en un mismo lugar sea igual para todos. Con esto, se hace posible estudiar en un centro específico y poder cambiar a otro sin problema. En ese sentido si no existiera un modelo educativo, cada profesor enseñaría de una manera completamente diferente. Esto haría que no hubiera un control sobre la forma en que se enseña, ni se podría establecer un control a la hora de evaluar. Además, sería complejo para el alumno cambiar de escuelas.

LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA EN MEXICO

De acuerdo con *(la Secretaría de Educación Pública (SEP))*. La educación superior en México comenzó a adentrarse en el siglo XXI con profundos cambios. Se sabe que la matrícula y la cobertura crecen cada día, se ha consolidado una amplia oferta educativa, la vida académica de las instituciones profundiza su profesionalización, al tiempo en que la calidad de la educación sea como una aspiración y un valor ampliamente compartido. Estos cambios realmente generan enormes expectativas y seguramente, de consolidarse, tendrán resultados observables y duraderos en el entorno social y económico. La formación de profesionales y científicos cada vez sean más competentes, la producción del conocimiento

y la generación de innovaciones son contribuciones que la sociedad espera de sus instituciones educativas.

En ese sentido la educación superior pertinente y de calidad no sólo es una aspiración legítima, sino una condición fundamental para impulsar el desarrollo del país, fortalecer la ciudadanía, mejorar la competitividad y lograr una inserción exitosa en la economía basada en el conocimiento. Con ello muchos avances son notorios, también persisten rezagos y deserciones. La educación y las competencias son los pilares sobre los que México debe construir su crecimiento y prosperidad futura (OECD, 2017). La educación superior es clave para el desarrollo de las competencias y los conocimientos avanzados, que son fundamentales para las economías modernas. Gracias a la educación superior, los estudiantes desarrollan competencias y conocimientos técnicos, profesionales y disciplinares específicos avanzados, así como competencias transversales que les cualifican para una variedad de ocupaciones laborales.

El sistema de educación superior de México se enfrenta a retos importantes respecto a la calidad y la garantía de que los estudiantes desarrollen las competencias relevantes para el mercado laboral, a fin de poder lograr unos buenos resultados laborales. Para lograr mayores avances en la productividad y la competitividad se requerirán mejoras en la calidad de la educación en todos los niveles, desde la educación preescolar hasta la educación superior. Por ello, el abordaje de la cuestión de la calidad de la educación superior y la garantía de una mayor relevancia para el mercado laboral son de vital importancia para que México alcance un crecimiento sólido, inclusivo y sostenible en una economía global. (EDUCACIÓN SUPERIOR EN MÉXICO OCDE 2018)

Historia de la educación universitaria en México

México tiene una larga tradición e historia en la educación superior, la universidad fue una de las primeras instituciones que se creó después de la conquista. Fundada en 1551, la Real y Pontificia Universidad de México, que se convertiría en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Se observa que en aquel tiempo el conocimiento era transmitido por una didáctica presentación de un tema específico hecho por el maestro y una discusión subsecuente del objeto de estudio por los alumnos, entonces, el método de razonamiento era el medio a través del cual los estudiantes reconocían y adquirían el conocimiento.

En 1857 el emperador Maximiliano emitió un decreto que cerró la Universidad de México. Fue hasta 1910 cuando la Universidad Nacional de México fue restablecida como una institución secular. Desde entonces, numerosas instituciones de educación superior han sido establecidas por los gobiernos locales y por fundaciones privadas. Guerra observa que para 1982, 300 instituciones de educación superior existían en México.

Como en la mayoría de los países de la región en la segunda mitad del Siglo XX se experimentó un crecimiento sin precedentes en el ámbito de educación universitaria, tanto en el tipo de instituciones, como en el número de estudiantes, profesores y áreas de investigación.

El sistema de educación superior de México fue ampliando y experimentando un crecimiento rápido durante las últimas décadas. La educación superior en México para (Rangel Guerra Alfonso) es el avance y la diseminación del conocimiento. Sin embargo, él argumenta que en el ámbito de las licenciaturas los programas están diseñados primordialmente para la transmisión del conocimiento. Guerra señala: En general, la relación entre enseñanza e investigación es nula, con algunas pocas innovaciones que en los últimos años han experimentado algunas instituciones. Consecuentemente, el modelo que prevalece enfatiza la enseñanza de teoría. Entonces, el objeto de conocimiento es transmitido por esta clase de método, el cual no considera su aplicación ni su uso.

Características del sistema de educación superior en México

El sistema de educación superior en México se caracteriza por su gran magnitud y diversidad, además es complejo y heterogéneo debido al tamaño y las partes que lo

integran, así como por las características del profesorado. (*Panorama de la Educación Superior en México, Javier Mendoza Rojas, ANUIES, 2007.*)

El marco normativo básico de la educación superior en México lo conforman:

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,
2. Ley General de Educación,
3. Ley para la Coordinación de la Educación Superior,
4. Reglamentaria del Artículo 5to. Constitucional,
5. Leyes estatales de educación superior,
6. Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública (SEP),
7. Leyes orgánicas de las universidades públicas autónomas y no autónomas,
8. Decretos gubernamentales de las universidades no autónomas,
9. Acuerdos 93, 243, 279, 286 y 328 de la SEP,
10. Convenios de coordinación, operación y apoyo financiero entre la Federación, estados e instituciones,
11. Ley Federal del Trabajo que rige las relaciones de trabajo en las IES.

El Poder Ejecutivo es responsable de elaborar el Plan Nacional de Desarrollo con una vigencia sexenal. El programa sectorial asociado a la educación lo elabora la SEP, este programa es de observancia obligatoria y contiene los objetivos estratégicos, políticas, objetivos particulares, líneas de acción y metas para el periodo correspondiente. El Gobierno Federal establece los planes y las políticas nacionales y los gobiernos estatales los planes y políticas en el ámbito de sus competencias.

Para que las redes puedan convertirse en parte de la transformación educativa, es importante resaltar que el docente tiene un papel significativo, puesto que participa en el proceso de generar conocimientos junto con el estudiante de forma construida y compartida; a partir de esto, se entiende que los procesos centrales del aprendizaje son la organización y comprensión del material informativo, ya que el aprendizaje es el resultado de la interpretación.

En este tipo de situaciones de aprendizaje, el esfuerzo del profesor está centrado en ayudar al estudiante a desarrollar talentos y competencias utilizando nuevos esquemas de enseñanza, lo cual lo convierte en un guía del proceso de enseñanza-aprendizaje. A la par, el estudiante se vuelve un ser más autónomo y autosuficiente que construye sus propios conocimientos. El profesor ahora tiene la labor de ayudarlo a aprender.

¿Cómo podemos aprovechar las redes sociales en la educación?

Encontrar recursos

Las redes son una biblioteca sin fin de recursos. Es importante la cantidad de información disponible en las plataformas como es YouTube, que ha revolucionado en los tutoriales, cursos, o los canales web, en los que se puede aprender desde un idioma hasta la solución de cualquier problema matemático. Cabe mencionar que, estos recursos están en constante actualización.

Las habilidades requeridas para los estudiantes del siglo XXI han cambiado, están en constante evolución y las redes sociales juegan un papel importante para ayudar a los alumnos a desarrollarse. No se trata solo en el aprendizaje, también es un espacio para la echar a volar su creatividad, la colaboración o la comunicación.

Como competencias tecnológicas, se utilizan las redes sociales en clase para que contribuyan a que se percaten de su utilidad estratégica, profesional y formativa, más allá del ámbito del entretenimiento. También hay que comentar que la mayoría de lo disponible en las redes son gratuitos.

Usos de las redes sociales y aplicaciones en el Aula

Los profesores y alumnos buscan en las redes sociales poder compartir diferentes recursos educativos, ideas de actividades, proyectos, materiales.

Blogs

Una de las aplicaciones en el aula sería la creación de un blog donde los estudiantes puedan colaborar escribiendo sobre diferentes temas que se traten en clase, experimentos, creaciones literarias, subiendo sus dibujos o fotografías.

Twitter

Twitter es una gran herramienta de búsqueda, por lo que la investigación y selección de información sobre algún tema es una de las actividades posibles para realizar en clase. También se puede utilizar para identificar bulos o noticias falsas y localizar la información correcta

Facebook

Al ser Facebook la red social de mayor popularidad en México, conocida por 97 por ciento de los internautas, puede pensarse que sea utilizada para desarrollar nuevas habilidades digitales y niveles más complejos de participación; su potencial permite que los usuarios se alfabeticen por igual en el uso de las redes, independientemente de ser nativos digitales o no, (Ciuffoli, 2010).

Permite a los usuarios establecer conexiones y mantenerse en contacto con otros usuarios, que se convierten en «amigos». Esta herramienta puede ser útil gracias a la creación de grupos privados para el entorno de la clase —administrados y moderados por el profesor— para compartir contenido con sus alumnos, plantear actividades y generar debates, así como fomentar el buen uso de esta red social.

Instagram

Instagram, se pueden proponer actividades educativas en el aula: desde la subida de imágenes y creación de álbumes para resumir una actividad, hasta la emisión de videos en vivo que fomenten la participación. Otra posibilidad para una clase de Lengua y Literatura o inglés

YouTube

Para terminar, sin duda la plataforma perfecta para incentivar un uso educativo de las redes sociales en el aula: YouTube. Sus posibilidades educativas son muy amplias y pueden ir desde la creación de un canal para subir contenidos, hasta la creación de videos para presentar un trabajo, pasando por un simple visionado de un tutorial o un video resumen para afianzar una exposición de clase. YouTube también es una herramienta perfecta para utilizar en las materias de idiomas, ya que permite escuchar a nativos en diferentes lenguas.

Conclusiones

En México, el uso de las redes sociales con fines educativos cada día es más y más, es una oportunidad que importante. Los hábitos y costumbres de los jóvenes cibernéticos profesionales, y las estadísticas indican que, en a actualidad, el uso de las nuevas tecnologías creció en casi impresionantemente, una cifra muy superior a la media global. En México es un país donde la adopción de nuevas tendencias tecnológicas se hace a pasos agigantados y así lo demuestran las actividades que ejecutan en las Redes sociales. Lo más importante, se transformen de lo social a lo educativo, y que el enfoque del trabajo cooperativo permita a muchas personas desde diversos puntos compartir intereses e ideas comunes. En este sentido, la idea educativa consiste en aprovechar el potencial de la Red para organizar tareas, proyectos o actividades conjuntas con equipos cooperativos de aprendizaje.

Recomendaciones

Los estudios indican que en los cursos de educación superior en los cuales se han incorporado las redes sociales, los estudiantes han tenido mejores resultados, mayor participación, compromiso y mejores notas en las pruebas del curso. Una de las mayores ventajas de utilizar las redes sociales en la educación es que estas permiten que los estudiantes hagan trabajo real. Pueden escribir un blog, hacer un vídeo, crear un diseño y compartirlo con una comunidad de aprendizaje que se beneficiará de forma inmediata con su trabajo. Las redes sociales permiten y facilitan la conexión con otros profesionales, estudiantes y administradores con los cuales estarás compartiendo información y

debatiendo. Las redes sociales facilitan la creación de recursos y generación de contenido, todo en un ambiente de colaboración.

Referencias bibliográficas

ANUIES, 2006. Consolidación y Avance de la Educación Superior en México

ANUIES 2007. http://publicaciones.anui.es/acervo/revsup/pdf/RES_144.pdf .
consultado 15 de septiembre 2022.

Aranda D, Sánchez Jordi, 2010. Los jóvenes del siglo XXI: practicas comunicativas y consumo cultural. II congreso Internacional AE-IC Málaga. <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/204.pdf>. consultado el 2 de septiembre 2022.

Ciuffoli, C. (2010). Facebook como paradigma de alfatezación digital en tiempos de barbarie cultural. En A. Piscitelli y B. I. Adame. El proyecto Facebook y la posuniversidad. Madrid: Ariel, pp. 111-128.

COMECSO 2018. Los desafíos de la educación México.

Díaz, Peio, Arias, Escudero, Rodríguez, Vidal. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44031103.pdf>. Consultado 12 de septiembre de 2022

Georges Gurvitch. Ambitos y tipos de educación. Consultado el 10 de septiembre de 2022. <https://redined.mecd.gob.es/xmlui/handle/11162/70784#:~:text=Entre%20los%20%C3%A1mbitos%20que%20se,tres%20%C3%A1mbitos%20de%20la%20educaci%C3%B3n>.

Informe Horizon:
https://itunesu-assets.itunes.apple.com/apple-assets-us-std-000001/CobaltPublic6/v4/06/c4/dc/06c4dc00-b5c4-0a85-07ba-39e102833909/316-7640352551455439009-12010_Horizon_Report_ib_es.pdf. Consultado el 10 de septiembre 2022.

OECD 2017.
https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/educacion_superior_en_mexico.pdf.
consultado el 12 de septiembre de 2022.

Sánchez Vera, Prendes Espinosa, y Serrano Sánchez, 2011. Modelos de Interacción de los adolescentes en contextos presenciales y virtuales. <https://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/414>. Consultado 4 de septiembre de 2022.

INSTRUCCIONES A LOS AUTORES

Requisitos para la representación de trabajos de investigación como posibles publicaciones en la revista.

- **Ciencias Empresariales** recibe trabajos de investigación en cualquiera de las áreas o especialidades de las ciencias sociales (educación, económico- administrativas, financieras y derecho).
- Los trabajos de investigación que se sometan a **Ciencias Empresariales** deben ser inéditos.
- Los artículos pueden ser escritos en español o inglés y deben incluir un resumen en ambos idiomas.
- Los trabajos de investigación que se sometan a **Ciencias Empresariales** no pueden ser enviados simultáneamente a otras revistas.
- Los trabajos de investigación se reciben en el editor de texto (Word) en no más de 15 cuartillas a espacio y medio, incluyendo cuadros y gráficas. Los trabajos pueden ser enviados al correo electrónico: fegosa@gmail.com. El tipo de letra debe ser Times New Roman, tamaño 11 puntos, márgenes: superior 3 cm, izquierdo 3 cm, inferior 3 cm, derecho 3 cm, en hoja tamaño carta.
- La primera página debe contener: a) título del trabajo; b) nombre(s) del (de los) autor(es); c) institución de adscripción; d) resumen de no más de 200 palabras; e) pie de página con correo electrónico del autor que recibirá correspondencia.
- Gráficas, cuadros y fórmulas se numerarán consecutivamente.
- La bibliografía debe presentarse al final, de acuerdo con los siguientes ejemplos:

Fuller, W. A. (1996). *Introduction to Statistical Time Series*. 2nd ed., John Wiley, New York.

Granger, C. W. (1980). *Long Memory Relationships and the Aggregation of Dynamics Models*. *Journal of Econometrics*, 14, pp. 227-238.

Duffy, J. (2001). *Learning to Speculate: Experiments with Artificial and Real Agents*. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 25 (3), pp. 295-319.

Arifovic, J., J. Bullard, and J. Duffy (1997). *The Transition from Stagnation to Growth: An Adaptive Learning Approach*. *Journal of Economic Growth*, 2, pp. 185-209.

Duffy, J., and J. Ochs (1999). *Fiat Money as a Medium of Exchange: Experimental Evidence*. Working paper, University of Pittsburgh.

- Todo trabajo de investigación que reciba **Ciencias Empresariales** estará sujeto a la revisión de dos dictaminadores anónimos. Un dictamen en contra resultará en el rechazo de publicación. Los resultados de los dictámenes se entregarán a los autores en un lapso de dos meses, como máximo, después de la recepción del trabajo.

- Recomendable que los trabajos tengan los siguientes apartados: título del trabajo, resumen (abstract) palabras clave, introducción, definición de problema, objetivos, hipótesis, desarrollo teórico, análisis de caso si lo incluye, resultados, conclusiones, recomendaciones y bibliografía.