

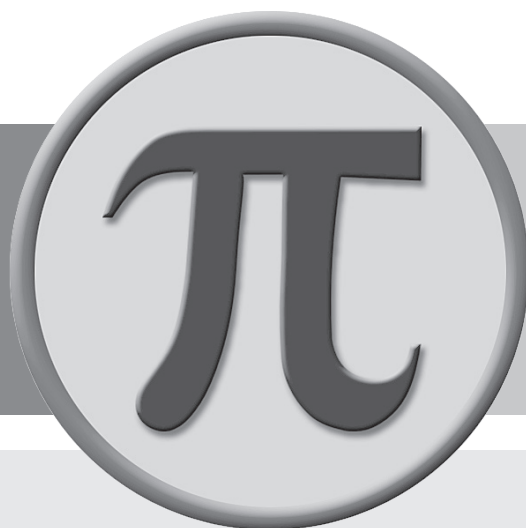
Publicaciones e Investigación Especial

Especializada en Ingeniería y Tecnologías
Specialized in technology and engineering



**Publicaciones
e Investigación**

Publicaciones e Investigación



**Revista Especializada,
Tecnología e Ingeniería**

Vol. 15 No. 3 - 2021



UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD

BOGOTÁ, D.C.

REVISTA PUBLICACIONES E INVESTIGACIÓN

Especializada en Tecnología e Ingeniería

Specialized in technology and engineering

Rector

Jaime Alberto Leal Afanador

Vicerrectora Académica y de Investigaciones

Constanza Abadía García

Vicerrector Medios y Mediaciones Pedagógicas

Leonardo Yunda Perlaza

Vicerrector de Servicios a Aspirantes, Estudiantes y Egresados

Edgar Guillermo Rodríguez Díaz

Vicerrector de Relaciones Intersistémicas e Internacionales

Leonardo Sánchez Evemeleth

Vicerrectora de Inclusión Social para el Desarrollo Regional y la Proyección Comunitaria

Julia Alba Angel Osorio

Vicerrector de Innovación y Emprendimiento

Andres Ernesto Salinas Duarte

Decano Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería

Claudio Camilo González Clavijo

Decano Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medio Ambiente

Jordano Salamanca Bastidas

Decana Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Martha Viviana Vargas Galindo

Decana Escuela de Ciencias de la Educación

Clara Esperanza Pedraza Goyeneche

Decana Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Sandra Rocío Mondragón Arévalo

Decana - Escuela de Ciencias Jurídicas y Políticas

Alba Luz Serrano Rubiano

Decana Escuela de Ciencias de la Salud

Myriam Leonor Torres Perez.

Director

Abel Aníbal Del Río Cortina

Editor

Abel Aníbal Del Río Cortina

Mónica Andrea Rico Martínez

Coeditor

Tania Hisell Corredo A

Comité editorial

Ph.D. Mikhail Bennet Rodriguez - Unicafam - Bogotá, Colombia (índice H 23)

Ph.D. Hernan Hernandez Herrera - U. Simón Bolívar- B/quilla, Colombia (índice H 6)

Ph.D. Carlos Narciso Bouza-Herrera- U. de la Habana – Cuba (índice H 14)

Ph.D. Carlos Rodríguez Monroy - U. Politécnica de Madrid - España (índice H 23)

Ph.D. Mirza Marvel Cequea - U. de Piura - Perú (índice H 8)

Comité Científico Asesor

Ph.D. Luis Martinez López- U, Jaén – España

Ph.D Francisco Maugeri Filho – Unicamp. Brasil

Ph.D. Carlos Alberto Gasparetto – Facens. Brasil

Ph.D. Enrique Ortega Rodríguez - Unicamp. Brasil

Ph.D Lourdes Zumalacárregui – Cujae. Cuba.

Ph.D. Israel Herrera Orozco - CIEMAT-Barcelona. España -

Ph.D. José Félix García Rodríguez - U.Juarez Autónoma de Tabasco – México

Ph.D. Sofía Collazo Bigliardi – U. Politécnica de Valencia– Valencia. España

Diagramación y Diseño de portada

Hernán Vásquez Giraldo

Política Editorial

La Revista especializada en tecnología e ingeniería, órgano de divulgación científica de la Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería – ECBTI, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD; tiene una periodicidad de publicación semestral (enero - junio, julio - diciembre); divulga artículos originales evaluados bajo la modalidad de pares doble ciego en temas de las áreas de la ciencia, tecnología e ingeniería. Los artículos deben ser inéditos y las opiniones expresadas en ellos son responsabilidad de los autores. La reproducción total o parcial sin fines comerciales, se autoriza si se indica claramente la fuente: revista publicaciones e investigación <https://doi.org/10.22490/issn.2539-4088> y debe ser usado en bibliografías, leyendas, notas al pie y referencias.

CONTENIDO



Editorial	8
<hr/>	
Capacidades financieras en las micro, pequeñas y medianas empresas	
Financial Capabilities In Micro, SmallAnd Medium-Sized Enterprises	
Norma Angélica Hernández Gómez, Fabiola de Jesús Mapén Franco, Francisco Gerardo Barroso Tanoira	13
<hr/>	
Las TIC en la contabilidad electrónica de las PYMES en México	
ICT in the electronic accounting of SMEs in mexico	
Carlos Arnulfo López Cáceres	23
<hr/>	
Herramientas alternativas para la valoración de operaciones entre partes vinculadas	
Alternative tools for the valuation of transactions between related parties	
Ariel Arturo Arias Muñoz, Jose María Nieto Contreras, Atilano del Jesus Guerra Lizcano	31
<hr/>	
La globalización y contabilidad en las organizaciones	
Globalization and accounting in organizations	
Carlos Mauricio Tosca Vidal	41
<hr/>	
Importancia de las TIC en el sistema contable empresarial	
Importance of ict in the business accounting systems	
Juan Fernando Guillén Merlín, Sergio Alfonso Tosca Magaña	45
<hr/>	
Conceptualización del comercio electrónico	
Conceptualization Of Electronic Commerce	
Lourdes Cristina Soberano Gutiérrez	51
<hr/>	

La contabilidad y la globalización de los negocios

Accounting And The GlobalizationOf Business

Elizabeth García Moreno

57

Del fotoepigrama brechtiano al anonimato del e-meme político

From the brechtian photoepigram to the anonymity of the political e-meme

Gabriela Martínez Reyes, Hugo Angulo Fuentes, Martha Libny Xicoténcatl Valencia

63

E-Commerce en México, análisis actual desde la perspectiva del consumidor

E-commerce in Mexico, current analysis from the perspective of the consumer

Rommel Shazam Alfaro Mantilla, Aransazú Ávalos Díaz , Germán Martínez Prats

71

Impacto del covid-19 al comercio en México

Impact of covid-19 on trade in mexico

Edith Lorena Magaña Pérez, Francisca Silva Hernandez, Germán Martínez Prats

79

Instituciones públicas y su nivel de transparencia

Public institutions and their level of transparency

Laura Janet Sanchez Cordova, Germán Martínez Prats, Francisca Silva Hernandez, Luis Manuel Hernández Govea

85

Motivación organizacional en el entorno empresarial

Organizational motivation in the business environment

Luis Manuel Hernández Govea, Martha Libny Xicoténcatl Valencia

93

Lineamientos generales

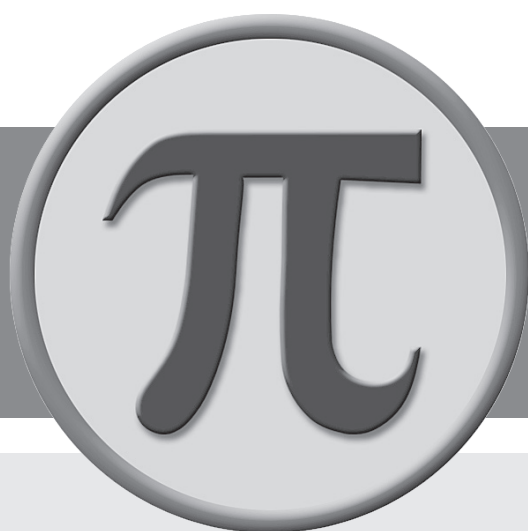
100

Instrucciones para presentar artículos

101

Lista de autores

104



EDITORIAL



Este número especial de la revista *Publicaciones e Investigación* es un valioso compendio de trabajos que exploran la relación entre contabilidad, tecnologías de la información, comercio electrónico, transparencia institucional y las dinámicas socioculturales emergentes. Los artículos incluidos reflejan la diversidad y profundidad de las líneas de investigación actuales, mostrando una comunidad académica comprometida con la transformación digital, la ética pública y la innovación en los procesos de gestión. En conjunto, las reflexiones de este volumen van más allá del análisis técnico y se adentran en los desafíos estructurales que enfrentan las organizaciones en un entorno de constante cambio.

En un contexto donde la digitalización redefine la estructura económica y social, la investigación contable y tecnológica adquiere un papel protagonista. Como señalan López y Rojas (2022), la transformación digital no solo implica la automatización de procesos, sino también una resignificación de la función contable como mecanismo estratégico para la toma de decisiones. En ese sentido, los artículos “Las TIC en la contabilidad electrónica de las PYMES en México” y “E-Commerce en México, análisis actual desde la perspectiva del consumidor” demuestran cómo las tecnologías de la información están revolucionando los modelos de negocio, los procesos de registro contable y las relaciones con los consumidores. De manera similar, el estudio “Importancia de las TIC en el sistema contable empresarial” subraya la necesidad de fortalecer la capacitación y la adaptación tecnológica como pilares fundamentales para la competitividad y sostenibilidad de las organizaciones.

La integración tecnológica en la contabilidad no puede entenderse sin considerar la globalización y la complejidad de los mercados contemporáneos. Investigaciones como “Globalización y contabilidad en las organizaciones” y “Herramientas alternativas para la valoración de operaciones entre partes vinculadas” ofrecen una perspectiva metodológica que enriquece la comprensión de las prácticas contables en contextos regulados, invitando a reflexionar sobre las tensiones entre lo local y lo global. En consonancia, autores como Martínez (2021) argumentan que la contabilidad moderna debe avanzar hacia modelos que integren sostenibilidad, responsabilidad social y trazabilidad digital, principios fundamentales para enfrentar los desafíos éticos y tecnológicos de la economía global.

Este número también amplía su horizonte temático hacia dimensiones sociales y simbólicas de la era digital. El artículo “Del fotoepigrama brechtiano al anonimato del e-meme político” ofrece una crítica sobre las formas contemporáneas de comunicación digital y cómo los discursos visuales anónimos influyen en la construcción de la opinión pública, recordando que la cultura digital no es neutra y configura nuevas formas de poder simbólico (Castells, 2012). Este aporte se conecta con los trabajos que analizan la gestión organizacional y la motivación en tiempos de crisis, mostrando cómo la incertidumbre provocada por la pandemia de COVID-19 ha impulsado cambios profundos en la cultura laboral y en los modelos de liderazgo (Schein & Schein, 2018).

Asimismo, el estudio “Instituciones públicas y su nivel de transparencia” aborda un tema crucial para la consolidación democrática y el fortalecimiento institucional. En un contexto donde la ciudadanía demanda mayor acceso a la información, la rendición de cuentas y la ética pública son elementos esenciales para

construir confianza social (O'Neill, 2020). Desde esta perspectiva, la transparencia institucional se erige no solo como un principio administrativo, sino como un componente de la gobernanza digital y la integridad organizacional.

El conjunto de estas contribuciones refleja una preocupación común por entender la interrelación entre tecnología, economía y sociedad. Más allá de los análisis individuales, este número sugiere un hilo conductor: la búsqueda de herramientas teóricas, metodológicas y tecnológicas que permitan enfrentar de manera efectiva los desafíos de la transformación digital. Tal como plantea Brynjolfsson y McAfee (2017), la adopción tecnológica genera ventajas competitivas solo cuando se acompaña de cambios organizacionales, culturales y educativos. En este sentido, la investigación contable y organizacional se presenta como un campo en evolución dentro de la ingeniería, abierto a nuevas perspectivas y a la integración de enfoques interdisciplinarios que incluyan la inteligencia artificial, el análisis de datos y la ética digital.

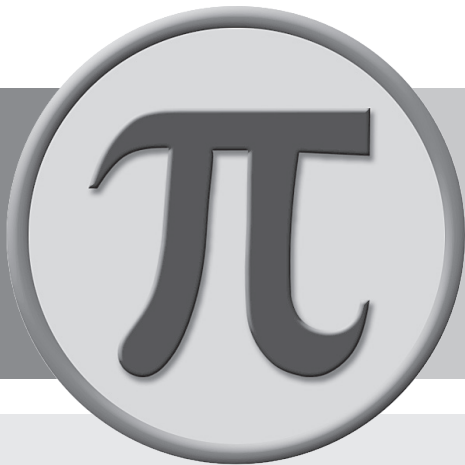
Mirando hacia el futuro, los temas que se abordan en esta edición especial ofrecen un panorama alentador para la investigación aplicada. La automatización de los procesos contables, el desarrollo de sistemas inteligentes de gestión, la adaptación de las micro y pequeñas empresas a la economía digital, la transparencia en los entornos digitales y el impacto social de la cultura tecnológica son áreas que seguirán captando la atención de la comunidad científica (Tapscott, 2016). Además, el estudio de los lenguajes visuales, las narrativas digitales y los fenómenos comunicativos contemporáneos se presenta como una línea de trabajo esencial para entender las nuevas formas de interacción y ciudadanía en la era digital (Jenkins, Ford & Green, 2018).

Estas áreas de estudio no solo amplían el alcance disciplinar de la revista, sino que también refuerzan su compromiso con la producción de conocimiento relevante, riguroso y con un impacto social significativo. Desde el Comité Editorial, queremos extender una invitación abierta a investigadores, docentes, profesionales y estudiantes que estén interesados en estos temas a compartir sus experiencias y hallazgos en las próximas ediciones de Publicaciones e Investigación. Este espacio académico busca consolidarse como un referente en el análisis de la transformación digital, la innovación organizacional, la ética de la información y la comunicación en entornos tecnológicos. Publicar en nuestra revista es contribuir a un diálogo colectivo que trasciende fronteras y disciplinas, promoviendo una ciencia abierta, colaborativa y enfocada en resolver los desafíos contemporáneos. Esperamos que este número especial sea un punto de partida para seguir tejiendo redes de conocimiento, fortalecer la conexión entre teoría y práctica, y abrir nuevas rutas de investigación que impulsen el desarrollo sostenible, la transparencia institucional y la creación de una sociedad más informada, crítica e innovadora.

Mónica Andrea Rico Martínez, PhD

Referencias bibliográficas

- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W. W. Norton & Company.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2018). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. NYU Press.
- López, C., & Rojas, D. (2022). Transformación digital y competitividad empresarial en América Latina: una revisión crítica. *Revista Latinoamericana de Innovación y Desarrollo*, 8(2), 45–60.
- Martínez, P. (2021). Ética, sostenibilidad y contabilidad: nuevos enfoques para la empresa global. *Cuadernos de Contabilidad*, 22(44), 1–18.
- O'Neill, O. (2020). *A Question of Trust: The BBC Reith Lectures*. Cambridge University Press.
- Schein, E. H., & Schein, P. (2018). *Organizational Culture and Leadership* (5th ed.). Wiley.
- Tapscott, D. (2016). *The Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin Is Changing Money, Business, and the World*. Penguin Random House.



**Revista Especializada,
Tecnología e Ingeniería**

CAPACIDADES FINANCIERAS EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

FINANCIAL CAPABILITIES IN MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

¹ Norma Angélica Hernández-Gómez

² Fabiola de Jesús Mapén-Franco

³ Francisco Gerardo Barroso-Tanoira



^{1,2} Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

³ Universidad Anáhuac Mayab

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

Debido al desarrollo de los mercados, las economías han dejado de ser de índole local donde ser competitivo es un requisito. Sin embargo, factores como la falta de financiamiento y las decisiones de inversión sin previo análisis de información financiera de calidad, inhiben la competitividad empresarial. Esta situación prevalece en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). El entorno altamente competitivo requiere que las empresas establezcan estrategias financieras integrales. El presente artículo tiene por objetivo realizar un análisis teórico comparativo de los factores que determinan las capacidades financieras empresariales, a fin de identificar puntos de coincidencia en diversas investigaciones empíricas que permitan establecer indicadores de medición para su diagnóstico. El estudio está sustentado en una investigación documental de tipo y alcance descriptivo, enfoque cualitativo, diseño no experimental y transversal. Los resultados del análisis crítico y de contenido proporcionaron un marco conceptual de los componentes de las capacidades financieras.

Palabras clave: capacidades financieras, competitividad empresarial, mipymes.

ABSTRAC

Due to the development of markets, economies have ceased to be local in nature where being competitive is a requirement. However, factors such as lack of financing and investment decisions without prior analysis of quality financial information inhibit business competitiveness. This situation prevails in Micro, Small and Medium Enterprises

Citación: Hernández Gómez, N. A. ., Mapén Franco, F. de J. ., & Barroso Tanoira, F. G. Capacidades financieras en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Publicaciones e Investigación*. <https://doi.org/10.22490/25394088.5554>

¹Estudiante del Doctorado en Estudios Económicos Administrativos, nahernandezg@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1559-3107>

²Profesora integrante del Núcleo Académico Básico del Posgrado, mapenfranco@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8436-4615>

³Coordinador Académico del Doctorado en Análisis Estratégico y Desarrollo Sustentable. francisco.barroso@anahuac.mx, <https://orcid.org/0000-0002-2035-2113>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5554>

(MSMEs). The highly competitive environment requires companies to establish comprehensive financial strategies. The objective of this article is to present a comparative analysis of indicators used to measure and/or evaluate financial capacities in various instruments according to empirical evidence, in order to identify the main measures used for the diagnosis of these in the business sector. The study is based on a documentary research of descriptive type and scope, qualitative approach, non-experimental and cross-sectional design. The results of the critical and content analysis provided a conceptual framework of the components of financial capabilities.

Keywords: Financial capabilities, Business competitiveness, MSMEs



1. INTRODUCCIÓN

Dentro de una economía globalizada, en un entorno altamente competitivo, la competitividad empresarial es un requisito. En México, el 64% de las empresas mipymes sobreviven; 70% cierra a los 5 años; 11% 20 años, en el caso específico de Tabasco, el índice de supervivencia es de 5.3 años (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2016). Esta competitividad se ve inhibida por factores como la falta de financiamiento y las decisiones de inversión sin previo análisis de información financiera de calidad. Las mipymes día a día se encuentran más interesadas en participar y poder competir en mercados globales, dentro de las principales limitantes para hacerlo se encuentran las capacidades financieras. Por tal motivo es importante conocer como diagnosticar la presencia de estas en las empresas. Este artículo tiene por objetivo presentar los principales indicadores utilizados para su medición. El estudio estuvo sustentado en una amplia revisión de literatura para dar respuesta a la pregunta de investigación. El sector empresarial requiere contar con capacidades relacionadas con la toma de decisiones financieras para responder a las exigencias del mercado, sin embargo, de acuerdo con Acosta-Molina y Medina-Hernández (1999) existe escasa atención en la investigación estratégica financiera. Cada vez es más necesario diseñar propuestas que permitan impulsar los factores claves de éxito mediante la aplicación de estrategias financieras; el objetivo de este artículo es presentar un comparativo sobre los diversos instrumentos utilizados para medir las capacidades financieras, como avance de una investigación cuya finalidad es determinar el efecto de estas en la competitividad empresarial.

2. JUSTIFICACIÓN

La capacidad financiera es cada vez más una preocupación principal en virtud de que promueve inclusión financiera, estabilidad financiera y finanzas efectivas. Estudios efectuados por el Banco Mundial desde el 2013 hasta el 2018 muestran que las capacidades financieras, van más allá del conocimiento de los principales conceptos financieros; incluye una combinación de comportamientos, habilidades, y actitudes que permiten un financiamiento efectivo y una responsable toma de decisiones (Zottel, *et al.*, 2018). Consiste en la disponibilidad de recursos financieros necesarios para ejecutar el plan de la empresa, permitiendo obtener ventaja competitiva (Ibarra-Morales, *et al.*, 2016). Se necesita estar mejor equipado con conocimiento, ventaja y habilidades para poder tomar decisiones financieras informadas. Propietarios de pyme requieren una amplia gama de capacidades financieras para administrar sus finanzas comerciales y hacer crecer sus negocios sostenibles. A través de ellas se subordina el movimiento del capital industrial; desarrollarlas aumenta la capacidad de respuesta para hacer frente a incidentes o eventos inesperados en el ámbito económico de una empresa (Mariño & Medina, 2009).

3. FUNDAMENTACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

Las capacidades financieras se analizan desde el enfoque de la teoría de recursos y capacidades de Penrose (1959). La cual establece que los recursos por sí solos no son fuente de ventaja competitiva, ésta se logra en función de cómo estos son utilizados por la empresa;

de su habilidad para gestionarlos se generan las capacidades. Es aquí donde la administración financiera ocupa un rol importante, toda vez que las finanzas son una parte primordial de las empresas, quienes tienen por meta incrementar las utilidades para maximizar la rentabilidad de los recursos invertidos, resultado que depende de las decisiones tomadas por el personal directivo, el cual para llevar a cabo sus funciones requiere cumplir con ciertos conocimientos, habilidades y actitudes (Molina, *et al.*, 2017).

Uno de los conceptos con el que suelen confundirse las capacidades financieras es el de *competencia financiera*. En este sentido, los marcos de competencias básicas sobre educación financiera resaltan una serie de resultados que pueden considerarse importantes para propietarios y gerentes de mipymes (OECD/INFE, 2018). El World Economic Forum (WEF) la define como la capacidad de realizar un comportamiento, conductual o cognitivo, que permite a una persona obtener un resultado o desempeño superior que el de otra en situaciones similares y con los mismos recursos disponibles, Saracho, 2005 citado en Zapata & Morales (2016). Para la International Gateway for Financial Education (INFE) es “el conocimiento y la comprensión de conceptos y riesgos financieros, y las destrezas, motivación y confianza para aplicar dicho conocimiento y comprensión con el fin de tomar decisiones eficaces en distintos contextos financieros” (PISA, 2012a citado por López, 2015, p.1). Cada vez es más esencial para las empresas el identificar los recursos y capacidades con que cuentan para poder brindar los productos y servicios que ofrecen; por tal motivo se debe definir y tener en cuenta las características que los convierten en valiosos, únicos e inimitables. Razón por la que se requiere contar con instrumentos que permitan a la empresa medirlos y evaluarlos, motivo por el cual, las investigadoras Ruiz Acosta & Camargo Mayorga (2017) elaboraron una propuesta para la evaluación de recursos y capacidades en pymes que hacen gestión del conocimiento. El instrumento tiene como base las perspectivas del modelo de cuadro de mando integral el cual establece una serie de indicadores capaces de ofrecer una visión global de la empresa,

considerando activos tangibles e intangibles, por medio de los indicadores financieros (Ahumada & Perusquia, 2016).

4. METODOLOGÍA

Esta investigación es de tipo y alcance descriptivo, diseño no experimental y transversal debido a que la recolección de los datos requeridos fue en un solo momento (Landeró & González, 2016; Hernández-Sampieri, & Mendoza, 2018). Enfoque cualitativo y método de análisis deductivo derivado de la revisión de evidencia empírica en bases de datos científicas sobre teorías y conceptos significativos relacionados con las capacidades financieras; así como artículos científicos sobre instrumentos de evaluación de las mismas. Se utilizó la técnica de análisis de contenido (Arroyo, 2020). El resultado obtenido fue una tabla con las principales medidas utilizadas para su evaluación.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Se estudiaron los indicadores de capacidades financieras, la cuales se definen como la habilidad para crear ventajas competitivas a través del uso de competencias financieras, comportamientos, conductas (conocimiento de financieros + habilidad financiera + actitudes hacia el aspecto financiero), en el manejo de los recursos financieros en beneficio de la empresa y la sociedad. Mejorar la capacidad financiera de las pymes o de los tomadores de decisiones puede estimular su crecimiento, el cual, a su vez, juega un papel importante desencadenando un desarrollo económico sostenible.

Evaluar las capacidades financieras consiste en medir la eficiencia de la empresa en el manejo de los recursos financieros (De la Cruz *et al.*, (2006); Saavedra, Camarena & Tapia (2018); Saavedra, Milla & Sánchez (2014) y (Bocarando, Mendoza & Castañeda, 2016). Existen diversos estudios sobre la evaluación de las capacidades financieras, la mayoría de estos en un principio estuvieron enfocados a los ciudadanos. Se identificaron 10 instrumentos que permiten medir las

capacidades financieras. Tres se enfocan a la población en general, seis al sector empresarial, uno no especificado. De manera específica, tres están dirigidos a la población o habitantes, dos a propietarios y directivos de pymes, uno a empresas de la industria de la construcción, uno a pequeñas empresas de servicios, uno a emprendedores de pymes, uno a microempresas, y uno no específica.

El Banco Mundial en el marco de su labor para ayudar a los países a aumentar el acceso a servicios financieros, en relación con la capacidad financiera establece: recopilar datos y crear encuestas para medir el nivel de conocimientos financieros, la capacidad y concienciación en la materia, y diseñar y evaluar programas de capacidad financiera (World Bank Group, 2018). Sin embargo, la capacidad financiera no se puede medir simplemente observando un indicador, pues abarca múltiples aspectos del comportamiento relacionados con la forma en que las personas gestionan sus recursos y cómo toman decisiones financieras.

En el Termómetro de Alfabetización Financiera, el 67,9% presenta bajo nivel de conocimiento financiero, baja comprensión de tasas de interés, la inflación y el valor del dinero en el tiempo; fundamental para realizar las transacciones financieras diarias (Grigion *et al.*, 2014); por su parte Garay (2016) encontró en la encuesta Índice de alfabetismo financiero que la mayoría de los encuestados no entienden los conceptos financieros básicos y avanzados.

En este sentido, la encuesta: La educación financiera de las nuevas microempresas aplicada por Fatoki (2014) dio como resultado un bajo nivel de educación financiera por parte de los propietarios de nuevas microempresas, así como uso de tecnología y gestión de riesgos.

En la encuesta sobre Activos estratégicos que impulsan las capacidades organizacionales aplicada a

empresas de la industria de la construcción, Wethyavivorn *et al.* (2009), obtuvo que las empresas se concentran principalmente en desarrollar una excelente reputación, creando fuerte poder de negociación con proveedores y subcontratistas, y el fortalecimiento de la estabilidad financiera; no dan mucha importancia para la gestión eficaz de riesgos e inversiones, el desarrollo continuo, la innovación y la gestión estratégica.

La encuesta aplicada por Memarista (2016), contenía 29 declaraciones de atributos considerado como factores para medir el conocimiento financiero de los emprendedores en las pymes. La entrevista estructurada personal sobre Capacidad financiera (Potocki, 2019) muestra que tener conocimientos financieros sobre riesgo y deuda, así como la inclusión financiera son factores latentes clave en la comprensión de la capacidad financiera. En el cuestionario de encuesta sobre educación financiera, Siyanbola (2018), concluye que, con educación financiera adecuada, las mipymes pueden sobrevivir y provocar el desarrollo sostenible de su entorno, en virtud de que el conocimiento financiero coadyuva a que los negocios crezcan.

Adicionalmente, Karadağ (2018), destaca la importancia del efectivo, las cuentas por cobrar y la gestión de inventarios sobre el rendimiento financiero de las pequeñas y medianas empresas. En el proyecto de Encuesta sobre capacidades financieras de pequeñas y medianas empresas del World Bank Group (2018), se probó el instrumento desarrollado, las empresas entendieron el cuestionario y lo calificaron como relevante.

Shockey & Seiling (2004), se enfocan en medir las actitudes, comportamiento y conocimiento sobre gastos, deuda, administración del dinero, ahorro e inversión como indicadores de las capacidades financieras. En la Tabla 1 se presentan las principales medidas o indicadores identificados en la evidencia empírica.

TABLA 1

Cuadro comparativo de medidas para el constructo Capacidades financieras

Instrumento, autor y año	Población y muestra	Alpha	Medida/Indicador
Encuesta: Termómetro de Alfabetización Financiera. (Grigion, <i>et al.</i> , 2014). Cuestionario estructurado, escala tipo Likert	Habitantes mayores de 18 años Brasil. 1.572 personas	Conocimiento Financiero $\alpha=.884$, 13 ítems. Actitud financiera. $\alpha=.609$, 10 ítems, adaptado de Shockey (2002); OCDE (2013).	Conocimiento financiero Actitud financiera Comportamiento financiero
Encuesta Índice de alfabetismo financiero con escala tipo Likert (Garay, 2016)	Habitantes de Cochabamba y La Paz, Bolivia, 795 personas	Conocimiento-presupuesto $\alpha=.877$ Conocimiento-ahorro $\alpha=.802$ Educación financiera $\alpha=.788$	Conocimiento sobre finanzas Actitud financiera.
Encuesta: La educación financiera de las nuevas microempresas. Preguntas dicotómicas y escala Likert. (Fatoki, 2014)	Microempresas de Sudáfrica, 34 empresas, muestreo de conveniencia y de bola de nieve	No especifica α	Planificación, análisis y control financiero; Contabilidad, Comprensión del financiamiento, Habilidades financieras
Encuesta sobre Activos estratégicos que impulsan las capacidades organizacionales. (Wethyavorn, <i>et al.</i> , 2009)	Empresas de la industria de la construcción. Base datos Ministerio de Comercio de Tailandia. 253 directivos	Estabilidad financiera $\alpha = 0.8016$ Administración efectiva del riesgo y la inversión $\alpha = 0.8314$	Crédito y registro con bancos, Ventajas físicas, Capacidad de pago. Flujo de efectivo, Finanzas a través de accionistas, Evaluar el riesgo, Política de caja e inversión, Fuentes y utilización de fondos, Evaluación de la inversión.
Encuesta Con 29 declaraciones de atributos (Memarista, 2016)	Emprendedores con PYMES de Sura-Baya 309 empresarios	Global $\alpha = .873$	Conocimiento financiero. Sistemas de gestión financiera, Financiación, tecnología de la información, obstáculos financieros, solidez financiera, gestión de riesgos.
Entrevista estructurada personal sobre Capacidad financiera (Potocki, 2019)	Hogares de bajos ingresos regiones rurales de Polonia. 194 hogares	Alfa de Cronbach global $\alpha=.0.719688$ Basado en elementos estandarizados $\alpha 0.726142$.	Educación financiera, comportamiento financiero, inclusión financiera.
Cuestionario de encuesta sobre educación financiera (Siyanbola, 2018)	337 pequeñas empresas de servicios registradas. 120 propietarios	Alfa de Cronbach global 0.841 Alfa de Cronbach basado en 10 ítems estandarizados 0.857	Efectivo, cuentas por cobrar e inventario Competitividad
(Karadağ, 2018)	916 pymes. 188 cuestionarios online para propietarios y altos directivos	Efectivo $\alpha = 0.857$ Cuentas por cobrar $\alpha = 0.795$ Prácticas de gestión $\alpha=0.938$, Rendimiento financiero $\alpha = .888$	Efectivo. Cuentas por cobrar. Prácticas de gestión. Rendimiento financiero.
Encuesta sobre capacidades financieras de Pequeñas y medianas empresas. (Group, 2018; Zottel, <i>et al.</i> , 2018).	24 países, 600 SMEs, Directivos y tomadores de decisiones	No especifica α para las medidas utilizadas.	Contabilidad, Administración del efectivo; expansión, elección y uso de productos y servicios financieros Conocimiento y Actitudes financieras
SFL-ABK (Shockey y Seiling, 2004)	No especifica	Escala tipo Likert 40 preguntas No especifica	Educación financiera - Actitud, Comportamiento y Conocimiento.

Nota. elaboración propia con base en la literatura consultada.

A continuación, se definen los principales indicadores de capacidades financieras identificados en la literatura.

6. CONOCIMIENTOS FINANCIEROS

Es esencial definir y medir adecuadamente el conocimiento y las capacidades financieras, comprender su impacto, así como las limitaciones a la elección financiera estratégica. Para Ruiz Acosta & Camargo Mayorga (2017), cada organización tiene un nivel de conocimiento el cual se puede determinar de acuerdo con su desarrollo y crecimiento; donde el nivel de conocimiento financiero es fundamental para el sector industrial, es necesario determinar costos, volumen y utilidad de estos; ya que en cada proceso se encuentra una lista de materiales y los desperdicios de los mismos que se pueden presentar tienen un porcentaje considerable, lo cual afecta las finanzas y rentabilidad de la empresa. Lusardi & Mitchell (2011), citado por el World Bank Group (2018), definen los conocimientos financieros como la habilidad para comprender conceptos técnicos que complementan las capacidades financieras y ayuda en la toma de decisiones hacia el ahorro, endeudamiento e inversión.

El empresario debe adecuar sus estrategias y estructura organizativa para conseguir nuevas ventajas competitivas con el objetivo de aumentar los niveles de eficiencia y rentabilidad. Se requiere que los directivos comprendan los principales indicadores económicos y financieros de utilidad para su empresa como base primordial para una responsable y efectiva toma de decisiones financieras (que le permita saber qué aspectos debe mejorar). Esto sugiere la necesidad de disponer de fundamentos teóricos acerca de las principales técnicas y herramientas que se utilizan actualmente para alcanzar mayor calidad de la información financiera. Conocimiento básico de Excel que le permitan elaborar o interpretar tablas, matrices y/o protocolos que le permitan llevar el control de los recursos financieros.

De acuerdo con el Informe de capacidades financieras en México (Reddy, *et al.*, 2013), los conocimientos financieros comprenden los saberes y aptitudes para tomar decisiones financieras claves, en este estudio el término administración financiera tiene la misma definición que capacidades financieras e incluye tres dimensiones: la actitud financiera, los comportamientos financieros y los conocimientos financieros cuyo resultado es el bienestar financiero.

7. HABILIDAD FINANCIERA

En las pequeñas y medianas empresas, evaluar, elegir y distribuir los recursos financieros generalmente es función del dueño o administrador; donde su preferencia personal, experiencia previa, motivos, prejuicios o predisposiciones personales son elementos que influyen en la forma de elegir sus alternativas. Las empresas que carecen de habilidades financieras en interpretación de los estados financieros pueden contraer deudas más altas, menos ganancias, un crecimiento más lento y enfrentar incertidumbres más serias. En este sentido, para ser económicamente sostenible, una organización debe tener más de una fuente de ingresos, poseer más de una forma de generar ingresos, disponer de una planificación estratégica financiera y de acción regularmente, disponer de sistemas financieros adecuados al mercado, contar con una autonomía financiera y tener una buena imagen pública (Mejía-Córdova, 2016).

En las organizaciones se presentan problemas financieros que resultan difíciles de manejar; conflictos para financiarse con recursos propios y permanentes, toma de decisiones de inversión poco efectivas, control de las operaciones, reparto de dividendos, entre otros. La utilización de instrumentos o herramientas financieras es una habilidad del directivo con el fin de que las decisiones financieras sean congruentes con los objetivos de la empresa. Por otra parte, las habilidades de proyección financiera se ven de manifiesto en la elaboración de presupuestos de ingresos, costos y gastos, conceptos

importantes para llevar a cabo una administración financiera eficaz (Fatoky, 2014).

Otra de las habilidades es la gestión del efectivo, donde las decisiones sobre su manejo se deben a su importancia en el desempeño, se requieren políticas sobre la liquidez de la empresa, a saber, los inventarios, los cobros y los pagos. Importante: (1) Reducir el inventario, cuidando siempre no sufrir pérdidas en venta por escasez de materias primas y/o productos terminados. (2) Acelerar los cobros tanto como sea posible sin emplear técnicas muy restrictivas para no perder ventas futuras. (3) Retardar los pagos sin afectar la reputación crediticia de la empresa. La habilidad con el manejo del efectivo, permite identificar si se tiene liquidez para hacer algún tipo de inversión o si por el contrario necesita financiamiento, ya sea para un nuevo proyecto o para permanecer en funcionamiento.

8. ACTITUD FINANCIERA

La literatura muestra que la actitud financiera tiene una asociación positiva con la mayoría de los indicadores de comportamiento de la educación financiera. Se evaluará la actitud financiera hacia asumir riesgos como parte explícita de los recursos financieros de una empresa, la cual puede definirse como la medida en que las empresas están dispuestas a perseguir riesgosas oportunidades de recursos financieros en empresas con resultados desconocidos. Es decir, la medida en que una empresa está dispuesta a asumir compromisos de recursos grandes y riesgosos (Mejía-Córdova, 2016).

La estabilidad financiera, solvencia-estabilidad se consigue con la concreción de tres condiciones básicas: contar con recursos financieros precisos, disponer de ellos en el momento adecuado y oportuno durante el tiempo previsto y al mínimo costo posible (Pozos & Acosta, 2016). Conceptualmente la actitud financiera incluye problemas de inversión, ahorro, deuda y presupuesto. Estas actitudes pueden permitir a las empresas acceder y comprar productos y servicios financieros que pueden ser beneficiosos para su desempeño.

9. CONCLUSIONES

Los resultados brindan una aproximación empírica sobre los indicadores o componentes utilizados en la medición de las capacidades financieras, derivado de la inquietud por desarrollar estas habilidades en los directivos, que son quienes están al frente de las organizaciones y deben saber en qué y cómo invertir, cuando solicitar, aceptar o rechazar financiamiento en un entorno cada vez más competitivo.

La información obtenida servirá de base para el diseño de un instrumento de autoevaluación de las capacidades financieras como estrategias para mejorar la rentabilidad y competitividad empresarial, y, así contribuir al desarrollo económico de la región. Se requiere establecer estrategias integrales, en donde la toma de decisiones financieras son la parte medular, por lo que los investigadores interesados en continuar nuestra investigación podrían concentrarse en la medición de las capacidades financieras en cada uno de los diversos sectores de la economía.

REFERENCIAS

- Acosta-Molina, M., & Medina-Hernández, U. (1999). Función financiera y estrategia competitiva de la empresa. *Instituciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 5(2), 55-68. <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedeel/v05/052055.pdf>
- Ahumada T. E., & Perusquia, V. J. M. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y Administración*, 61(1), 127-158. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.006>
- Arroyo M. A. (2020). *Metodología de la investigación en las ciencias empresariales*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. <http://repositorio.unsaac.edu.pe>. <http://hdl.handle.net/20.500.12918/5402>
- Bocarando, L. J. C., Mendoza, C. L. S., & Castañeda, M. M. (2016). Determinación de un índice de competitividad a nivel micro para el sector comercial, sub sector abarrotes al por menor. *Ciencia Administrativa*, 0(2), 85-99 <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/09CA201602.pdf>
- De la Cruz, I., Morales, J., & Carrasco, G. (2006). Construcción de un instrumento de evaluación de capacidades de la empresa: una propuesta metodológica. *X Congreso Anual de Investigación en Ciencias Administrativas, A.C.(ACACIA)*. (1), 1-30. <http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/P15T3-1.pdf>

- Fatoki, O. (2014). The Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 40(2), 151–158. <https://doi.org/10.1080/09718923.2014.11893311>
- Garay, G. (2016). Índice de alfabetismo financiero, la cultura y la educación financiera. *Revista Perspectivas*, 37, 23–40. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42594630400>
- Grigion, A., Mendes, K., & Kirch, G. (2014). Você é alfabetizado financeiramente? Descubra no termômetro de alfabetização financeira. *FGV EAESP - GVcef - 01o Encontro Brasileiro de Economia e Finanças Comportamentais*. <http://hdl.handle.net/10438/18826>
- Group, I. B. for R. and D. / T. W. B. (2018). Investigating the Financial Capabilities of SMEs. *Investigating the Financial Capabilities of SMEs*, June. <https://doi.org/10.1596/30058>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill.
- Ibarra-Morales, L. E., Blanco-Jiménez, M., & Alarcón-Martínez, G. (2016). La calidad y la capacidad financiera de la empresa industrial sonoreense y su efecto en el desempeño exportador. *VinculaTègica*, 2(1), 18–40, https://www.researchgate.net/publication/324805452_LA_CALIDAD_Y_LA_CAPACIDAD_FINANCIERA_DE_LA_EMPRESA_INDUSTRIAL_SONORENSE_Y_SU_EFECTO_EN_EL_DESEMPEÑO_EXPORTADOR.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). ¿Cuánto vive una pyme en México?, <https://www.pymes.consulting/blog/cual-es-la-expectativa-de-vida-de-una-pyme-mexicana-al-nacer>
- Karadağ, H. (2018). Cash, receivables and inventory management practices in small enterprises: their associations with financial performance and competitiveness. *Small Enterprise Research*, 25(1), 69–89. <https://doi.org/10.1080/13215906.2018.1428912>
- Landero, R., & González, M. (2016). *Estadística con SPSS y metodología de la investigación*. Madrid: Trillas.
- López P. R. (2015). La educación financiera en PISA: aspectos metodológicos. *eXtoikos. Revista digital para la difusión del conocimiento económico*, 17, 53–55, <http://www.extoikos.es/n17/pdf/extoikos17.pdf>
- Maríño, G. B., & Medina, I. S. (2009). La administración financiera: una utopía en las microempresas. *Criterio Libre*, 7(11), 123–144. <http://criteriolibre.unilibre.edu.co/index.php/clubre/article/viewFile/29/28>
- Mejía-Córdova, G. (2016). Impacto de las capacidades financieras en el bienestar de los empleados. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, [S.l.], 4(11), 1–23. <https://recai.uaemex.mx/article/view/8930>
- Memarista, G. (2016). Measuring the Entrepreneur's Financial Knowledge: Evidence From Small Medium Enterprises in Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 18(02), 132–144. <https://doi.org/10.9744/jmk.18.2.132-144>
- Molina, Armenteros, Medina, Barquero & Espinoza (2011). Reflexión sobre la sobrevivencia de las pyme en el estado de Coahuila, México. *Revista Internacional Administración y Finanzas. RIAF*, 4(1). <https://www.theibfr.com/download/riaf/2011-riaf/riaf-v4n1-2011/RIAF-V4N1-2011-4.pdf>
- OECD/INFE. (2018). Core Competencies Framework On Financial Literacy For Msmess. <http://www.oecd.org/finance/financial-education/OECD-INFE-core-competencies-framework-on-financial-literacy-for-MSMEs.pdf>
- Potocki, T. (2019). Financial capability among low-income households in rural parts of Poland. *Argumenta Oeconomica*, 2(43), 85–114. <https://doi.org/10.15611/aoe.2019.2.04>
- Pozos, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 40, 184–202. *Pretium: Revista de Economía, Negocios y Finanzas*, 7(1), 9–16.
- Rekha, R. Bruhn, M. & Tan, C. (2013). *Capacidades financieras en México: resultados de la encuesta nacional sobre comportamientos, actitudes y conocimientos financieros*. Washington DC; World Bank. <http://documents.worldbank.org/curated/en/957321468057260244/Capacidades-financieras-en-Mexico-resultados-de-la-encuesta-nacional-sobre-comportamientos-actitudes-y-conocimientos-financieros>.
- Ruiz Acosta, L. E., & Camargo Mayorga, D. A. (2017). Propuesta para la evaluación de recursos y capacidades en pymes que hacen gestión del conocimiento. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 13(25), 71. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v13i25.2389>
- Saavedra, M. L., Camarena, M. E., & Tapia, B. (2018). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80), 551. <https://doi.org/10.31876/revista.v22i80.23174>
- Saavedra, Milla, & Sánchez, (2014). Determinación de la competitividad de la pyme en el nivel micro: el caso de del Distrito Federal, México. *FAEDPYME International Review*, 2(4), 1–17. <https://doi.org/10.15558/fir.v2i4.38>
- Shockey, S. S., & Seiling, S. B. (2004). Moving into action: Application of the transtheoretical model of behavior change to financial education. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 15(1), 41–52.
- Siyanbola, T. O. (2018). Financial Literacy and Owner-Managed Small- Sized Service Enterprises Performance for Lagos Metropolis' Sustainable Development. 13(1), 18–38. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35408.97280>
- Wethayavorn, P., Charoenngam, C., & Teerajetgul, W. (2009). Strategic Assets Driving Organizational Capabilities of Thai Construction Firms. *Journal of Construction Engineering and Management*, 135(11), 1222–1231. [https://doi.org/10.1061/\(asce\)co.1943-7862.0000](https://doi.org/10.1061/(asce)co.1943-7862.0000)
- World Bank Group. (2018). Integrating Financial Capability into Government Cash Transfer Programs. *World Bank Group*, (2), <https://doi.org/10.1596/30116>

World Bank Group. (2018). Investigating the Financial Capabilities of SMEs : Lessons from a 24-Country Survey, (2). *Openknowledge World Bank*. <https://doi.org/10.1596/30058>

Zapata, F., & Morales, P. (2016). ¿Qué competencias financieras tienen los pequeños empresarios chilenos? *MidEvidencias*, 4, 1-6. www.mideuc.cl/wp-content/uploads/2016/MidEvidencias-N4.pdf

Zottel, S., Khoury, F., & Varghese, M. M. (2018). *Investigating the financial capabilities of SMEs : lessons from a 24-country survey - technical note* (English). Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/884291527663849364/Investigating-the-financial-capabilities-of-SMEs-lessons-from-a-24-country-survey-technical-note>.

LAS TIC EN LA CONTABILIDAD ELECTRÓNICA DE LAS PYMES EN MÉXICO

ICT IN THE ELECTRONIC ACCOUNTING OF SMES IN MEXICO



Carlos Arnulfo López Cáceres

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es conocer como se ha desarrollado la contabilidad electrónica con las pymes por medio de las tics; ya que es muy difícil de adaptarse a estos cambios, puestos que muchas empresas no están preparados para cambiar de la contabilidad tradicional a la contabilidad electrónica y con el fin de que las medianas empresas sigan creciendo y desarrollándose para que estén dentro del mercado competitivo y estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías. La implementación de la contabilidad electrónica para cualquier entidad debe ser una decisión que independientemente de la obligación legal que tengan algunas empresas de desarrollar, sea un requerimiento interno.

Palabras clave: contabilidad, pymes, tecnologías, tics.

ABSTRACT

The objective of this research is to know how electronic accounting has been developed with SMEs through ICTs; since it is very difficult to adapt to these changes, since many companies are not prepared to change from traditional accounting to electronic accounting and for medium-sized companies to continue growing and developing so that they are within the competitive market and be at the forefront of new technologies. The implementation of electronic accounting for any entity must be a decision that, regardless of the legal obligation that some companies must develop, is an internal requirement.

Key words: accounting, SMEs, technologies, ICT.

Citación: López Cáceres, C. A. Las TIC en la contabilidad electrónica de las pymes en México. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5555>

carlos04039777@gmail.com, División Académica de Ciencias Económico-Administrativas, Tabasco, México, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1023-1454>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5555>

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tratará sobre si la contabilidad electrónica ha impactado o no a las pequeñas y medianas empresas (pymes).

Hoy en día las tecnologías de información avanzan, misma que contribuyen a generar grandes transformaciones en nuestra sociedad y se cuenta con un sinnúmero de sistemas computacionales que facilitan la vida del ser humano.

Las pymes han estado a la vez sujetas a debates y discusiones, este tipo de empresas tienen un aporte significativo. Uno de los problemas que enfrentan las pymes de la región es el del correcto registro contable de sus operaciones diarias.

Por otra parte, en la estructura económica de todos los países latinoamericanos las pequeñas y medianas empresas (pymes) han pasado a ocupar un lugar importante y han ido logrando determinadas ventajas comparativas, en relación con las grandes empresas que las llevan a mantener un posicionamiento en diferentes segmentos del mercado.

Un aspecto menos estudiado en relación con las pymes ha sido la importancia y ventajas que puede tener el llevar a cabo un buen historial del área contable. En esta línea de trabajo esta investigación incluyó la revisión de otras investigaciones y artículos relacionados que pueden tratar sobre la contabilidad electrónica en las pymes.

2. PYMES EN MÉXICO

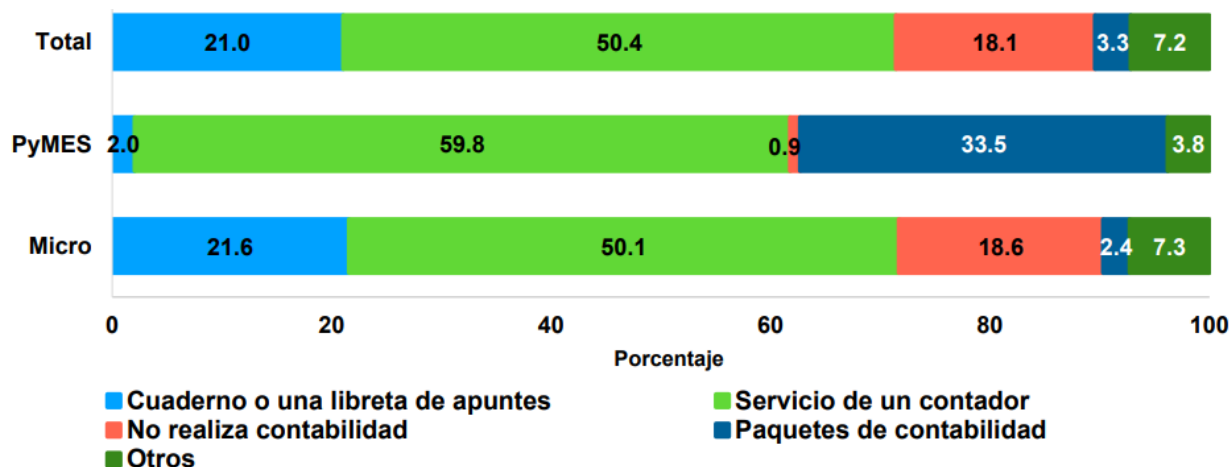
Las pymes representan una parte muy importante para el país, ya que han ido creciendo y desarrollándose cada vez más, generando así un mayor número de empleos, así como un ingreso para diferentes familias.

Por eso muchas pymes deben contar con el sistema de seguridad social como nos mencionan Vidal, Prats & Fernández (2021). En el país este sistema está a cargo de entidades o dependencias públicas, federales o locales y de organismos descentralizados mediante los cuales se busca garantizar el derecho a la salud, a la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo. Esto es algo que las pymes deben desarrollar aparte de una buena vida financiera a través de sus procesos contables.

El elemento central de la transformación política y económica de cualquier país en transición es la creación de un importante sector privado, y de un mayor desarrollo de las pymes y de la actividad emprendedora. Paradójicamente, a pesar de la relativamente poca atención que reciben de parte de los hacedores de políticas, las pymes representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, especialmente en los países en vías de desarrollo (Orlandi, 2006).

Orueta (2017). Nos describe que la definición oficial de pyme en México combina número de empleados y ventas por sector económico, como hemos visto anteriormente. Posteriormente, la CNBV adoptó un criterio que combina la definición oficial con un monto máximo de crédito de hasta 2,7 millones de dólares (50 millones de pesos).

Las pymes al ser pequeñas empresas en muchas ocasiones no optan por tener un contador o en dado caso en no contar con una contabilidad la cual es muy necesaria para conocer la vida financiera de la empresa, en la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas nos menciona los métodos contables que utilizan las pymes y micro como se puede ver a continuación:

Gráfica 1. Distribución del número de empresas según la forma de registro de su contabilidad, 2018

Fuente: INEGI (ENAPROCE) 2018.

Como se pudo ver en la gráfica anterior gran parte de las pymes utilizan el servicio de un contador, cabe resaltar que un pequeño porcentaje de estas no tienen un sistema contable muy bien establecido, mientras que en las micro el porcentaje es más alto debido a que muchas de estas empresas no se ven en la necesidad de tener algún servicio contable. El tener una pyme implica un gran reto ya que en muchas ocasiones no cuentan con el recurso suficiente para poder establecerse de una manera sólida para poder hacer frente a las demás empresas.

Cabrera *et al.* (2019) nos explica que diversos autores coinciden que los factores relevantes que afectan a las pymes son: falta de financiamiento, infraestructura, limitantes de insumos, regulatorios, administrativos, administración, aspectos técnicos, control de inventarios, cuentas por cobrar, organización interna, planteamiento de la producción, contabilidad y finanzas de la empresa.

Las pymes proveen desarrollo regional, ya que estas pueden ser generadas, creadas u operadas por personas emprendedoras, además de que estas pueden emplear, esta es una vía o alternativa para generar empleos, esto es, porque los empleos que se generan al año no son los suficientes para satisfacer la demanda, por lo que se debe buscar nuevos medios para generar los empleos que se necesitan (Domínguez *et al.*, 2020).

3. CONTABILIDAD ELECTRÓNICA EN LAS PYMES

La contabilidad es la disciplina que sirve para proporcionar información útil en la toma de decisiones económicas. Ha venido siendo definida como Ciencia del Patrimonio, y ello porque su objeto es el estudio y la representación del patrimonio empresarial, tanto desde un punto de vista estático como dinámico (IMCP, 2012).

Mientras que Ibarra Cervantes *et al.* (2004) nos define que la contabilidad parte de que es una técnica. Esto implica la posición teórica de que los principios de contabilidad son guías de acción y no verdades fundamentales a las que se les adjudique poder explicativo y de predicción. Esta posición se refuerza al considerar a la contabilidad como algo diseñado por el hombre para satisfacer necesidades individuales y sociales que no existen en la naturaleza.

El área de contabilidad de una empresa lucrativa se encarga de rendir como se pueda el capital disponible. Usada como herramienta de ahorro, supone una técnica factible y necesaria en las organizaciones que dirigen el capital. El complejo sistema matemático que utiliza la contabilidad abarca una extensa gama de artificios y materias entre las cuales destaca la estadística,

la matemática financiera, el estudio de mercadeo, análisis matemático, control de producción, control tributario, y hasta la ética puede colaborar en la buena visión y progreso en grupo del que la aplica, entre otros.

El boom de la tecnología de la información, con el empleo de los computadores integrados en redes y los satélites, se logra una comunicación global audiovisual permitiendo la transmisión casi instantánea de la información, comunicación con los proveedores, clientes, desde cualquier parte, incluso fuera de las oficinas. Lo que refleja la necesidad del uso de herramientas tecnológicas (TIC) para un mejoramiento en las actividades operativas de la empresa, consiguiendo competitividad y penetración en el mercado globalizado (Durán, 2015).

Las tecnologías de la información mejor conocidas como TIC llegaron para revolucionar las manera de hacer las cosas, hoy en día la gran mayoría de las empresas se han tenido que adaptar a estas nuevas herramientas que nos brindan las TIC, en este caso la contabilidad ha tenido que evolucionar y adaptarse a las nuevas tecnologías para poder seguir siendo vanguardista y ofrecer un mejor servicio a sus clientes por tal motivo la contabilidad electrónica ha sido uno de los más grandes avances que ha habido en la contabilidad con la cual ha brindado las herramientas para hacer los procesos más rápidos así como de una manera eficiente y segura.

Por otra parte, Zaragoza Velázquez & Monserrat Vera Muñoz (2015). Dicen que las TIC generan eficacia a las empresas porque les permite lograr una mayor rentabilidad, mejor exactitud e inmediatez en la toma de decisiones para el bien de la organización. Y que actualmente las TIC han representado un papel muy importante dentro de las empresas, y esto es gracias a los avances que se han tenido, a la implementación de nuevos sistemas contables y así como a las personas que se han dedicado a innovar nuevos productos, sistemas y servicios dentro de esta área.

Con lo visto anteriormente sobre las TIC y la contabilidad se puede ver la importancia que estas tienen

en las empresas y conforme ha ido evolucionando se han ido adaptando para así poder congeniar entre las dos y formar la contabilidad electrónica.

El SAT establece que la contabilidad electrónica es el envío de archivos en formato XML de las transacciones registradas en medios electrónicos que realiza una empresa o una persona y envía a través del Buzón Tributario. Ahora, la información contable se convierte en archivos con formato electrónico XML que se depositan en el Buzón Tributario del SAT. Esta facilidad permite a los contribuyentes llevar puntualmente su contabilidad de manera sencilla, a través de las nuevas tecnologías.

Al momento de definir el sistema de contabilidad electrónica debe aplicarse a una empresa que tenga en cuenta aspectos tales como:

1. El tamaño de la empresa.
2. Las necesidades de información de la entidad.

Ya que es primordial para el éxito en las empresas mercantiles el correcto registro de las operaciones financieras, así como evitar malas decisiones debido a la falta de información.

Los archivos XML están formados de diferentes caracteres que son un comprobante digital a través de internet, con ellos podemos encontrar de una manera más rápida alguna factura y de igual forma poder identificarla (Tosca *et al.* (2021).

Nos menciona Gutiérrez *et al.* (2017) sobre el proceso que conlleva el tener una contabilidad electrónica la cual fue establecida por el SAT, en la cual el envío del catálogo debe ser el utilizado en el periodo, con el código agrupador establecido por el Servicio de Administración Tributaria (SAT), se envía una sola vez y cada vez que sea modificado. Por otra parte, la balanza de comprobación se envía de forma mensual, en el segundo mes siguiente al que correspondan los datos, debe contener los saldos iniciales, los movimientos del periodo y los saldos finales. Finalmente, las pólizas generadas en el periodo incluyen la información de los

Comprobantes Fiscales Digitales por Internet (CFDI) que soporten las operaciones, pero solo son enviadas cuando el SAT necesite verificar información contable o la procedencia de devoluciones y compensaciones.

4. MARCO LEGAL

El Artículo 28, fracciones III y IV del recién reformado Código Fiscal de la Federación, en relación con los artículos 33 y 34 del Reglamento del citado código, así como la Séptima Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal para 2014, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 18 de diciembre de 2014; la Resolución Miscelánea Fiscal para 2015, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 30 de diciembre de 2014; la Primera Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal 2015, publicada en el mismo medio de difusión el 03 de marzo de 2015; el anexo 24 de la Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal 2015; la Segunda Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal 2015, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 14 de mayo de 2015 y la Tercera Resolución de Modificaciones a la Resolución Miscelánea Fiscal 2015, publicada el 02 de julio de 2015, constituyen el actual marco jurídico que regula a la contabilidad electrónica.

Artículo 28.- Las personas que de acuerdo con las disposiciones fiscales estén obligadas a llevar contabilidad, estarán a lo siguiente:

I. La contabilidad, para efectos fiscales, se integra por los libros, sistemas y registros contables, papeles de trabajo, estados de cuenta, cuentas especiales, libros y registros sociales, control de inventarios y método de valuación, discos y cintas o cualquier otro medio procesable de almacenamiento de datos, los equipos o sistemas electrónicos de registro fiscal y sus respectivos registros, además de la documentación comprobatoria de los asientos respectivos, así como toda la documentación e información relacionada con el cumplimiento de las disposiciones fiscales, la que acredite sus ingresos y deducciones, y la que obliguen otras leyes; en el

Reglamento de este Código se establecerá la documentación e información con la que se deberá dar cumplimiento a esta fracción, y los elementos adicionales que integran la contabilidad.

En lo conducente para el tema que se aborda, el precepto legal en cita establece la manera en la que las personas que, de acuerdo con las disposiciones fiscales, estén obligadas a llevar contabilidad deben hacerlo y al efecto indica que la contabilidad, para efectos fiscales, se integra por los libros, sistemas y registros contables, papeles de trabajo, estados de cuenta, cuentas especiales, libros y registros sociales, control de inventarios y método de valuación, discos y cintas o cualquier otro medio procesable de almacenamiento de datos, los equipos o sistemas electrónicos de registro fiscal y sus respectivos registros, además de la documentación comprobatoria de los asientos respectivos, así como toda la documentación e información relacionada con el cumplimiento de las disposiciones fiscales, la que acredite sus ingresos y deducciones, y la que obliguen otras leyes; destacando que en el Reglamento del propio Código se establecerá la documentación e información con la que se deberá dar cumplimiento a esta fracción, y los elementos adicionales que integran la contabilidad.

5. DISCUSIÓN

El SAT nos indica que las personas que están obligadas para la realización de la contabilidad electrónica son

- Personas morales, incluidas las personas morales con fines no lucrativos.
- Personas físicas con actividad empresarial, actividades profesionales con ingresos superiores a dos millones de pesos y arrendamiento (siempre y cuando no utilicen la aplicación Mis cuentas).

La contabilidad electrónica implica un reto muy importante para las pymes ya que en muchas de ellas no se cuenta con los recursos suficientes para poder establecer una contabilidad adecuada y apegada a las leyes fiscales, en muchas ocasiones las pequeñas empresas

optan por llevar sus cuentas ellas mismas sin establecer un sistema contable con el cual puedan llevar un control financiero adecuado, las TIC han revolucionado la manera de hacer las cosas pero también han afectado al mismo tiempo a las personas o empresas que no se han podido adaptar del todo a ellas debido al gasto que esta implica, la contabilidad electrónica es un gran paso para los contadores y empresas ya que el trabajo se hace de una manera más eficiente, además se cuenta con un mejor control sobre las finanzas de la empresa y así las autoridades hacendarias están seguras de evitar una posible evasión fiscal.

6. MÉTODO

El enfoque que se usará será cualitativo ya que solo se busca obtener información, describir eventos, situaciones, percepciones, actitudes, creencias y pensamientos del impacto que la contabilidad electrónica ha ocasionado en las pymes. Por otra parte, Vega Malagón *et al.* (2014), nos menciona que este método se basa en la recolección de datos sin medición numérica como la descripción y la observación del fenómeno. El proceso es flexible y se mueve entre los eventos y su interpretación.

7. CONCLUSIÓN

Como se pudo ver en la investigación, las pymes son una parte fundamental para la economía del país, han ido creciendo y desarrollándose a lo largo de los años, el poder hacer que una pyme haga frente a las grandes empresas ha sido un gran reto, pero con la ayuda las TIC se les han brindado las herramientas necesarias para poder progresar y desarrollarse, como lo es el caso de la contabilidad, se pudo ver que la contabilidad tuvo un gran cambio con la implementación de las TIC, esto se debe a que se ha tenido que adaptar a ellas, cabe destacar que algunas pymes no llevan de una manera adecuada su contabilidad como se vio en la gráfica mostrada, en la investigación esto se debe a que no creen que es necesaria llevar un sistema contable cuando sus operaciones no lo ameritan, el SAT

hizo obligatorio el uso de la contabilidad electrónica debido a que con ella se busca la reducción de la evasión fiscal.

Como conclusión podemos ver que la contabilidad se ha tenido que adaptar a las TIC para poder seguir creciendo y desarrollándose, así como para llevar un control más estricto de las finanzas de la empresa, para evitar errores e inconvenientes ante las autoridades fiscales, esta contabilidad se creó para poder ayudar a los contadores y sus tareas diarias, para brindarles herramientas con las cuales puedan realizar todos los procesos de una manera más rápida y eficiente.

REFERENCIAS

- Cabrera Cruz, A. A., Martínez Prats, G., & Dupeyron Cortes, L. C. (2019). Uso de la contabilidad administrativa y la importancia de las pymes de México. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, (julio). <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/importancia-pymes-mexico.html>
- Cámara de Diputados (1981). Código fiscal de la federación. https://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_mex_anexo6.PDF
- Domínguez, X. I. P., Vargas, J. L. D., Mora, G. I. M., Correa, L. F. M., & Cih, G. I. D. (2020). *Análisis de la evolución de las pymes en México*. V Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica. <https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/39-analisis-de-la-evolucion-de-las-pymes-en-mexico.pdf>
- Durán, Y. (2015). Contabilidad bajo el enfoque de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Estudio basado en la pyme del sector salud privado, municipio Valera estado Trujillo Venezuela. *Visión Gerencial*, 1, 53-88. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545898004.pdf>
- Gutiérrez Rangel, H.F, Espinosa Mosqueda, R. & Gutiérrez Rodríguez, Á. (2017). La contabilidad electrónica como medio para evitar la evasión fiscal en México. *Revista de Desarrollo Económico*, 4(13). 38-47. https://www.econfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico/vol4num13/Revista_de_Desarrollo_Econ%C3%B3mico_V4_N13_5.pdf
- Ibarra Cervantes, J. A., Granado Cuevas, M., & Amador Murgía, M. E. (2004). *Principios de Contabilidad*. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1731>
- INEGI. (2018). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018. <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/>
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. (IMCP) (2021). *Contabilidad*. <https://imcp.org.mx/contabilidad/>

- Orlandi, P. (2006). Las pymes y su rol en el comercio internacional. *White Paper Series del Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador-CEDEX, Universidad de Palermo, Argentina*. https://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/cedex/investigacion/pyme_com_internacionall.pdf
- Orueta, I. (2017). Importancia Económica de las pymes en las Economías iberoamericanas. <http://www.iimv.org/iimv-wp-1-0/resources/uploads/2017/03/CAPITULO-1.pdf>
- SAT (s.f.) Contabilidad electrónica. <http://omawww.sat.gob.mx/contabilidadelectronica/Paginas/documentos/infografia.pdf>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2014). Resolución Miscelánea fiscal 2014. *Diario Oficial de la Federación*. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328461&fecha=30/12/2013
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2015). Resolución Miscelánea fiscal 2015. *Diario Oficial de la Federación*. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5377710&fecha=30/12/2014
- Tosca Magaña, S., Mapén Franco, F. D. J., & Martínez Prats, G. (2021). Facturación electrónica como herramienta para aumentar la productividad de la empresa. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 6-15. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000100006&script=sci_arttext
- Vega-Malagón, G., Ávila-Morales, J., Vega-Malagón, A. J., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A., & Leo-Amador, G. E. (2014). Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15). <https://core.ac.uk/download/pdf/236413540.pdf>
- Vidal, C. M. T., Prats, G. M., & Fernández, C. G. (2021). La afiliación a la seguridad social de los trabajadores y sus efectos en las finanzas de las empresas en México. *Apuntes del Cenes*, 40(72), 71-86. <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/12246>
- Zaragoza Velázquez, P. G. Z., & Monserrat Vera Muñoz, M. A. M. V. (2015). Uso de la tecnología en función del área contable y fiscal. *Horizontes de la Contaduría*, 3. <https://www.uv.mx/iic/files/2018/01/13-B0306.pdf>

HERRAMIENTAS ALTERNATIVAS PARA LA VALORACIÓN DE OPERACIONES ENTRE PARTES VINCULADAS

ALTERNATIVE TOOLS FOR THE VALUATION OF TRANSACTIONS BETWEEN RELATED PARTIES



¹ Ariel Arturo Arias Muñoz

² Jose María Nieto Contreras

³ Atilano del Jesus Guerra Lizcano

UJAT, DACEA, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es analizar las ventajas de utilizar la información contenida en los estudios de precios de transferencia para la valoración de las mercancías en las aduanas en operaciones pactadas por entidades con intereses económicos comunes, conocidas como partes vinculadas.

El proceso de estimación del valor de las mercancías en la aduana plantea problemas tanto a los importadores como a las autoridades aduaneras, pues establecer un sistema que resulte equitativo, uniforme y neutro para todas las partes intervinientes se complica dentro de un contexto de disparidad de intereses.

Las operaciones de comercio internacional celebradas entre partes vinculadas, dan lugar a situaciones bastante peculiares ya que propician que se incorporen consideraciones adicionales al proceso de valoración en aduanas, pues, al llevarse a cabo por entidades que comparten un mismo interés económico, el precio concertado entre ellas pudiera estar artificialmente manipulado con el fin de producir un beneficio indebido en detrimento de la recaudación de impuestos y derechos.

En la actualidad, los estudios de precios de transferencias constituyen un elemento de control muy socorrido por la autoridad fiscal, por lo que han venido cobrando relevancia, pues le facilita la supervisión de las operaciones que involucran a dos o más empresas que forman parte de un mismo grupo empresarial, con el propósito de comprobar que los precios de las mismas se apeguen a la realidad y no sean simples especulaciones para lograr beneficios económicos, sin que exista realmente una razón de negocios.

Citación: Arias Muñoz, A. A. , Nieto Contreras, J. M. , & Guerra Lizcano, A. del J. . Herramientas alternativas para la valoración de operaciones entre partes vinculadas. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5556>

¹aima850209@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7476-0027>

²jmnietocontrerasujat@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7016-1457>

³jesusujat010@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6790-0623>

A pesar de que los Estudios de Precios de Transferencia fueron ideados para prevenir la erosión de la base gravable en la determinación del impuesto sobre la renta, a través del análisis cualitativo de las diversas posturas doctrinarias en materia de valoración aduanera, se concluye que la información en ellos contenida, constituye un recurso valioso en la determinación de precios en operaciones de comercio exterior

Palabras clave: valoración aduanera, partes vinculadas, partes relacionadas, precios de transferencia.

ABSTRACT

The objective of this research work is to analyze the advantages of using the information contained in transfer pricing studies for the valuation of goods at customs in operations agreed by entities with common economic interests, known as related parties.

The process of estimating the value of goods at customs poses problems for both importers and customs authorities, since establishing a system that is equitable, uniform and neutral for all parties involved is complicated within a context of disparity of interests.

International trade operations carried out between related parties give rise to quite peculiar situations since they lead to the incorporation of additional considerations into the customs valuation process, since, when carried out by entities that share the same economic interest, the price agreed between them could be artificially manipulated in order to produce an undue benefit to the detriment of the collection of taxes and duties.

At present, transfer price studies constitute a control element that is very helpful to the tax authority, so that's why they have been gaining relevance, since it eases the supervision of operations that involve two or more companies that are part of a same business group, in order to verify that their prices adhere to reality and are not simple speculations to achieve economic benefits, without there really being a business reason.

Although the Transfer Pricing Studies were designed to prevent the erosion of the tax base in the determination of Income Tax, through the qualitative analysis of the various doctrinal positions on customs valuation, it is concluded that the information contained in them, it constitutes a valuable resource in determining prices in foreign trade operations

Key words: Customs valuation, Related Parties, Related Parties, Transfer prices.



1. INTRODUCCIÓN

Uno de los problemas más graves que genera la globalización, es la creciente mercantilización de la política aduanera, lo que se traduce en un incremento en la distorsión de los precios de las mercancías que pasan por las aduanas por parte de los empresarios transnacionales.

Dentro de los actos de comercio que comúnmente alteran artificiosamente el precio de los bienes, y por ende el pago de derechos y aranceles, destacan las

operaciones entre partes relacionadas, mismas que por su naturaleza buscan minimizar los efectos fiscales de las actividades comerciales.

Derivado de lo anterior, las aduanas han endurecido la vigilancia de la correcta valoración de las mercancías que entran y salen del país, aumentando la carga administrativa para todos los intervinientes de la relación comercial, pues cada acto de comercio se evalúa caso por caso.

En la actualidad existen esfuerzos conjuntos que realizan las naciones integrantes de la Organización Mundial del Comercio, en busca de la estandarización de los procedimientos de valuación en las aduanas, pues al contar con criterios uniformes, que capten, registren y analicen a las operaciones de comercio internacional se les podría asignar un “valor justo”.

Sin embargo, es relevante resaltar que lo que se puede considerar como “valor justo” para los sujetos pasivos de la relación tributaria (sujeto obligado al pago de la contribución) puede diferir por mucho al valor que la autoridad fiscal o aduanera (sujeto activo) pretenda considerar como base para el cálculo del impuesto o derecho pues los objetivos del sujeto activo y el sujeto pasivo no solo son diferentes, sino que más bien son opuestos.

Esta problemática hace necesario que se replanteen las reglas que rigen el comercio entre naciones, ya que en la actualidad han perdido vigencia pues fueron ideadas para un entorno económico que no existe más.

2. METODOLOGÍA

El enfoque de la investigación es explicativo, pues a través del análisis de las posturas de los principales organismos internacionales, se establecerán relaciones de causa y efecto que permitan hacer generalizaciones útiles dentro del contexto fiscal-aduanero de nuestro país, así como para otros entornos similares, a través de una metodología mixta, pues se incluirán tanto estudios causales como análisis de muestras representativas expresadas en magnitudes numéricas; sin embargo, prevalecerán los juicios cualitativos.

3. DESARROLLO

Una aduana es la instalación perteneciente a la Administración Pública Federal que se encarga de aplicar la legislación relacionada con los regímenes aduaneros

para la entrada o salida de mercancías del territorio nacional (Nuñez, 2021).

Una parte importante de la labor de las oficinas de aduana, es la vigilancia de la correcta valoración de las mercancías que entran y salen del país, detectando situaciones que pudieran distorsionar los precios y las sanas prácticas comerciales.

Entre los impuestos que el Servicio de Administración Tributaria (SAT), recauda a través de las aduanas se encuentran el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), el Impuesto General de Importación (IGI) y el Impuesto sobre Automóviles Nuevos (ISAN).

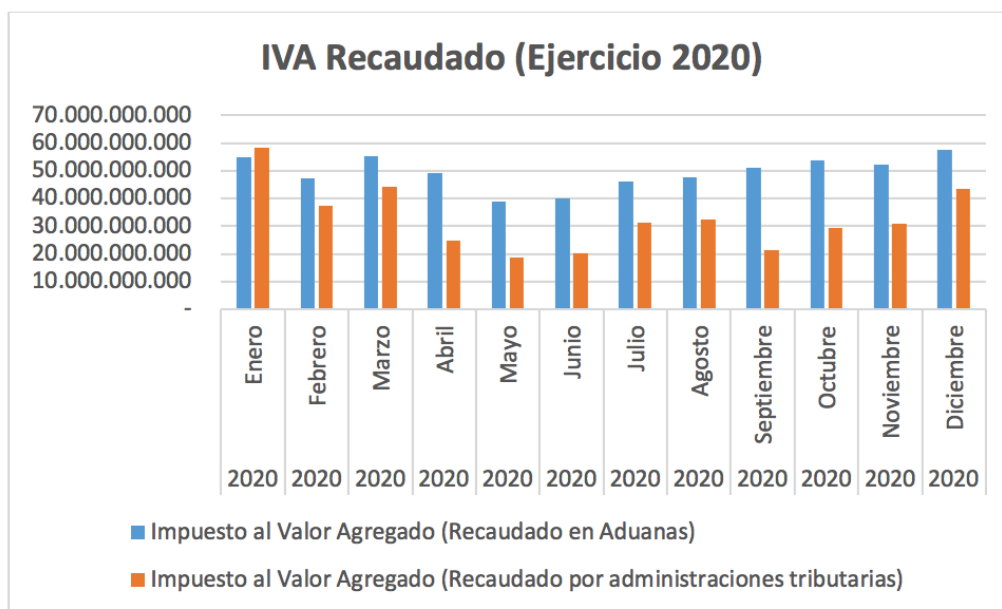
La recaudación aduanera es una de las más eficientes para el gobierno federal, de acuerdo con *El Economista* (2021), los ingresos tributarios del gobierno sumaron 2.70 billones de pesos al cierre de septiembre, un aumento de 2.5% respecto al mismo periodo del 2020, de los cuales 735,243 millones de pesos provinieron de las aduanas.

Al presentar cifras preliminares a septiembre 2021, el Servicio de Administración Tributaria (SAT) informó que los ingresos tributarios cuentan con un avance de 100.4% con respecto al avance recaudatorio esperado para el periodo enero-septiembre. Para todo el ejercicio 2021 se prevén ingresos totales por 3.3 billones de pesos (Nolasco, 2021).

Considerando que la recaudación de impuestos en la aduana constituyen entre la cuarta y quinta parte de los ingresos totales de la federación⁴, no es de extrañar que se hayan endurecido las políticas tendientes a combatir la subvaluación, pues el valor en aduana de las mercancías es fundamental para determinar la base para el cálculo de los derechos de aduana y la determinación de impuestos, incluso el índice de recaudación de algunos impuestos, como el IVA, es mucho mayor en las aduanas que en el interior del país, alcanzando picos del 65% del total de IVA recaudado por la federación (Nolasco, 2021).

⁴ El porcentaje fluctúa dependiendo el ejercicio que se consulte, esto conforme al análisis efectuado a la información que el SAT pone a disposición del público general en su sitio electrónico: http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Paginas/inicio.html

Gráfica I. Comparativa entre el IVA recaudado por aduanas y el IVA recaudado por administraciones tributarias



Nota: elaboración propia con datos abiertos publicados por el Servicio de Administración Tributaria.⁵

A pesar del crecimiento porcentual en la recaudación de contribuciones en las aduanas, el exceso de supervisión en la valuación de las mercancías puede entorpecer el despacho aduanero pues el cumplimiento de los requisitos impuestos por las autoridades es sumamente complejo y potencialmente riesgoso para los importadores quienes aun cuando cumpliendo con las obligaciones previstas en las leyes en materia de comercio exterior, quedan en estado de indefensión ante las exageradas facultades de las autoridad aduanera para rechazar el valor declarado en aduana por el importador, generando gran expectativa respecto a la postura que tomarán las autoridades en el ejercicio de su potestad fiscalizadora.

Si bien, con todo lo anteriormente mencionado, el panorama comercial es complicado para la masa de importadores, el proceso de asignar un valor a las mercancías en aduanas tratándose de partes relacionadas es aún más intrincado, pues además se debe satisfacer el criterio de la autoridad con respecto a si la vinculación

influyó en la fijación del precio de las transacciones con el fin de manipular la base gravable.

Esta situación implica una carga adicional de recursos, tanto para los importadores como para las aduanas, en términos de costos, horas-hombre y procedimientos de análisis, particularmente cuando se involucra una gran cantidad de operaciones.

4. OPERACIONES ENTRE PARTES VINCULADAS

Para efectos de valoración aduanera, la importación de mercancías que se realiza como consecuencia de una transacción celebrada entre dos entidades que pertenecen a un mismo grupo multinacional se consideran celebradas entre “partes vinculadas” (concepto similar al de partes relacionadas para efectos de precios de transferencia). Bajo dichas circunstancias las aduanas deben examinar las importaciones con el propósito de determinar que la mencionada vinculación no haya

⁵Para su elaboración se realizó un cruce de información entre los datos publicados por el Servicio de administración en http://omawww.sat.gob.mx/cifras_sat/Paginas/inicio.html y del portal VUCEM de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (<https://ventanillaunica.gob.mx/vucem/cifras.html>).

influido en el valor de transacción, es decir, que no se hubieren declarado a un valor menor al que lo hubieran hecho partes independientes bajo condiciones de mercado (Natera-Niño de Rivera, 2015).

En vista de la complejidad de analizar las operaciones entre partes vinculadas las aduanas deben realizar procedimientos de valoración adicionales encaminados a obtener evidencia apropiada para medir el efecto que la vinculación tiene en la fijación de precios de dichas transacciones y en caso de determinar diferencias en comparación con los precios de operaciones realizadas entre terceros que no comparten intereses económicos comunes analizar la importancia relativa de las mismas.

Las políticas de comercio internacional de nuestro país, se alinean a los principios establecidos en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés), al que se adhirió en 1986, el cual derivaría más tarde, en 1994, en la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Uno de los principios generales de dicho acuerdo es que el sistema de valoración aduanera debe estar basado en el valor de transacción, el cual conforme a nuestra legislación se entiende como el precio pagado por las mercancías objeto de importación siempre que no existan restricciones a la enajenación o utilización de las mercancías por el importador, con excepción de aquellas impuestas por ley y cuando no afecten el valor de las mercancías (Artículo 67 de la Ley Aduanera).

Lo anterior representa el criterio general que se debe utilizar para efectos de valoración aduanera, sin embargo, cuando existe vinculación entre las partes que celebran los actos de comercio, y ésta afecta al precio, no podemos usar el valor de transacción.

Se considera que existe vinculación para los efectos de valoración aduanera cuando exista una relación estructural entre vendedor y comprador, por ejemplo,

que uno sea la casa matriz o central y el otro sea una sucursal, un establecimiento, distribuidor, comercializador que dependa de la principal, que ambos dependan de una empresa administradora general o cuando existe entre ellas parentesco civil (Artículo 68 de la Ley Aduanera).

En una venta entre partes vinculadas, se examinarán las circunstancias de la venta y se aceptará el valor de transacción cuando la vinculación no haya influido en el precio, para lo cual debe demostrarse que el precio se ajustó conforme a las prácticas normales de fijación de precios y que con el precio de la transacción se alcanza a recuperar todos los costos logrando un beneficio congruente con los beneficios globales obtenidos por la empresa en un periodo representativo en las ventas de mercancías de la misma especie o clase (Artículo 69 de la Ley Aduanera).

En este sentido de ideas la Ley aduanera señala que se aceptará el valor de transacción para la valuación de mercancías en las aduanas en operaciones entre partes vinculadas cuando el importador demuestre que dicho valor se aproxima mucho al valor de transacción en las ventas de mercancías idénticas o similares efectuadas a importadores no vinculados con el vendedor, para ser exportadas con destino a territorio nacional, al valor en aduana de mercancías idénticas o similares conforme a los métodos establecidos en el ordenamiento anteriormente citado⁶.

Este criterio general, es aceptado por la Organización Mundial de Comercio, para demostrar que el valor de transacción declarado es válido para usarlo como base gravable, no obstante que, hasta este momento, la autoridad no ha publicado reglas para determinar cuándo un valor se aproxima a otro.

Ante la ausencia de lineamientos específicos que ayuden a determinar cuándo un valor se “aproxima mucho a otro”, tanto autoridades como importadores se ven en la necesidad de buscar herramientas alternativas que constituyan bases firmes para llegar a

⁶ Método del precio unitario de venta (Artículo 74 de la Ley aduanera) y Método del valor reconstruido (Artículo 77 de la Ley aduanera).

conclusiones razonables en la valuación de mercancías, las cuales a criterio de algunos organismos internacionales en conjunto con el sector empresarial se materializan en los estudios de precios de transferencia.

5. PRECIOS DE TRANSFERENCIA Y VALORACIÓN ADUANERA

En México, la regulación de precios de transferencia se considera un tema exclusivo del Impuesto Sobre la Renta (ISR); sin embargo, es importante indicar que los lineamientos para la fijación de precios en operaciones entre partes relacionadas, resulta aplicable en materia aduanera para la determinación del valor de la transacción de las mercancías importadas. Asimismo, las autoridades aduaneras se enfrentan a las mismas complicaciones que las autoridades tributarias encaran al momento de identificar operaciones entre empresas vinculadas, que es, el encontrar diferencias entre las operaciones establecidas entre empresas vinculadas y las operaciones celebradas con terceros independientes (Hidalgo Puebla, 2018).

La valoración aduanera y los precios de transferencia comparten algunas características, pues ambas tienen como finalidad determinar si un valor de importación ha sido influenciado por la vinculación entre las partes bajo el principio de competencia plena.

La OMC, considera que los estudios de precios de transferencia constituyen una herramienta útil, la cual puede brindar información valiosa para efectos aduaneros, pero también es de la opinión de que cada acto de comercio debe ser evaluado caso por caso, por lo que no se debe esperar que las mismas bases que se utilizaron para llegar a la conclusión de que las operaciones de una entidad fueron pactadas a precio de mercado conduzcan a conclusiones similares en otras entidades.

También el sector privado ha manifestado su interés de que las autoridades aduaneras utilicen como parámetro para verificar la correcta valuación aduanera

de mercancías la información contenida en los estudios de precios de transferencia, con el propósito de disminuir la carga administrativa y los costos de cumplimiento fiscal, sin embargo, la situación planteada por el sector privado, aunque ideal en términos económicos, resulta poco viable en nuestro país, pues se verían limitadas las facultades fiscalizadoras de las autoridades aduaneras.

Para que los precios de transferencia cumplan su función deben, además de contemplarse la legislación fiscal y aduanera se debe contar con el soporte documental que permitan su verificación, con el fin de controlar los flujos de inversión y utilidades que se trasladen entre los entes que participan en la operación (Bettinger, 2019).

Natera-Niño de Rivera (2015), resalta que parte de la dificultad para adoptar los estudios de precios de transferencia como criterio de valoración para las mercancías en las aduanas es la disparidad de intereses de las partes intervinientes en la relación comercial, mismos que resume como sigue:

Objetivo de la autoridad aduanera: verificar que todos los elementos apropiados se encuentren incluidos en el valor en aduana de las mercancías, con el propósito de que las mismas no se encuentren subvaluadas.

Objetivo de los importadores: declarar el menor valor posible de las mercancías, con la intención de pagar la menor cantidad posible de contribuciones aduaneras, bajo el marco legal existente

Objetivo de la autoridad fiscal (ISR): verificar que el precio de transferencia de los bienes no considere elementos inadecuados, con el propósito de que el valor no se encuentre sobrevaluado.

Objetivo de los contribuyentes (ISR): declarar el mayor precio de transferencia posible de los bienes, para tener una deducción mayor y reducir el pago del ISR, bajo el marco legal aplicable.

6. RECOMENDACIONES DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

El enfoque adoptado por la OMC respecto de la utilización de los estudios de precios de transferencia para fines de valoración aduanera, considera los siguientes puntos como los más relevantes:

6.1 *Circunstancias que rodean a la venta*

La información contenida en los estudios de precios de transferencia proporciona lineamientos para determinar si el precio no ha sido influenciado por la vinculación entre las partes en una compraventa.

Aunque el nacimiento de una relación comercial pudiera parecer un tema trivial, a través del análisis de la misma se puede determinar vinculación entre los agentes económicos que intervienen en la misma, ya que a través de la misma se pueden conocer los elementos cualitativos que intervienen en la fijación de precios pues permiten examinar aspectos como la forma en la que el vendedor y el comprador conducen sus relaciones comerciales y la forma en la que el precio examinado es determinado.

6.2 *Uso de los acuerdos anticipados de precios de transferencia*

Un acuerdo anticipado de precios de transferencia (APA⁷, por sus siglas en inglés), es un acuerdo que determina de manera anticipada las operaciones controladas y los criterios apropiados para la configuración de sus precios de transferencia por un periodo determinado de tiempo.

El APA debe ser propuesto inicialmente por el contribuyente y supone negociaciones entre éste y las partes relacionadas y autoridades jurisdiccionales fiscales involucradas.

El APA es un acuerdo individual, por lo que es aplicable al contribuyente específico que lo solicita y no tiene aplicación generalizada, incluso puede cubrir sólo ciertas operaciones.

La adopción de un acuerdo anticipado de precios de transferencia de alguna manera valida los métodos, operaciones comparables y ajustes relativos a las transacciones entre partes vinculadas pues derivan de un análisis realizado por una autoridad en materia de contribuciones.

6.3 *Tratamiento para efectos de valoración aduanera de aquellos casos en los cuales un estudio de precios de transferencia indica que se deben realizar ajustes posteriores a los valores declarados en aduana*

La recaudación en las aduanas se podría incrementar si las autoridades encargadas de la valoración de la mercancía en las mismas adoptaran criterios similares a los de las autoridades fiscales con respecto a las modificaciones de los precios, montos de contraprestación o márgenes de utilidad en las operaciones entre partes vinculadas ajustando en consecuencia el valor en aduanas y exigiendo el pago de las diferencias resultantes a los importadores, utilizando información que pudieran obtener a través de otras autoridades.

7. PRINCIPALES ARGUMENTOS EN CONTRA DE LA ADOPCIÓN DE LOS ESTUDIOS DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA COMO PARÁMETRO DE VALUACIÓN DE MERCANCÍAS EN LAS ADUANAS

Gómez Coter (2021), mantiene una postura contraria al uso de los estudios de precio de transferencia para efectos de valoración aduanera bajo los siguientes argumentos:

- La valoración de las operaciones vinculadas para efectos aduaneros se regula por una normativa distinta a la de los precios de transferencia, por ello, resulta de fundamental relevancia determinar la correlación existente entre ambos marcos legales, para dilucidar si los valores en ambas materias son correlativos.

⁷ Advance Pricing Agreement

- Aunque los métodos de valoración aduanera y de precios de transferencia buscan establecer un precio de mercado para bienes o servicios; sus propósitos son diferentes, pues plantean dos enfoques de un mismo fenómeno ya que, mientras que los métodos en materia de precios de transferencia buscan determinar el valor de mercado de las operaciones entre partes relacionadas para efectos del ISR, los métodos de valoración aduanera buscan determinar el valor en aduana de las mercancías.
- Los métodos de precios de transferencia buscan analizar las operaciones entre partes relacionadas en su conjunto, mientras que los métodos de valoración aduanera buscan analizar el valor de cada producto en lo individual. Para efectos de precios de transferencia se emplea un enfoque transaccional, es decir, por cada tipo de transacción efectuada por el contribuyente (por ejemplo, manufactura, distribución, entre otros), mientras que el análisis en valoración aduanera es por cada tipo de producto y por cada importación realizada.
- El soporte documental requerido por ambas legislaciones es de temporalidad diferente, en materia de precios de transferencia se requiere documentación contemporánea preparada de forma anual, mientras que, para los propósitos de valoración aduanera, la documentación requerida es por cada importación por cada tipo de producto.

Adicionalmente señala que la documentación vinculada con los métodos de valoración aduanera no es útil en todos los casos para efectos de precios de transferencia, en tanto que en estos métodos se analizan las funciones, activos y riesgos asumidos por las partes involucradas, mientras que la documentación utilizada para efectos de valoración aduanera no incorpora estos análisis.

Por tanto, la valoración realizada para efectos aduaneros no resulta vinculante para efectos del ISR, lo que obedece a que no existe un principio de integración de ambos impuestos, por lo que cada materia se mantiene independiente.

García Prats (citado por Gómez Cotero, 2021) refiere que existe una sentencia del Tribunal Europeo que confirmó que no es necesario correlacionar la valoración aduanera con la valoración para efectos de los impuestos a la utilidad.

En este asunto, la Litis planteada fue la necesidad de correlacionar ambos valores consecuencia de que la administración francesa corrigió el valor en aduana declarado por un importador para efectos del arancel aduanero, al considerar que el valor en aduanas declarado fue excesivo. El importador alegó falta de comparabilidad por la diferencia de calidad y el origen diverso de la mercancía. La administración pretendió castigar como delito de contrabando, los valores que consideraba excesivos bajo el argumento de que se estaba haciendo uso indebido de las normas aduaneras para cumplir objetivos distintos que no eran corregir las transferencias ilícitas de capitales o la defraudación tributaria. La sentencia concluyó que no es posible conectar el valor en aduana y el valor de los bienes y mercancías importados para efectos del ISR.

8. CONCLUSIONES

La imposibilidad práctica de una valoración aduanera “justa”, es un problema entre intereses públicos y privados, ya que una valoración elevada para efectos aduaneros produce una reducción de la base gravable para la determinación del impuesto a la utilidad (ISR). De ahí que tanto los organismos internacionales como el sector privado planteen la necesidad de articular mecanismos que vinculen o desliguen los valores en aduana y sus efectos en el Impuesto Sobre Renta.

Resulta innegable que el despacho aduanero de mercancías se vería agilizado si se tomara en cuenta la información contenida en los estudios de precios de transferencia, pues todas las partes que intervienen en la relación económica, ya sea como sujeto pasivo o sujeto activo, contarían con bases firmes para llegar a conclusiones razonables en materia de valuación de mercancías.

Todos los participantes deben asegurarse de poner sus necesidades sobre la mesa para identificar aquellas en que sus intereses coinciden para tomar acciones inmediatas, y aquellas en las que debe llegarse a acuerdos salvaguardando en la medida de lo posible y de forma equitativa el interés común.

Los lineamientos que guían los procedimientos aduaneros, como lo son las guías de la OMC, van cobrando más peso a nivel internacional pues sus beneficios son irrefutables, la evolución de estos lineamientos ha sido reflejo fiel de los fenómenos económicos acontecidos el mundo, por lo tanto, es un proceso que sin duda alguna continuará.

REFERENCIAS

- Bettinger, H. (2019), *Precios de transferencia sus efectos fiscales 2019*, Editorial ISEF Empresa Líder.
- Carrillo, M. (2018), *Acuerdos anticipados de precios de transferencia*, krestonbsg.
- Gómez Cotero, J. (2021), *Los precios de transferencia frente al fenómeno de la globalización*, Dofiscal Editores.
- Hidalgo, P. (31 de octubre de 2018), Impacto de los precios de transferencia sobre las operaciones aduaneras, *Estrategia Aduanera*, Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Aduanas-aportaron-65-de-la-recaudacion-del-IVA-al-cierre-de-octubre-20211202-0103.html>
- Natera-Niño de Rivera, L. (2015), Guías de la OMC sobre valoración aduanera y precios de transferencia, *Puntos Finos*, pp. 122-130. https://www.natera.com.mx/puntos_finos/Puntos%20Finos%20243.pdf
- Nolasco, S. (02 de diciembre de 2021), Aduanas aportaron 65% de la recaudación del IVA, al cierre de octubre, *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Aduanas-aportaron-65-de-la-recaudacion-del-IVA-al-cierre-de-octubre-20211202-0103.html>
- Nolasco, S. (05 de octubre de 2021), Ingresos tributarios crecen 2.5% a septiembre: SAT, *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Ingresos-tributarios-subieron-2.5-real-en-los-primeros-nueve-meses-del-2021-20211005-0154.html>
- Rodríguez, C. (2020), *Ajustes en materia de precios de transferencia*, BHR México, Recuperado de: <https://bhrmx.com/ajustes-en-precios-de-transferencia/>
- Sánchez, J. (21 de junio de 2021), Principales modificaciones en los precios de transferencia en la Reforma fiscal 2021, *UNLA*, <https://www.unla.mx/blogunla/principales-modificaciones-en-los-precios-de-transferencia-en-la-reforma-fiscal-2021>
- Organización Mundial de Comercio [OMC] (2015), *Información técnica sobre la valoración en aduana*, Organización Mundial de comercio. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/cusval_s/cusval_info_s.htm

LA GLOBALIZACION Y CONTABILIDAD EN LAS ORGANIZACIONES

GLOBALIZATION AND ACCOUNTING IN ORGANIZATIONS



Carlos Mauricio Tosca Vidal

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

En la actualidad, la contabilidad es el lenguaje de los negocios en el entorno global, se relaciona de la forma como ha ido evolucionando tanto en la manera de ser negocios como en generar información financiera a través de la contabilidad. Este artículo tiene como finalidad analizar la globalización como el factor fundamental en la emisión de las Normas de Información Financiera.

Palabras clave: globalización, contabilidad, Normas de Información Financiera.

ABSTRACT

At present, accounting is the language of business in the global environment, it is related to the way it has evolved both in the way of being business and in generating financial information through accounting. The purpose of this article is to analyze globalization as the fundamental factor in the issuance of Financial Reporting Standards.

Key words: Globalization, Accounting, Financial Reporting Standards.



1. INTRODUCCIÓN

La contabilidad es parte fundamental del crecimiento de las organizaciones, y las las empresas que no toman en cuenta la importancia de ello, toman esa decisión sin un fundamento real, lo cual puede causar daños irreparables financieramente, debido a que

la evolución de las organizaciones de la mano de la información financiera a través de las normas internacionales es necesaria en este mundo globalizado, en que el contador debe manejar las TIC de manera adecuada para hacer más eficiente el trabajo y generar

Citación: CITA Tosca Vidal, C. M. La globalizacion y contabilidad en las organizaciones. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5557>

Doctor en Estudios Económico-Administrativos, tosca_vidal@hotmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-1546-8832>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5557>

la información de manera oportuna (Martínez Prats, Chan Pereyra, & Tosca Magaña, 2021).

2. DESARROLLO

Los negocios, parte fundamental del quehacer económico y financiero del mundo, se encuentran en constantes cambios, conforme trascurren los años existe una mayor complejidad en la forma de realizarlos. Un fenómeno culpable de estos constantes cambios se le conoce como globalización, que se puede identificar como aquel proceso de apertura de mercados nacionales, y la eliminación de las fronteras para el libre tránsito tanto de mercancías, servicios, cultura, y que afecta principalmente a los negocios (Natalichio, 2011).

La globalización toma mayor relevancia a partir del siglo XVII en la Revolución industrial en Inglaterra, consolidado como el país mejor desarrollado en esos momentos, sin embargo, en los años noventa se empieza a notar en los diccionarios la palabra, con el soporte de los avances en las telecomunicaciones y la interdependencia de los mercados. Para algunos la globalización se resume como la internacionalización de los mercados financieros, que buscan expandirse de forma estratosférica a través del mundo (Levy & Alayón, 2002)

La Real Academia de la Lengua Española define a la globalización como el “proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los gobiernos” (RAE, 2014, párr. 4)

Por lo tanto, la globalización trata de un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global que afecta al mundo, entre ellos los negocios.

Antes de la entrada de la globalización a los negocios, tenían un consumo local, se utilizaba la mano de obra y los materiales de la región y la comercialización era a nivel nacional, el gran cambio que hubo a la entrada de la globalización, despertó el interés de empresas nacionales de internacionalizarse para mejorar las ventas de sus productos. Uno de los principales motivos de la expansión de los negocios fue la búsqueda de mano de obra económica, para reducir sus costos, y así poner poder tener el control de su mercado.

El proceso de la globalización integra al menos 3 grandes mercados:

- El mercado de las empresas transnacionales, la creciente demandas de sus productos hace que tengan un gran mercado a nivel internaciones y así quieran abarcar un mayor mercado.
- El mercado financiero, hoy en día son infinitas las transacciones que se hacen por medio de este mercado, ya que toda empresa utiliza las herramientas financieras, como las transferencias bancarias.
- Y este gran punto, los medios de comunicación social, los cuales sirven a la globalización, transmitiendo hechos, sucesos, creando una nueva cultura para producir, ganar y consumir, allí incluye el uso de las redes sociales para el área de marketing, ya que penetran el mercado a un bajo costo, y crean el consumismo en los usuarios.

Así como los negocios se fueron modificando con la era de la globalización, la contabilidad toma un gran papel, la función del registro profesional contable que se venía quedando sin vigencia, se vuelve imprescindible debido a que los tiempos de la globalización torna de mayor peso la interpretación de la información financiera, la planificación y la organización de los sistemas de la información y su análisis que puedan generar en el entorno económico y social donde se desarrolla la sociedad (Tua Pereda, 1998).

Calvo (2006) menciona que es necesario conocer la profundidad de los problemas contables en relación a las interpretaciones de la información en los ámbitos económicos, políticos y de gestión, tanto local como internacional.

La contabilidad ha crecido conforme han evolucionado las necesidades de las empresas en el entorno de la globalización, si se compara la contabilidad hace unos años, es totalmente diferente, en el pasado solo se cumplía con dar la información con los datos tributarios y tomando poco interés en la parte financiera, sin aportar más allá que el cálculo, sin embargo se han actualizado la forma de generar e interpretar la información financieras, que se ha tornado a otorgar consultorías y ofrecer soluciones financieras completas. De igual manera la información financiera y el uso del control interno en las empresas tienen una gran evolución en la entrada de las NIF en la preparación de los estados financieros (Grageola Santos, Martínez Prats, Guzmán Fernández, & Morales Cárdenas, 2020).

La contabilidad es la base para la generación de información financiera, sin ella no habría bases para tomar decisiones certeras, por el impulso que genera la globalización en las empresas de generar mayor competencia, y en la búsqueda de la máxima calidad, es el motivo por el cual la contabilidad va a ir generando una mejor calidad de información financiera, para facilitar la toma de decisiones.

La globalización ha tornado un cambio en los negocios, desde observar el impacto de las telecomunicaciones y la tecnología aplicadas a la generación de información, y del cambio radical con la relación del cliente, la sostenibilidad y la transparencia de la información, y la necesidad de actualización de los contadores profesionales para el uso de estándares internacionales para la generación de la información (Martínez Prats, Ruiz & Mapen, 2019). La contabilidad funge un papel primordial en los negocios, es su lenguaje universal, lo cual se convirtió en la presión para que existiera un conjunto de normas

y estándares internacionales para el entendimiento tanto de contadores como usuarios de la información (Rodríguez, De Freitas & Zaá, 2012).

Debido a esta presión, las normas contables se fueron internacionalizando desde 1973 con la creación de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) del Comité Internacional de Estándares Internacionales de Contabilidad (IASC) como el organismo mundial encargado de la emisión de Estándares Internacionales de Contabilidad (IAS en Inglés-NIC en español). Las primeras publicaciones fueron en 1975, y para el año 200 el IASC ya había emitido 41 IAS, las cuales fueron recibidos por el IASB como remplazo, generando los estándares Internacionales de Información Financiera (IFRS en inglés, NIIF en español) que comprenden las IAS-NIC, las IFRS-NIIF y las interpretaciones. (Fuentes, 2011).

Es como en 2001 en México se crea el Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera (CINIF) como un “organismo independiente en su patrimonio y operación, con la finalidad de cubrir tres objetivos: desarrollar las normas de información financiera, transparentes, objetivas y confiables relacionadas con el desempeño de las entidades económicas y gubernamentales, que sean de utilidad para los emisores y usuarios de la información financiera” (CINIF, 2018).

La CINIF se encargó de analizar los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) con las NIIF, y proceder a generar las Normas de Información Financiera que entran en vigor el 01 de enero de 2006, con el fin de ir homologando de manera paulatina a las NIIF.

Esto tiene vital importancia porque México es parte del grupo de países que está interesado en adoptar las NIIF para generar mayor confianza a la hora de tener relaciones comerciales con negocios e inversores tanto nacionales e internacionales, así como facilitar la comparación de la información financiera con otras entidades.

3. CONCLUSIÓN

Es necesario tomar en consideración que la contabilidad vive una transformación permanente de acuerdo a las necesidades de los usuarios de la información financiera, para tomar decisiones en los negocios. La contabilidad es esencial para realizar negocios, brinda panoramas de las empresas, la administración, las capacidades y un sinfín de interpretaciones de la información para tomar mejores decisiones en los negocios. Pero también se requiere de contadores capacitados para generar este tipo de información que demandan los negocios actuales. De acuerdo a la teoría, la globalización y las necesidades de los usuarios de la información, son la causa de la generación de las NIF, lo cual resalta la relevancia de la homologación de las normas con las que se genera la información financiera, para que cada usuario de esta conozca sobre qué bases se ha generado y pueda saber la situación de la entidad, creando un valor agregado para la inyección de nuevos capitales tanto nacional como internacional.

REFERENCIAS

- Calvo V., & A. P. (2006) La globalización y su relación con la contabilidad. *Revista Investigación y Reflexión*, 16(1), 203-215. <https://www.redalyc.org/pdf/909/90900111.pdf>
- Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera [CINIF] (2018). Antecedentes. https://www.cinif.org.mx/2017_nos_mision.php
- Fuentes, H. (2011). Formulación de las NIF en México: referente de convergencia a NIIF. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 11-30.
- Grageola Santos, L. G., Martínez Prats, G., Guzmán Fernández, C., & Morales Cárdenas, T. F. (2020). Énfasis del control interno y su ámbito en las deducciones fiscales. *Revista Nacional de Administración*, 11(2), e3073. <https://doi.org/10.22458/rna.v11i2.3073>
- Levy, S. & Alayón, R. (2002). *Miradas y paradojas de la globalización*. Caracas: Colección Económico Financiera del Banco Central de Venezuela.
- Martínez Prats, G., Chan Pereyra, M., & Tosca Magaña, S. (2021). El contador público en la era digital. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 36, 1-13. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.424>
- Martínez Prats, G., Ruiz, H. & Mapen, F. (2019). Emprendimiento y competitividad internacional en México. *3C Empresa, Investigación y Pensamiento Crítico*, 8(2), 108-121.
- Natalichio, R. (2011). Hambre de globalización. *Luna Azul*, 32, 8-9. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&cpid=S1909-24742011000100001&lng=en&tlng=es.
- Real Academia Española [RAE] (2014). Globalización. *Diccionario de la Lengua Española*. (23 ed.). <http://dle.rae.es/?id=JFCXg0Z>
- Rodríguez, J., De Freitas, S., & Zaá, J. (2012). La contabilidad en el contexto de la globalización y la revolución teleinformática. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 18(1), 161-183.
- Romero López, Á. J. (2010). *Principios de contabilidad*. (Cuarta edición). México: McGraw Hill.
- Tua Pereda, J. (1998). Globalización y regulación contable. Algunos retos para nuestra profesión. *Revista Contaduría Universidad de Antioquia*, 32. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/25539>

IMPORTANCIA DE LAS TIC EN EL SISTEMA CONTABLE EMPRESARIAL

IMPORTANCE OF ICT IN THE BUSINESS ACCOUNTING SYSTEMS



¹Juan Fernando Guillén Merlín

²Sergio Alfonso Tosca Magaña

^{1,2}Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

La presente investigación servirá como referencia para mostrar la importancia que tiene las TIC en el sistema contable que pueda tener tanto un contador como una empresa al utilizar estas herramientas. En la actualidad las TIC han jugado un papel muy importante en el área contable ya que gracias a la evolución de estas herramientas, al contador se le ha hecho más factible su trabajo, ya que estas imprimen velocidad en varios escenarios como el contable, al exigir eficiencia y calidad en el registro de las transacciones y operaciones que realizan las organizaciones, sean éstas comerciales, industriales o de servicios, para producir información veraz, confiable y oportuna, para que los usuarios de la misma estén en posibilidad de tomar decisiones acertadas. Por medio de esta investigación se pretende que pueda ser útil para las organizaciones ya que los cambios surgidos debido a los grandes avances de las tecnologías, llevan a las organizaciones a adecuarse a estas nuevas plataformas de internet por ello es importante contar con un contador que esté relacionado con estas nuevas actualizaciones.

Palabras clave: contabilidad, empresa, sistema contable, TIC.

ABSTRACT

This research will serve as a reference to show the importance of ICT in the accounting system that both an accountant and a company can have when using these tools. At present the ICT have played a very important role in the accounting area since thanks to the evolution the accountant has become more feasible his work these print speed in several scenarios such as the accountant, by demanding efficiency and quality in the registration of transactions and operations carried out by organizations are these commercial, industrial or service, to produce truthful, reliable and timely information so that the users of the same, are able to make sound decisions. Through this research it is intended that it

Citación: Guillén Merlín, J. F., & Tosca Magaña, S. A. . Importancia de las TIC en el sistema contable empresarial. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5558>

¹merguillen_juan@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4719-068>

²sergio.alfonso9823@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6603-3495>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5558>

can be useful for organizations since the changes arising due to the great advances of technologies, places organizations to adapt to these new internet platforms so it is important to have an accountant that is related to these new updates.

Key words: *Globalization, Accounting, Financial Reporting Standards.*



1. INTRODUCCIÓN

En este artículo hablaremos de manera general de las tecnologías que la práctica de la contabilidad ha ido incorporando día con día. Nos guiará a un vistazo rápido de actualización en tecnologías de contabilidad y el impacto que estas han generado a lo largo de los años. La tecnología ha incidido de manera directa todas las áreas del saber, algunas con mayor impacto otras con menor, pero de todas maneras se ven afectadas por la evolución de la tecnología. En el caso de la contabilidad se ha convertido en una gran revolución debido a que se ha modificado completamente el proceso contable. Antigüamente todos los procesos contables se realizaban a mano, en libros, los cuales corrían el riesgo de perderse, mojarse, quemarse, etc. Pero en la actualidad ese modelo de contabilidad es obsoleto porque ya todo el proceso contable se puede realizar en la computadora.

La tecnología de la información y las comunicaciones es un conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que mejoran la calidad de vida de las personas en un entorno y se integran en un sistema de información. Esta innovación ayudará a derribar las barreras que existen entre cada uno de ellos que son la principal premisa de la investigación donde dichas tecnologías influyen en el modo de vida de la sociedad.

2. MÉTODO

En esta investigación se buscó el describir como las TIC han tenido una gran importancia para que los sistemas contables sean eficaces para las empresas, en donde se les brinde las herramientas necesarias para poder desarrollarse financieramente bien, La información suministrada por la investigación descriptiva debe

ser verídica, precisa y sistemática. Se debe evitar hacer inferencias en torno al fenómeno. Lo fundamental son las características observables y verificables (Albán *et al.*, 2020). De igual manera se busca que con la presente investigación se comprenda de una mejor manera la gran importancia que tiene el uso de las TIC en los sistemas contables, por eso se aplicó igual el método cualitativo, el cual Guerrero Bejarano (2016) menciona que tiene como objetivo principal hacer comprensible los hechos. Tradicionalmente se ha creído que la investigación cualitativa es una contraparte de la investigación cuantitativa, cuando en realidad las dos se complementan si el investigador puede establecer desde un principio de su investigación los objetivos de esta.

3. LAS TIC EN EL MUNDO ACTUAL

Las tecnologías de la información han revolucionado al mundo de una manera impresionante debido al gran crecimiento que han tenido, pero sobre todo el impacto que tuvieron en la sociedad al poder brindar las herramientas necesarias para poder hacer uso de este tipo de tecnologías con las cuales se busca que las personas puedan hacer sus tareas de una manera más fácil, así como comunicarse de una manera más efectiva y rápida. Para Duarte (2008), los recursos de Internet deben ayudar a resolver problemas concretos. La apropiación consiste en los cambios que las TIC producen para el bien social. Cuando se tornan en herramientas útiles para transformar la realidad en beneficio del ser humano, las TIC contribuyen al desarrollo social, esto sucede, por ejemplo, cuando se mejora la calidad de la educación con el uso de recursos pedagógicos innovadores.

La aparición de la informática ha supuesto una revolución en la contabilidad. La creación de programas contables específicos en un entorno Windows, acercó las aplicaciones informáticas al usuario, haciendo que fueran más fáciles de utilizar y más versátiles (Grande & Estébanez, 2008). Las TIC han abierto nuevos campos en las organizaciones, que tienen que adaptarse a este método, con la finalidad de interactuar con eficacia con los nuevos sectores públicos. En los últimos años las grandes empresas han sido testigos del crecimiento de la contabilidad con las TIC.

Para Ortí (2011), las aplicaciones o programas que podemos utilizar con el ordenador en algunos casos no requieren el uso de las redes de comunicación, sino que están diseñados para su uso de forma local —off line—. Estas aplicaciones informáticas están bastante extendidas, siendo las más utilizadas por los usuarios principalmente las aplicaciones ofimáticas (procesador de texto, hoja de cálculo, gestor de bases de datos, etc.), que se adaptan a las necesidades de usuarios de diferentes ámbitos y profesiones. Las TIC actúan de manera acelerada, y a su vez han cambiado la realidad en diferentes sectores como lo son la economía, educación, comercio, cultural y creativo. La era digital y las TIC han revolucionado todos y cada uno de los aspectos que involucran nuestras vidas; desde la forma en el que nos comunicamos (telefonía móvil, mensajería instantánea en la web, telefonía a través de la web tipo Skype), relacionamos (chats, comunidades virtuales), recibimos asistencia médica (telemedicina), compramos (Mercado libre), trabajamos (trabajo a distancia, paquetes Office), y vivimos en casa. La sociedad está por tanto cambiando a la misma velocidad que se desarrolla la tecnología.

4. ¿PARA QUÉ SIRVE EL SISTEMA CONTABLE?

Josar (2011) indica que la contabilidad es la base sobre la cual se fundamentan las decisiones gerenciales y, por tanto, las decisiones financieras. No existe actividad económica ajena al registro y afectación de las técnicas de la ciencia contable. Desde la actividad económica más pequeña hasta las transacciones

económicas de grandes corporaciones, la ciencia contable aporta a un gran cúmulo de conocimientos, los cuales requieren que sean aplicados por profesionales de la contaduría pública altamente capacitados. La contabilidad ha sido uno de los principales pilares para el desarrollo financiero de las empresas ya que como se mencionó anteriormente, ayuda en la toma de decisiones por parte de las empresas para que estas puedan buscar su bienestar y cumplir con sus objetivos en términos financieros, por ello la contabilidad es parte primordial para el desarrollo de las empresas debido al gran peso que tiene sobre el control financiero de esta misma. El aplicar una buena contabilidad nos ayudará a conocer sobre si está siendo rentable o si presentamos una pérdida para poder tomar las decisiones correctas para el bienestar de la empresa. mientras que para Bravo (2008), “La contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa, con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable”.

El tener un manejo sobre la contabilidad de la empresa, para Cifuentes *et al.* (2018) permite conocer las necesidades a las que se deben enfrentar sus representantes y los recursos con los que cuenta para ello. De hecho, es entendido que, si no se es precavido con la contabilidad, se corre el riesgo de agotar los ingresos y percatarse de ello tardíamente o a desconocer las acreencias de la empresa. Un sistema de información contable comprende los métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para llevar un control de las actividades financieras y resumirlas en forma útil para la toma de decisiones (Josar, 2011).

La estructura según Reyes & Salinas (2015). que contienen los sistemas contables son:

- **Registro de la actividad financiera:** en un sistema contable se debe llevar un registro sistemático de la actividad comercial diaria en términos económicos.

- **Clasificación de la información:** un registro completo de todas las actividades comerciales implica comúnmente un gran volumen de datos, demasiado grande y diverso para que pueda ser útil para las personas encargadas de tomar decisiones.
- **Resumen de la información:** para que la información contable sea utilizada por quienes toman decisiones, esta debe ser resumida.

Como se mencionó anteriormente, los sistemas contables contienen diversos recursos con los cuales se busca ayudar a la empresa a poder tener un mejor control de su sistema financiero con el cual puedan tomar las decisiones adecuadas para su beneficio. Martínez *et al.* (2021). Nos dice que el sistema de información contable es una buena vía para que las empresas tengan una comunicación más adecuada tanto interna como externa, ya que por medio de la notificación que se estará dando en dichas empresas habrá una mejor organización y una buena toma de decisiones que los lleve a mejorar día a día y ser competitivos en el mercado.

El tener una mejor comunicación dentro de las empresas es de suma importancia para poder crecer y ser más eficiente, el conocer cómo se encuentra de manera financiera la empresa ayuda a que se puedan tomar las decisiones adecuadas con los cuales se busca que la empresa pueda seguir creciendo, el tener un sistema contable eficaz nos ayudara a poder tener un mejor control sobre los estados financieros que se realizan, la contabilidad ha evolucionado y se ha adaptado a este nuevo mundo en donde las TIC han tomado suma importancia para el desarrollo de esta profesión, con el cual busca facilitar la tarea del contador para brindar un mejor servicio y hacer que sea eficaz.

5. EL SISTEMA CONTABLE Y LAS TIC APLICADAS EN LAS EMPRESAS

Define la empresa Romero (2000) como “el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela”. Mientras que Andrade, (2002) dice que

la empresa es “aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios”. Y para terminar, Casanueva, (2001) Define la empresa como una “entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”.

Teniendo en cuentas estas definiciones se podría decir que una empresa es “una entidad conformada por personas, esperanzas, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y aspiraciones existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio”.

Las empresas han tenido un desarrollo eficaz a lo largo de los años, esto se debe a que se han ido adaptando a las nuevas herramientas que han surgido con las cuales se han beneficiado en facilitar sus actividades o trabajos que realicen así como poder ser competentes y poder cubrir las necesidades de la sociedad, la innovación tecnológica en las empresas es algo que no ha dejado de evolucionar ya que con ayuda de diversos factores han podido ir creciendo y desarrollándose para poder brindar un mejor servicio. Respecto a la innovación, López *et al.* (2016), nos menciona que la implementación de nuevos instrumentos de innovación tecnológica por parte de la autoridad fiscal en México incrementará la recaudación tributaria, sin embargo, gran cantidad de contribuyentes obligados actualmente no están preparados con el uso de las TIC para el cumplimiento de la expedición de comprobantes fiscales, el envío de la contabilidad electrónica, así como el acceso a las fuentes de financiamiento y/o apoyos gubernamentales de las pymes. El implemento de las tecnologías en las empresas revoluciona la forma en la que estas se desarrollaron, gracias a ello pudieron crecer de una manera exponencial y adaptándose de una mejor forma a las necesidades de la sociedad, la aplicación

de los TIC en la empresa brindó grandes beneficios ya que aportó las herramientas para poder facilitar los trabajos y sobre todo el tener una mejor comunicación de una manera más fácil y eficaz.

Para Bernal & Salazar (2012), las TIC en contabilidad son una ayuda muy importante para los procesos contables ya que promueven la interpretación rápida de la información. La empresa que quiera sistematizar sus servicios contables puede comprar en el mercado un software de contabilidad que ha sido desarrollado para integrar las necesidades de la empresa o viceversa requiere los servicios de un sistema profesional y satisface las necesidades de la empresa.

6. DISCUSIÓN

Como integrante del sistema de información empresarial, el sistema de información contable ha evolucionado con las TIC y continúa haciéndolo, no sólo en sus aspectos técnicos, sino también en su estructura y desarrollo, con el fin de ofrecer la información financiera que requieren los usuarios (Picazo, 2008). El papel de las TIC en los sistemas contables ha sido vital, ya que estas han brindado las herramientas necesarias para poder desarrollar los programas con los cuales se facilita la tarea del contador, en los cuales se puede llevar un mejor control sobre las finanzas de la empresa, así, las nuevas tecnologías renovaron el trabajo del contador tanto que ellos se tuvieron que adaptar para poder realizar su trabajo de una manera más eficiente dejando atrás la contabilidad tradicional. Los sistemas contables han sido de gran ayuda para las empresas gracias a las herramientas que brindan para poder tener un mejor control sobre las finanzas, generando reportes sobre la situación financiera de la empresa para que los altos mandos puedan tomar las decisiones adecuadas.

7. CONCLUSIÓN

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son poderosos instrumentos para la actividad empresarial, que durante las últimas décadas ha

eliminado progresivamente el tiempo y el espacio como obstáculos para la comunicación entre un gran número de organizaciones. Tiene enormes consecuencias para las personas y las empresas, las nuevas tecnologías de la información y comunicación al evolucionar con gran rapidez a lo largo de estos años, han impulsado la necesidad de implementarlas en las empresas y esto a su vez ha sido una desventaja para las pymes, ya que al ser paquetes contables de alta calidad son costosos de adquirir, y las pymes estarían destinando parte de sus ingresos a la adquisición de estas. Las TIC proporcionan a los contadores habilidades en el uso de paquetes de software y programas informáticos, analizando y sintetizando así la información, capacidad de razonamiento y capacidad cognitiva en las operaciones diarias de las empresas, encaminado esto a lograr la máxima eficiencia y cumplimiento de los objetivos y capacidades para ver el negocio como una unidad. En conclusión, podemos describir que los sistemas de información contable son de gran importancia para las empresas debido a los beneficios que se consiguen al implementarlos; el tener un sistema eficiente en la empresa nos ayuda a conocer la situación financiera de una manera precisa con la cual la gerencia o accionistas puedan tomar las decisiones adecuadas para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

REFERENCIAS

- Albán, G. P. G., Arguello, A. E. V., & Molina, N. E. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. <http://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Andrade, S. (2002). *Diccionario de finanzas economía y contabilidad*. Lima: Lucero
- Bernal Rivas, G. X. & Salazar Boada E. M. (2012). *Análisis del impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones en los sistemas contables empresariales en la ciudad de Quito en los años 2006-2010*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6608/1/UPS-QT04645.pdf>
- Casanueva, J. G. (2001). *Prácticas de la gestión empresarial*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Cifuentes-Quinonez, L. M., Endara-Arguello, I. O., Reyes-Vélez, P. E., & Rivas-Cedeño, L. L. (2018). Manejo contable en la empresa. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 178-187. <https://dominodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/730>

- Duarte, E. S. (2008). Las tecnologías de información y comunicación (TIC) desde una perspectiva social. *Revista electrónica educare*, 12, 155-162. <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194114584020.pdf>
- Grande, E. U., & Estébanez, R. P. (2008). Percepción y uso de las TIC en la contabilidad de las Pymes: evidencia empírica en España. *Revista iberoamericana de contabilidad de gestión*, 6(11), 63-91. http://www.observatorio-iberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_11/Elena_Urqu%C3%ADa_y_Raquel_P%C3%A9rez.pdf
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *Innova Research Journal*, 1(2). 1-9. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/3645>
- Josar, C. (2011). La contabilidad y el sistema contable. *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. Servicio Infoaeca*. <http://aeca.es/old/busador/infoaeca/articulos/especializados/pdf/auditoria/pdfcontabilidad/2.pdf>
- López, E. A., Vizcarra, M. F., & Domínguez, D. B. (2016). TIC: financiamiento, contabilidad y facturación electrónica en México. *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 9(19), 141-157. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6577487>
- Martínez Prats, G., Chan Pereyra, M. & Tosca Magaña, S. . (2021). El contador público en la era digital. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 36. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.424>
- Ortí, C. B. (2011). Las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Universidad de Valencia. <http://pregrado.udg.mx/sites/default/files/formatosControlEscolar/pwtic1.pdf>
- Picazo, M. T. M. (2008). El impacto de las TIC en la información contable empresarial. *Economía industrial*, 370, 69-74. <http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/370/69.pdf>
- Reyes Vega, D. E., & Salinas Jara, A. N. (2015). Implementación de un sistema de información contable y su influencia en la gestión de la contabilidad en la empresa de transportes turismo Días SA año 2015. (Tesis de grado). Universidad Privada Antenor Orrego. <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/1487>
- Romero, R. (2000). *Marketing*. Editora Palmir.

CONCEPTUALIZACION DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

CONCEPTUALIZATION OF ELECTRONIC COMMERCE



Lourdes Cristina Soberano Gutiérrez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

El comercio electrónico facilita el poder adquirir un producto o servicios ya que las empresas han brindado las herramientas necesarias para llevar esto a cabo. La importancia que el comercio electrónico ha adquirido en la actualidad, ha sido de gran ayuda para la sociedad debido al impacto que ha tenido con el desarrollo de las nuevas tecnologías, creando así nuevas herramientas y oportunidades para que los consumidores puedan adquirir productos de una manera más segura y eficaz, convirtiéndose en una nueva forma de comercializar a través de Internet a cualquier hora, brindando la posibilidad de mejorar las ventas por parte de las empresas, así como la satisfacción del cliente. En la presente investigación se describirá como el comercio ha evolucionado para llegar a lo que se conoce como comercio electrónico, veremos diferentes puntos de vista de diversos autores para conocer como este nuevo tipo de comercio ha revolucionado al mundo y ha traído grandes cambios al comercio tradicional.

Palabras clave: comercio electrónico, consumidor, tecnología, ventas.

ABSTRACT

E-commerce facilitates the ability to acquire a product or services since companies have provided the necessary tools to carry this out, The importance that electronic commerce has acquired today, have been of great help to society due to the impact it has had with the development of new technologies thus creating new tools and opportunities for consumers to acquire products in a safer way and effective, becoming a new way of marketing through the Internet at any time providing the possibility of improving sales by companies as well as customer satisfaction. In this research it will be described how commerce has evolved to reach what is known as electronic commerce, we will see different points of view of various authors to know how this new type of commerce has revolutionized the world and has brought great changes to traditional commerce.

Key words: e-commerce, consumer, technology, sales.

Citación: Soberano Gutiérrez, L. C. Conceptualización del comercio electrónico. *Publicaciones e Investigación*.
<https://doi.org/10.22490/25394088.5559>

Lourdes.soberano@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2273-7436>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5559>

1. INTRODUCCIÓN

El origen del comercio se remonta a épocas milenarias. En sus inicios se realizaba el trueque, que consistía en el intercambio no monetario de objetos de igual o similar valor (Anderlini & Sabourian, 1996). Posteriormente, aparece la moneda que formaliza las relaciones comerciales. La misma se convirtió en una unidad de valor y en una herramienta económica comercial, usada para la compra y venta de mercaderías de acuerdo con el valor que representaban cada una. Con el paso de los años, el comercio se expandió internamente dentro de los países, luego por los continentes, dando origen a las importaciones y exportaciones, mismas que fortalecieron la economía global.

Con la invención de la electricidad, se inició una nueva etapa de desarrollo, la cual incluyó instrumentos que utilizarían dicha fuente de energía como la radio y televisión. La siguiente etapa de aparatos electrónicos incluyó el que se considera el catalizador del potencial humano, estas son las computadoras u ordenadores.

Esta revolución tecnológica fue utilizada en casi todas las actividades de la humanidad entre las que podemos citar al comercio. Situaciones, tales como llevar el control de las ventas o pedidos fueron modernizadas por el uso de las computadoras; sin embargo, este solo sería el inicio de la relación comercio- tecnología ya que con la invención de una nueva forma de comunicación, conocida como Internet se crearía un panorama novedoso en el intercambio de mercancías, bienes y servicios.

Hoy en día, con el fácil acceso a las nuevas herramientas tecnológicas como “la comunicación digital”, se han creado otras formas para promocionar sus productos, una de ellas es el e-commerce o comercio electrónico. (Gariboldi, 1999) define al comercio electrónico como la (promoción, distribución, publicidad y venta de bienes y servicios) realizada por personas, empresas, agentes electrónicos utilizando medios digitales de comunicación, en un mercado virtual.

2. MÉTODO

En esta investigación se busca el conocer más sobre como el comercio con ayuda de las TIC, que se ha convertido en un nuevo tipo de comercio, conocido como comercio electrónico, el cual ha causado un gran impacto para beneficio de la sociedad gracias a los grandes beneficios que este nos brinda, beneficios que serán descritos en los siguientes temas. Para esto se realizó una investigación de tipo descriptiva llamada también investigación diagnóstica, ya que buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

3. LAS TECNOLOGÍAS Y EL COMERCIO, UNA RELACIÓN

Las tecnologías hoy en día se han vuelto parte fundamental para el actuar diario de la sociedad ya que con ellas hemos ido evolucionando hacia un mundo donde se nos brindan las herramientas necesarias para poder facilitar nuestras tareas, el uso de las TIC ha creado grandes beneficios para diferentes niveles de la sociedad en donde se puede tener una mejor comunicación por medio del Internet el cual nos ha abierto la puerta a una infinidad de cosas y una de ellas ha sido para el comercio. Referente a esto Monge-González *et al.* (2006), señala que la habilidad de las TIC para poner en contacto a compradores y vendedores en forma más eficiente (combinada con el almacenamiento y procesamiento de información), representa una manera de obtener importantes ganancias potenciales, ya que reduce los costos de búsqueda, mejora la identificación (matching) entre vendedores y compradores, e inclusive, facilita la creación de nuevos mercados. Mientras Leal (2007). describe que, como consecuencia de que las tecnologías de la información y de la comunicación se han convertido en la columna vertebral de la economía de la información mundial y de que han dado lugar a la sociedad de la información, se ha puesto mayor atención a la diferencia de acceso a las TIC entre los países desarrollados y los países

en vías de desarrollo. Esta diferencia se conoce como la «brecha digital». El uso de la tecnología ha sido un gran beneficio para cientos de personas, pero como se mencionó anteriormente, existen aún problemas para que todos puedan tener acceso a las tecnologías, sobre todo por el desarrollo del país donde se encuentren y su nivel económico, con lo cual podemos ver que a pesar de que la tecnología ha ido evolucionando, todavía una parte de la sociedad no puede gozar de estos beneficios. Para Soto & Ramírez-Portilla (2021), México es el mercado más grande de comercio electrónico en Latinoamérica, aunque los usuarios de Internet aún desconfían del comercio electrónico. Consecuentemente, la matriz experiencial es imprescindible para la determinación de las nuevas tecnologías para la ejecución de la experiencia adecuada, así como la mejora de la infraestructura tecnológica.

El comercio ha sido parte fundamental en la vida de las personas, desde hace muchos años se ha vuelto pieza clave para poder levantar la economía de los países, por lo que muchos de ellos han invertido en su desarrollo para poder brindar un mejor servicio a los consumidores, lo cual ha sido necesario para el crecimiento de la sociedad, ya que el comercio es la base de las economías mundiales y sobre todo por que cubre las diferentes necesidades que tienen los consumidores.

4. COMERCIO ELECTRÓNICO

La historia del comercio electrónico comenzó hace más de dos décadas dentro de las empresas, con la introducción del intercambio electrónico de datos (EDI) (Liberos *et al.*, 2011) explica cómo empezó a desarrollarse mediante acuerdos entre firmas comerciales, con el envío y recibo de pedidos, información de repartos y pagos, entre otros.

El concepto de comercio electrónico tiene diferentes significados, según la OCDE (1999) (citado en Méndez Aguilar *et al.*, 2019), se considera al comercio electrónico como toda transacción financiera y comercial que toma lugar electrónicamente, incluyendo el intercambio electrónico de datos (Electronic Data

Intechange, EDI), la transferencia electrónica de fondos (Electronic Fund Transfer, EFT) y toda actividad de tarjetas de crédito/débito. Mientras que para Castañeda & Zavala (2012). El comercio electrónico consiste en realizar transacciones comerciales electrónicamente. Consiste en la transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y vídeo. El comercio electrónico comprende actividades muy diversas, como EL comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, subastas, entre otros.

El comercio ha tenido grandes cambios en los últimos años, se ha ido desarrollando y adaptando a las nuevas necesidades que tiene el mundo, por lo cual el adaptarse y formar un nuevo tipo de comercio ha traído grandes retos para poder crear y desarrollar un método eficaz con el cual los consumidores puedan estar satisfechos, por eso Helgueros (2010), nos menciona los beneficios que trajo este nuevo tipo de comercio, como el permitir que se disminuyan los costos, que las empresas tengan acceso al mercado mundial; permite además, la integración de diferentes recursos (multimedia), así como la diversificación de los productos que se ofrecen, así como la disminución de los costos de salida, se mantiene una comunicación directa con el cliente, se disminuyen los costos de distribución, los minoristas pueden utilizar la red para indicar los puntos de ventas tradicionales al por mayor o al detalle.

En la actualidad la globalización y el acelerado manejo de la información hacen que la productividad, competitividad, y el conocimiento hagan parte fundamental de la economía. Este término se conoce como “economía basada en el conocimiento” lo cual ha llevado a aplicar las nuevas tecnologías basadas en Internet denominadas “tecnologías de la información y la comunicación”. Planteando los modelos de e-commerce como una herramienta comercial (Monge González, 2005).

Basantes Andrade *et al.* (2016) dice que hay que considerar al comercio electrónico como una evolución de cambio, debido a las necesidades de la sociedad y la inclusión de las tecnologías de información y comunicación que se fusionan para revolucionar la forma en que se llevan a cabo los negocios. Esta respuesta comercial

a nivel mundial, innova la visión de las empresas para ofertar sus productos y/o servicios en línea, sin tener limitaciones geográficas y vender en un mercado global.

La evolución del comercio con la tecnología causó una gran revolución para el mundo debido al gran impacto que tuvo en la economía ya que al ser una manera más rápida de poder conseguir un producto millones de persona empezaron a usar este método y se adaptaron a él, lo que llevó a la creación de herramientas con las cuales se ayudó a poder seguir desarrollando el comercio electrónico para que pueda ser más eficiente y seguro para las personas.

5. VENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Según García (2003) las ventajas que aporta el comercio electrónico:

- Mayor posibilidad de competir de empresas pequeñas contra grandes compañías: creando una red comercial que permita acceder directamente a los clientes locales o campañas de marketing por medios de comunicación.
- Reducción de costos operativos y mayor eficiencia: sobre todo en relaciones entre empresas (B2B), los costos operativos bajan al automatizar los procesos y evitar los errores humanos en las transacciones.
- Ofrecer información actualizada en todo momento a los clientes: rapidez para transmitir la información al cliente, ya que al ser un medio electrónico se dispone de la última información en los sistemas.
- Mayor cercanía entre proveedores y clientes: una vez se logre captar a los clientes a través de Internet, hay un canal de comunicación directo.
- Actividad las 24 horas: los servicios ofrecidos funcionan las 24 horas del día ampliando así las posibilidades de negocio y mejorando el servicio al cliente.

- Información sobre el comportamiento de los clientes: Internet es un canal interactivo, el cual incentiva a los clientes a aportar información sobre sus hábitos de compra por medio encuestas de opinión.

6. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Negocio a negocio (B2B Business to Business):

Este tipo de comercio electrónico se da cuando una empresa intercambia sus productos o servicios con otra empresa. Silva Murillo (2009) menciona que este tipo de comercio electrónico se da cuando una empresa intercambia sus productos o servicios con otra empresa. Para este efecto se deben instalar programas computacionales tanto en un servidor de Internet como en las empresas que realizarán el intercambio. Muchas empresas utilizan sus propios sitios web.

Negocio a cliente (B2C Business to Consumer):

Se trata de que las empresas realizan sus operaciones de venta directamente para el cliente. Para Castañeda & Zavala (2012), se refiere al intercambio entre empresas y consumidores finales, es decir, el comercio tradicional a través de medios electrónicos. Esta modalidad fue la de mayor desarrollo inicial, en la cual se utiliza el correo electrónico para sustituir la venta por catálogo.

Cliente a negocio (C2B Consumer to Business): Se refiere a la relación que se da entre el cliente y las empresas.

Cliente a cliente (C2C Consumer to Consumer): Es la relación que se da entre dos clientes que se puede denominar consumidores finales.

7. DISCUSIÓN

El comercio electrónico en el mundo actual nos brinda una mayor facilidad a la hora de adquirir un producto, debido a que se puede hacer desde una computadora o celular desde tu propio hogar, ahorrándote el estar saliendo e ir hasta el lugar donde se encuentra

ese producto. Es importante destacar que el comercio electrónico es como una estrategia para que las empresas locales y nacionales obtengan una ventaja en los mercados internacionales, permitiéndoles participar en el comercio entre sí y con los consumidores finales. En esta visión la globalización y el avance tecnológico crean ventajas en su posicionamiento, agilizando los procesos dentro y fuera de la empresa, ingresando al mundo virtual buscando información de una manera más ágil y rápida para entregar sus productos y / o servicios de una manera diferente a través de la red e imaginar Internet como el futuro de la tecnología y la comunicación.

8. CONCLUSIÓN

La incursión del comercio electrónico ha impactado enormemente en el quehacer de las empresas, ya que se han tenido que adaptar a este nuevo tipo de comercio para poder seguir subsistiendo en el mercado y poder seguir compitiendo para cumplir con las necesidades de los consumidores. Los clientes se han visto beneficiados con las alternativas que se tiene hoy en día para la compra de productos o servicios lo hacen de una manera más sencilla simplemente con estar conectados a Internet y teniendo las herramientas necesarias para poder realizar este proceso. Las empresas buscan ser competitivas por ese motivo han implementado diferentes métodos con los cuales se pueden adquirir sus productos de manera electrónica para que así el consumidor tenga la mayor comodidad posible y encuentre todo lo que desee en tan solo un click. Las pequeñas empresas tienen una opción diferente para comercializar sus productos ya que algunas los pueden hacer por medio de canales de distribución electrónicos más pequeños o por medio de las redes sociales ya que en ocasiones no cuentan con los recursos suficientes como para mantener una página de internet con todos sus productos. El Internet permite comunicarse con cualquier persona en diferentes partes del mundo sin importar la hora ni el día. Esto es lo mismo que pasa con el comercio electrónico, se puede conseguir prácticamente cualquier cosa de diversos lugares no importa en donde se

localice el productor ni el consumidor, en esto radica la gran evolución y crecimiento que el comercio electrónico tuvo en el mundo. Gracias al uso de internet se puede hacer uso de imágenes que llegan de una manera más efectiva a los potenciales clientes. Los costos de publicidad y transporte bajan notablemente con el uso del comercio electrónico. Se puede actualizar permanentemente la información de productos, precios, ofertas y otros.

REFERENCIAS

- Anderlini, L. & Sabourian, H. (1996). Algunas notas sobre la economía del trueque, dinero y crédito. En *Trueque intercambio y valor: Aproximaciones antropológicas*, Quito: Abya Yala.
- Basantes Andrade, A. V., Gallegos Varela, M. C., Guevara Vega, C. P., Jácome Ortega, A. E., Posso Astudillo, Á. M., Quiña Mera, J. A., & Vaca Orellana, C. F. (2016). *Comercio electrónico*. Ibarra-ecuador. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6793>
- Castañeda, D. H. T., & Zavala, J. G. (2012). Comercio electrónico. *Contribuciones a la Economía*, 7. <https://www.eumed.net/ce/2012/tcgz.zip>
- García, R. (2004). *Realidad jurídica del comercio electrónico en Colombia*. (Tesis de grado). Universidad Externado de Colombia, Bogotá. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/55313>
- Helgueros, Y. (2010). Comercio electrónico como estrategia impulsora de las exportaciones en México. *Aprendizaje Organizacional en las Mipymes*, 3(3), 81. <https://www.theibfr.com/es/download/riaf/2010-riaf/riaf-v3n3-2010/RIAF-V3N3-2010.pdf#page=83>
- Leal, E. T. (2007). Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 4(2), 1-8. <https://www.redalyc.org/pdf/780/78011231006.pdf>
- Méndez Aguilar, E., de Dios Martínez, A., & Méndez Palos, E. (2019). Propuesta metodológica para determinar competencias gerenciales en condiciones de comercio electrónico en México. *Retos de la Dirección*, 13(2), 20-41. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000200020
- Monge González, R. (2005). *TIC en las pymes de Centroamérica*. San José: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Monge-González, C., Alfaro, C., & Alfaro, J. (2006). Tecnologías de la información y la comunicación (TIC), productividad y competitividad. *Revista Digital Futuros*, http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/tics/contenido_u4.pdf

Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: descriptiva, exploratoria y explicativa. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx

Silva Murillo, R. (2009). Beneficios del comercio electrónico. *Perspectivas*, 24, 151-164. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160008.pdf>

Soto, A. V., & Ramírez-Portilla, A. (2021). La incidencia de las nuevas tecnologías en la reducción de la desconfianza en el comercio electrónico en México. *Revista Académica ECO*, 24, 39-73. <http://revistasguatemala.usac.edu.gt/index.php/race/article/view/1543>

LA CONTABILIDAD Y LA GLOBALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS

ACCOUNTING AND THE GLOBALIZATION OF BUSINESS



Elizabeth García Moreno

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

Este documento tiene como objetivo estudiar el impacto de los intereses de los inversionistas de los países desarrollados, en la normalización de la contabilidad como consecuencia de la extensión de los negocios en este mundo globalizado, para lo cual, se da un panorama general de la normatividad contable en la globalización de los negocios, con el propósito de identificar la necesidad de ir a la par con sus cambios y utilizarlo con fines de generación de información útil, confiable y homologada en la toma de decisiones y desarrollo de los negocios en la globalización. La metodología empleada en este ensayo científico, es la investigación documental que recopila y analiza los datos e información para, a través de un juicio crítico de reflexión, cumplir con el objetivo planteado.

Palabras clave: contabilidad, globalización, norma internacional.

ABSTRACT

This document aims to study the impact of the interests of investors from developed countries, in the standardization of accounting as a consequence of the expansion of business in this globalized world, for which, a general overview of regulations is given. accounting in the globalization of business, in order to identify the need to keep up with its changes and use it for the purpose of generating useful, reliable and standardized information in decision-making and business development in globalization. The methodology used in this scientific essay is documentary research that collects and analyzes data and information in order to meet the stated objective through a critical reflection judgment.

Key words: Accounting, globalization, international standard.

Citación: García Moreno, E. . *La Contabilidad Y La Globalización De Los Negocios*. Publicaciones E Investigación.
<https://doi.org/10.22490/25394088.5560>

elizabeth.garcia.moreno@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1666-5157>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5560>

1. INTRODUCCIÓN

En el periodo de expansión de los negocios de los países sobre el mundo, la contabilidad está modificando su normatividad para generar información financiera que se adapte a las necesidades de los usuarios en el nuevo entorno económico, principalmente se han desarrollado un conjunto de normas para establecer un sistema contable que responda a las necesidades de intercambio de información, comprensión y confianza de las inversiones, en los mercados de capitales y en la internacionalización de los negocios entre los diferentes países (Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera [CINIF], 2021). Como resultado de este proceso se emplean dos modelos contables internacionales importantes para el uso normativo: las normas contables emitidas por el Financial Accounting Standards Board (FASB) y el International Accounting Standards Board (IASB) (Díaz & Vilchez, 2010).

La contabilidad como lenguaje de los negocios, se emplea como medio de comunicación y dada la globalización de la economía se convierte en la base para generar la información contable en el proceso de normalización y armonización en las últimas décadas, como reflejo del cambio e impacto de la economía en el mercado de capitales (CINIF, 2021; Istudor & Moacanú, 2015; Rodríguez *et al.*, 2012).

La contabilidad es una técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuralmente información financiera. (Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera [CINIF], 2021, p. 8)

Después de la Segunda Guerra Mundial, la contabilidad cambia su paradigma beneficio por el paradigma de utilidad, es decir, genera información financiera para ser utilizada por los usuarios externos (inversionistas, acreedores, gobierno) del negocio para la toma de decisiones económicas. Dicho paradigma se refuerza ante las necesidades de los usuarios de la información financiera en los mercados de capitales,

creando la necesidad de generar información financiera comparable, relevante y de calidad como base para la toma de decisiones gerenciales (CINIF, 2021). Para lograrlo se han realizado modificaciones en los organismos emisores, redefiniendo el marco conceptual para la elaboración de los estados financieros fuente de información. Para reconocer, registrar y procesar las transacciones económicas es necesario realizarlo en forma similar y homogénea disminuyendo los costos elevados en la preparación de estados financieros (Díaz *et al.*, 2010; Mileti *et al.*, 2001). Así la contabilidad sirve como un medio de comunicación, es lenguaje de los negocios (Mileti *et al.*, 2001).

2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Según la Real Academia de la Lengua Española, se define a la globalización en términos económicos como el “proceso por el que las economías y mercados, con el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, adquieren una dimensión mundial, de modo que dependen cada vez más de los mercados externos y menos de la acción reguladora de los gobiernos”.

Según Bodemer (1998), dentro del concepto de globalización resaltan tres elementos: primero, no es un acontecimiento reciente, sino la expansión de las transacciones transversales que se habían incluido en la internacionalización; segundo es tecnológico y económico, comprende las áreas de finanzas, comercio, producción, servicios e información y tercero, se tiene la seguridad de que al tratar de deslindarse de este proceso es certero su fracaso. Observa los siguientes acontecimientos: los países emergentes expanden su comercio del 33% en la década de los años 80 al 43% en la década de los años 90 y los flujos de capital privado de los países desarrollados a los emergentes se cuadruplicó hasta llegar al 60%. La participación de los países en desarrollo en las inversiones directas a nivel mundial aumentó del 23% a mediados de los años 80 a más del 40% en 1994. Hay que tomar en cuenta, sin embargo, que de esa evolución participa sólo una docena de

países en desarrollo, por lo que la economía mundial es internacional, pero no globalizada.

Según Ghemawat (2017), los negocios no están globalizados sino semiglobalizados, puesto que determina que el comercio internacional extraordinariamente excede el 30% y afirma que la mayoría de los flujos comerciales ocurren en forma local, lo que indica que diferentes tipos de distancia continúan restringiendo las actividades comerciales.

Fundamenta sus afirmaciones con su estudio en el que analiza: los flujos comerciales, en los que determina que las exportaciones mundiales de bienes y servicios representaron el 31% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial en 2014; los flujos de capital, en los que examina la movilidad internacional del capital global, que fue solo del 7% en 2014 y que las acciones mundiales de capital de cartera fueron 36% en 2014 y la fluidez de las personas, la proporción de la población mundial que vive fuera de su país de origen es solo del 3%, mientras que el flujo de los estudiantes en forma internacional en 2014, fue del 2.2%. Como ejemplo de semiglobalización, esta el Brexit del Reino Unido creando controversia si la globalización es cada vez mayor o está en retroceso. Considera que este país, no ha ido en contra de la globalización, si no que se confirma que vivimos en un mundo semiglobalizado, en el que las exportaciones son irrelevantes a nivel mundial representando un tercio de su PIB en dicho país (Ghemawat, 2017).

Para Rodríguez *et al.* (2012), seguramente los países más beneficiados de las consecuencias de la globalización son los industrializados y competitivos en el mercado. Estos países, además, hacen uso de su sistema monetario, el cual les da ventaja sobre países emergentes que se exponen al efectuar actividades especulativas con consecuencias sociales severas. Gran parte de las actividades económicas como el comercio, las inversiones y el capital financiero se desplazan principalmente por EE. UU., la Unión Europea y Japón, siendo estos países desarrollados quienes establecen las condiciones en que operan los negocios, lo que provoca que el mercado internacional esté

regulado y controlado por aspectos políticos (Bodemer, 1998).

El fenómeno de la globalización de la economía, negocios, inversiones, así como la acelerada innovación tecnológica y sus manifestaciones, expuestas en el mayor incremento del uso de la tecnología electrónica relacionada con la información, constituyen un mundo altamente interrelacionado, donde es imprescindible poseer lenguajes y estándares comunes que faciliten el intercambio de información, la comprensión y la confianza entre las entidades de los diferentes países. La contabilidad no se ha globalizado al mismo ritmo que lo ha hecho la globalización de los mercados y las inversiones y que la economía mundial se globalizó (Vilchez, 2008), sin embargo, Rodríguez *et al.*, (2012) afirman que, con la internacionalización de la contabilidad, se busca, que la información financiera utilizada por los usuarios de los estados financieros sea comparable a nivel nacional o internacional.

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) tienen su origen en los siguientes organismos normativos: el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASC, por sus siglas en inglés) se formalizó en 1973 el cual, al disolverse, formó el International Accounting Standards Board (IASB) en 2001, quien se encarga de emitir las normas contables aplicadas internacionalmente. De igual forma se renombró a las Normas Internacionales de Contabilidad (IAS, por sus siglas en inglés a Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS, por sus siglas en inglés), y se determinó como NIIF para las nuevas normas contables que se emitan. En 2002 se firma el acuerdo Norwalk con el Financial Accounting Standards Board (FASB), que proponía una aproximación entre las NIIF y los United States General Accounting Accepted Principales (USGAAP), así las normas serían de alta calidad y compatibles para ser utilizadas para cotizar diversos mercados. Este acuerdo deriva de los escándalos y desconfianza que generó Enron (Inchausti, 2014; Jos *et al.*, 2016; Vilchez, 2008), y representa trabajar ambos marcos conceptuales, para determinar un marco común para estos dos organismos (Díaz *et al.*, 2010).

Existen tres periodos en la aplicación de las normas contables de las empresas que cotizan en México: 1) Principios generalmente aceptados hasta el 2005, 2) Las NIF entre el 2006 y 2011 y 3) las NIIF de 2012 a septiembre de 2013. Las empresas mexicanas que reportaron en la bolsa y que cambiaron la aplicación de las normas contables locales por el uso de las normas contables internacionales aumentaron la relevancia valorativa, la calidad de la información y la confiabilidad de los inversionistas (Garza *et al.*, 2015). En un mismo sentido, Quevedo (2013) afirma que las modificaciones realizadas en las normas de información financiera a partir de 2004 han tenido como resultado un incremento en la relevancia de la información financiera y en términos generales, un aumento en el precio de la acción.

Para integrarse al mercado de capitales, en un entorno económico globalizado es necesario proporcionar información financiera comparable, transparente y de alta calidad (Istudor & Mocanu, 2015; Vilchez, 2008).

Según Vilchez (2008) las regulaciones locales contienen las normas contables emitidas por los organismos privados y por el organismo de gobierno, así mismo menciona:

Cada país tiene la decisión soberana de adoptar, adaptar o no utilizar las normas IASB en la preparación de estados financieros, puede constituirse en un factor importante en la atracción de los capitales de inversión, en la suscripción de tratados de comercio multilaterales entre naciones, entre otros. Pero por sugerencia internacional, es conveniente el uso de normas IASB en la emisión de los estados financieros. En consecuencia, puede constituirse en un factor importante en la atracción de los capitales de inversión, en la suscripción de tratados de comercio multilaterales entre naciones, entre otros. (p. 7)

En ese sentido y, en busca de la transparencia financiera, los organismos gubernamentales, las bolsas de valores, los organismos profesionales emisores de las normas contables IASB y normas FASB, entre otros, están tomando medidas para mejorar las normas contables (Vilchez, 2008).

Los cambios a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) por las Normas de Información Financiera (NIF) han tenido impacto en la relevancia de la información financiera. “utilidades reportadas por la contabilidad contienen información relevante que impacta el precio de las acciones” (Quevedo, 2013, p.65).

La contabilidad al presentar la realidad a través de su normatividad, basándose en el valor razonable, en lugar del costo histórico, afecta los mercados, esta situación puede no contribuir al crecimiento sostenido del mercado. Han existido tres cambios en la contabilidad: primero, en la base de medición de históricos de costos vs. el valor razonable, este último proporciona a los inversionistas información relevante sobre el valor de la empresa, puesto que se determina utilizando el método de flujo de efectivo; segundo, establecimiento de estándares del sector público al privado y tercero, pasar de normas nacionales a internacionales. La (IASB) promueve y pretende estándares financieros para satisfacer los objetivos de ciertos intereses, cambiar la orientación para enfrentar estas presiones, podrá afectar la realidad que utiliza la contabilidad para generar información financiera. Así comúnmente los usuarios y mercados son utilizados para evaluar los estándares de contabilidad creados para finanzas de mercados. Existe una tendencia de la privatización de las normas contables, Estados Unidos es un claro ejemplo de esta situación al delegar la autoridad reguladora de las normas contables a organismos privados en 1930. En el caso de Japón, las normas eran emitidas por organismos públicos hasta 2001, ya que IASB lo presionó para que esto ocurriera, ya que, lo condicionó que para que tuviera Japón representantes en la IASB, tenía que establecer su normatividad un organismo privado (Anderson & Suzuki, 2014).

3. CONCLUSIÓN

Al analizar la conceptualización de la globalización, se confirma que este fenómeno no es reciente y que en realidad los negocios no se desarrollan en este contexto como tal, sino en un mundo semiglobalizado. Así la

contabilidad en las últimas décadas se ha enfocado en homologar las normas y sistemas contables en beneficio del capitalismo y predominio bursátil, si bien, se establece que los países podrán adoptar en forma soberana los modelos normativos en los flujos de capitales en el mercado, los países que tienen ventajas en él, exigen la aplicación de las normas de información internacionales para que los países tengan la posibilidad de entrar en estos mercados e internacionalización comercial, al generar información contable que les sea útil para evaluarlos.

Se concluye que los intereses de la normatividad contable se desarrollan con base en las necesidades de la economía y de información financiera basada en similitudes de terminología y de procedimientos de obtención y presentación de los países más desarrollados en la internalización de los negocios. Las empresas que emplean las normas internacionales en lugar de las normas locales, aumentan su transparencia y la confianza de los inversionistas nacionales como de los extranjeros. Permite aumentar su reputación y la entrada y beneficios de los mercados de capital. Así podrán tomar mejores decisiones al reducir su incertidumbre sobre la información financiera y su riesgo en las futuras inversiones. El enfoque de los inversionistas podrá ser un indicativo de una visión limitada de la función y objetivos de las normas contables.

En México, las aplicaciones de las NIIF son obligatorias en la generación de información contable, solo en las empresas que cotizan en la bolsa de valores, han logrado un aumento en la relevancia valorativa y la confiabilidad de los inversionistas al pasar de la aplicación de las PCGA a NIF y posteriormente a NIIF.

Las sociedades anónimas bursátiles, así como otras empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, están obligadas a cumplir con la normatividad de las NIIF, lo que les permite disminuir riesgos a los inversionistas (Mancilla & Saavedra, 2015; Tovar, 2011). Estas empresas emiten una confiabilidad dado a su transparencia y rendición de cuentas a las que se han calificado con un 8.26, a diferencia de las empresas que no están sujetas a llevar esta normalidad con una calificación de 5.34 (Price Water House [PWC], 2015).

REFERENCIAS

- Anderson, D., & Suzuki, T. (2014). Financialisation of global markets: the role of private sector accounting standard setting. *Law and Financial Markets Review*, 8(1), 20–26. <https://doi.org/10.5235/17521440.8.1.20>
- Bodemer, K. (1998). La globalización. Un concepto y sus problemas. *Nueva Sociedad*, 156, 54–71. https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39279497/Lectura_Globalizacion.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1535848291&Signature=Fh6311PzRLd6jAT%2FS1O2aKjYiuI%3D&response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DLectura_Globalizacion.pdf
- Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera [CINIF]. (2021). *Normas de Información Financiera 2021*.
- Díaz, M., Gil, J., & Vilchez, P. (2010). Hacia la convergencia mundial del marco conceptual para la preparación de los estados financieros. *Contabilidad y Negocios*, 5(9), 19–56. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/197>
- Garza, H., Cortez, K., Méndez, A., & Rodríguez, M. (2015). Efecto en la calidad de la información ante cambios en la normatividad contable: caso aplicado al sector real mexicano. *Contaduría y Administración*, 62(3), 746–760. <https://doi.org/10.1016/J.CYA.2015.11.012>
- Ghemawat, P. (2017). The laws of globalization and business applications. *Management*, 20(3), 287–297. <https://doi.org/10.1017/9781316678503>
- Inchausti, G. (2014). Instituciones e intereses en conflicto ante la regulación contable. *Revista de Contabilidad*, 17(2), 143–152. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2013.11.001>
- Istudor, I., & Mocanu, F. (2015). Financial-accounting Information in the Knowledge Society. *Valahian Journal of Economic Studies*, 6(20), 21–26. <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=59&sid=109a87ed-6f35-4e1a-8949-810d9ebf0cf5%40sessionmgr104>
- Jos, C., Herrera, A., & Fum, V. (2016). Algunas cuestiones relevantes en el proceso internacional de convergencia contable: IASB VS. FASB. *Estabilidad Financiera*, 13. <https://www.bde.es/f/webbde/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/RevistaEstabilidadFinanciera/07/Fic/IEF200713-1.pdf>
- Mancilla, R., & Saavedra, M. (2015). El gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Contaduría y Administración*, 60(2), 486–506. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(15\)30011-5](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(15)30011-5)
- Mileti, M., Berri, A., Gastaldi, J., Ilundain, L., Judais, A., Marcolini, S., & Veron, C. (2001). Evolución histórica de la contabilidad y su relación con la investigación y regulación contable en Estados Unidos, Sur de Europa y Argentina. *VI Jornadas Investigaciones en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística*, 328–349.

[https://fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Mileti,Berri,Gastal di_evolucion historica de la contabilidad.pdf](https://fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Mileti,Berri,Gastal%20di%20evolucion%20historica%20de%20la%20contabilidad.pdf)

PWC. (2015). *Gobierno corporativo en México: entorno, tendencias y oportunidades*. <https://docplayer.es/48980536-Gobierno-corporativo-en-mexico-entorno-tendencias-y-oportunidades.html>

Quevedo, N. (2013). Impacto de las Normas de Información Financiera en la relevancia de la información financiera en México. *Contaduría y Administración*, 58(2), 61–69.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39525785004>

Rodríguez, J., De Freits, S., y Zaa, J. (2012). La contabilidad en el contexto de la globalización y la revolución teleinformática. *Revista Venezolana de Coyuntura*, 18(1), 161–163. <http://www.redalyc.org/pdf/364/36424414008.pdf>

Tovar, D. (2011). Modelo de gobierno corporativo para una pyme mexicana. *EGADE Business Scholl Tecnológico de Monterrey*. <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/632191/CEM340845.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vilchez, P. (2008). La armonización de normas contables en los países de América.

Contabilidad y Negocios, 3(5), 5–10.

DEL FOTOEPIGRAMA BRECHTIANO AL ANONIMATO DEL E-MEME POLÍTICO

FROM THE BRECHTIAN PHOTOEPIGRAM TO THE ANONYMITY OF THE POLITICAL E-MEME



¹ Gabriela Martínez Reyes

² Hugo Angulo Fuentes

³ Martha Libny Xicoténcatl Valencia

^{1,2,3} Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

Por encima de la noción biológica y genética generadora de mimesis que se atribuye a Richard Dawkins, para explicar el fenómeno contemporáneo del e-meme, y más allá de la manera en que Pérez Salazar define a estas imágenes dotadas de humor como “expresiones de cultura popular”; este trabajo parte de dos bases principales sobre las cuales deriva este arte crítico, primero, el malestar por la injusticia, el cinismo y la barbarie; y segundo, el nivel de la mirada y posicionamiento del exiliado con la que un compositor le abre paso a la verdad desde su procedencia, en medio de la selva en tempestad en que prevalece la incongruencia y sinrazón de la realidad. Georges Didi-Huberman, filósofo y prestigioso historiador del arte contemporáneo, inspirado principalmente en los testimonios de Bertolt Brecht, dramaturgo y poeta, y en segundo lugar imbuido por Walter Benjamin, filósofo, escritor y fotógrafo; este texto da cuenta del camino metodológico que siguió el artista durante la persecución que sufrió en tiempos de la Segunda Guerra Mundial, para erigir fotoepigramas, cuyo proceso es familiarmente similar a los actuales e-memes, en cuyos contenidos el panorama político, así como el humor irónico y crítico constituyen una constante combativa, que adquiere comunión generalizada, como si se tratase de un efecto multiplicador, cuyo origen recae en el malestar.

Palabras clave: e-memes políticos, fotoepigrama, humor crítico, redes sociales.

ABSTRACT

Above the biological and genetic notion that generates mimesis that is attributed to Richard Dawkins, to explain the contemporary phenomenon of the e-meme, and beyond the way in which Pérez Salazar defines these images

Citación: Martínez Reyes, G., Angulo Fuentes, H., & Xicoténcatl Valencia, M. L. Del fotoepigrama brechtiano al anonimato del E-Meme político. *Publicaciones e Investigación*. <https://doi.org/10.22490/25394088.5561>

¹mart24reyes@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3402-4521>

²hugo.angulo@ujat.mx, <https://orcid.org/0000-0003-1240-6318>

³martha.xicotencatl@ujat.mx, <https://orcid.org/0000-0003-1904-6706>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5561>

endowed with humor as “expressions of popular culture”; this work starts from two main bases on which this critical art derives, first, the discomfort with injustice, cynicism and barbarism; and second, the level of the gaze and positioning of the exile with which a composer opens the way to the truth from its origin, in the middle of the jungle in tempest in which the incongruity and unreason of reality prevails. Georges Didi-Huberman, philosopher and prestigious historian of contemporary art, inspired mainly by the testimonies of Bertolt Brecht, playwright and poet, and in second importance imbued by Walter Benjamin, philosopher, writer and photographer; this text gives an account of the methodological path followed by the artist during the persecution he suffered in times of the Second World War, to erect photoepigrams, whose process is familiarly similar to the current e-memes, in whose contents the political panorama, as well as the ironic and critical humor constitute a combative constant, which acquires generalized communion, as if it were a multiplier effect, whose origin lies in discomfort.

Key words: Political e-memes, photoepigram, critical humor, social networks.



1. INTRODUCCIÓN

Bertolt Brecht autor de los epigramas ilustrados, en el pasado, y los creadores de e-memes políticos, en el presente, pertenecen a mentes pensantes, forman parte de las mayorías, y porque su vida ha sido de esfuerzo por ganarse la vida, conocen y saben identificar necesidades, dificultades comunes, son sensibles a los desafíos, precisamente porque saben que no solo ellos existen, sino que su activismo resulta de la observancia del otro, de los demás; y en ese sentir se identifican con quienes pertenecen a su misma posición social, entienden además a las minorías, porque en esencia forman parte del mismo clamor, de los mismos derechos, de justicia, de igualdad, de oportunidades, de prosperidad. En este habitat, existen personas con más estudios que otras, algunas con más experiencias, por circunstancias, por casualidades, por fortuna; ciertas miradas son más agudas que otras, otras con más argumentos; sin embargo, coinciden en los blancos o motivos del encono y disgusto.

En esta investigación presentaremos cómo el fotoepigrama ha ido cambiando y cómo este se fue desarrollando a lo largo del tiempo.

2. ORÍGENES DEL MALESTAR A CAUSA DE LA POLÍTICA

La crítica a los hechos, acciones y decisiones atribuidas al poder han existido a lo largo de la historia de la humanidad; en esta atmósfera de autoridad y dominio ocurren excesos, abusos, despotismo, nepotismo, injusticia, simulación, compadrazgo, influyentismo, populismo, represión y corrupción, entre tantas otras formas de proceder a cargo del Estado o el Sistema, donde lo que más ocupa a la clase gobernante es ganar y conservar el poder, por encima de servir a la sociedad, en el sentido de procurar desarrollo y bien común para todos y cada uno de sus ciudadanos.

La política ha de entenderse en este trabajo como las acciones (Moufee, 2011) que derivan de los planes de administración pública, las imposiciones normativas, del ejercicio del poder en lo judicial, militar, ejecutivo y legislativo; la política refiere a la manera en que opera toda la estructura de instancias de atención, servicio, trámites, servicios y funcionarios públicos a todos los niveles, desde operarios, jefaturas, bandos medios, directivos, secretarios y todo el sistema de cargos y autoridades de gobierno.

La política es un asunto de la cultura, en el sentido de que ésta se ha construido en la línea del tiempo; influye, determina, se muestra como constante, se generaliza porque en todos lados hay similitud, los cambios son lentos, más bien el quehacer de este ámbito se expresa repetitivo, cíclico y hasta predecible. Hay mucho que añadir de este contexto, pero en este trabajo es suficiente para comprender que de la política surge la crítica social, la de las masas o las periferias. Una vez definida —*grosso modo*— la política, afirmamos que tanto los epigramas ilustrados de Brecht y los e-memes políticos son consecuencias de los alcances de la política; sean equivocados o encausados, siempre se alzan voces que no coinciden; concomitante al sentido de justicia que antepone el pensamiento de izquierda, en cualquier latitud.

3. LA MIRADA CRÍTICA

Frecuentemente las posiciones se comparten, las posturas se intercambian, la socialización de críticas se multiplica, las posturas encuentran eco, entre éstas se suman y suman identidades. Alzar la voz es motivo de esperanza, en este orden, se sabe que se suman adeptos, y donde queda claro que más vale hablar, decir, y criticar a no hacer nada. Hay ciudadanos que conocen tan bien lo que ocurre abajo, que tienen más elementos para argumentar, saben que su caminar por doquier, porque no les queda de otra, les permite enterarse, a veces, algunos tienen que apartarse un poco para ver más allá.

4. LA EDICIÓN

No sin antes privilegiar respeto hacia la interpretación que Didi-Huberman, estudia y realiza acerca del trabajo de Bertolt Brecht, en su libro *Cuando las imágenes toman posición* (Didi-Huberman, 2013, pp. 18-19) y sobre todo, anteponiendo la consideración hacia la humana intencionalidad con la que Brecht publicó el *ABC de la guerra*, el proceso creativo para producir un e-meme es equivalente y comparable, a lo que Didi-Huberman llama:

“... montaje [...] disponer las cosas [...] la decisión de mostrar por montaje, es decir por dislocaciones y recomposiciones de todo. El montaje sería un método de conocimiento y un procedimiento” (Didi-Huberman, 2013, pp. 76-77); justo aquella acción creativa en cuestión, puede ser explicada con suficiente aproximación, con la descripción que Ruth Berlau, hace de Bertolt Brecht, pues sostenía que “a menudo se le veía con tijeras y pegamento en la mano [...] Corte y confección del poeta: imágenes de la guerra” (Brecht, 2004, p. 199),

quien en el exilio en Dinamarca realizó con la finalidad de

“reestablecer la verdad [...] En tiempos en que se demanda el engaño y se fomentan los errores, el pensador se esfuerza por rectificar todo lo que lee y oye. Lo que lee y oye lo comenta en voz baja, corrigiéndolo al hablar. De oración en oración sustituye los enunciados falsos por otros verdaderos. Y esto lo practica hasta que no puede leer y oír otra cosa”. (Brecht, 2004, p. 11)

respecto a la sinrazón, la injusticia, la irracionalidad y el dolor humano durante la Segunda Guerra Mundial.

Valgan una vez más las disculpas y cautela con la comparación que hacemos en este trabajo, respecto a los procesos creativos de construir un e-meme y la configuración del *ABC de la guerra* del poeta y dramaturgo alemán; sobre todo porque el primero se relaciona con el humor, la burla y la risa; en tanto que el segundo tuvo que ver un tanto cuanto con la

“... denuncia [...] en la configuración de un texto deliberadamente pedagógico [...] que todos deberían aprender y no olvidar. Un texto ilustrado: Brecht recorta las imágenes de los medios de comunicación (por lo general periódicos y revistas) y de la propaganda (no se trata de esferas claramente diferenciadas); e intenta aclarar el contenido de las fotografías en epigramas de cuatro versos. Los epigramas deben -hacer hablar- a las imágenes” y en su mayoría

tomar partido en contra del objetivo (ilustrativo o heroizante) asociado a ellas”. (Brecht, 2004, p. 11)

Cabe aclarar que, aunque el artista exiliado alemán, preparó esta publicación con seriedad y esmero, resulta suficiente leer algunos de sus versos de los que “él mismo denominó [...] fotoepigramas” a decir de los intelectuales de Ediciones del Caracol “La vinculación entre foto y explicación versificada” (Brecht, 2004, p. 11), para percibir entre líneas cierta mordacidad, agudeza, sarcasmo e ironía crítica; cualidades expresivas que igualmente suelen asomarse en muchos de los contenidos de los e-memes.

El trabajo creativo que desempeñó Bertolt Brecht en sus días de exilio: “huido bajo este techo de paja danés, sigo vuestra lucha amigos” Brecht, 1939. (Brecht, 2004, ver solapa) “El fugitivo albergaba un único deseo: ayudar” (Brecht, 2004, p. 199), pues el *ABC de la guerra*:

“Es un libro que pretende enseñar a leer imágenes [...] sombrías del pasado [...] La gran ignorancia sobre relaciones sociales que el capitalismo cuidadosa y brutalmente mantiene convierte -las miles- de fotografías publicadas en las revistas ilustradas en verdaderos jeroglíficos, indescifrables para el lector ignorante” (Brecht, 2004, p. 7).

Esta descripción acerca de Bertolt Brecht, expuesta por Ruth Berlau en el Corolario o nota inicial que encabezó la primera edición de 1955 y el Epílogo del *ABC de la guerra*, la podemos comparar con la mentalidad de un creador anónimo de e-memes, quien ciertamente no es fugitivo ni exiliado que huye de la guerra armada como le tocó vivir a Bertolt en la Segunda Guerra Mundial; el e-memero sin embargo, hace las veces de fugitivo porque tiene que esconderse en el anonimato que posibilitan las redes sociales, lejos de los espacios públicos y apartados de las proximidades físicas de los palacios de gobierno para denunciar como en su tiempo lo hizo el poeta alemán a través de su “*Abecé o Catón*” (Brecht, 2004, ver contraportada).

Antes de pensar con mayor profundidad en torno al “montaje” que practicó Brecht (1938) y teorizó Didi-Huberman (2007) a partir de los elementos comunes que integran el e-meme, en los cuales, consideramos centrar el análisis, ahondaremos en el sentido intelectual, social y político con el que Bertolt trabajó. Por un lado la denuncia mediante los fotoepigramas sigue representando hasta hoy un ejercicio de ciudadanía que sigue buscando crear conciencia desde la concepción del proyecto brechtiano, dando cuenta en forma “terroríficamente contemporánea, también esperanzada: Brecht quería denunciar expresamente las situaciones que permiten que unos hombres sometan a otros hombres, abusen de otros hombres y eliminen a otros hombres” (Brecht, 2004, ver contraportada), precisamente durante el holocausto que encabezó Adolf Hitler, a través del nazismo durante la Segunda Guerra Mundial.

Específicamente *pensar en los demás y considerar a millares de víctimas* que murieron y perdieron a sus seres queridos en esta etapa oscura de la historia mundial, constituye un acto de notable sensibilidad humana, en sí mismo político, puesto que 1) la *creación* y 2) la *publicación* y *distribución* del *ABC de la guerra* representa la búsqueda del bien común perdurable, pues “en los años del exilio se repetía que una lucha perdida no es una lucha inútil. Se lo decía con frecuencia a Ruth Berlau, añadiendo que de las luchas perdidas deben aprender las generaciones venideras” (Brecht, 2004, ver contraportada). Al grado que Brecht escribió a Heinz Seydel, el 26 de julio de 1956:

“EL ABC de la Guerra debe estar sobre todo en las bibliotecas, casas de cultura, escuelas, etc. Escribiría gustoso a estos sitios, pues tiene que cesar entre nosotros este loco desplazamiento de todos los hechos y valoraciones de la época de Hitler y la guerra” (Brecht, 2004, p. 11), Obra de la “que todos deberían aprender y no olvidar [...] Este delicado juego entre la imagen y el poema revela cómo la intención construye la obra artística de una manera novedosa, muy consciente del —aquí y ahora— de todo producto cultural y de **la responsabilidad social del artista**”. (Brecht, 2004, p. 11)

Justo esa responsabilidad social que destacan los editorialistas de Ediciones del Caracol permite inferir un perfil y una acción consumada con espíritu político, pues el dramaturgo alemán firma la publicación en su calidad de autor, con el entendido anticipado de lo que implica modificar el sentido de los intereses reflejados en los diferentes pies de foto de los recortes a los diferentes medios impresos que revisó. Dicho sea de paso, es prácticamente inexistente que este mismo valor de la responsabilidad de autor y creador, se encuentre de igual manera en los e-memes, dado el anonimato de los mismos; sin embargo, el anonimato —sobre todo masivo y viral— no deja de ser un asunto de peso político, aunque la variable de la firma contraste notoriamente con la del ejemplo brechtiano.

El valor político del *ABC de la guerra*, también se relaciona con los

“... numerosos problemas, **desencuentros, censuras y recomendaciones de los organismos** oficiales que dificultan esta publicación (se llega a decir que es conveniente colocar una cruz gamada —símbolo prohibido— sobre las cabezas de las imágenes de los dirigentes nazis para que los partidarios de Hitler no estén tentados de recortarlas y colgarlas en las paredes, o que los versos no son entendibles por el alemán de los años 50; se tacha como escandalosa la referencia al escote de Jane Wyman; se alude a la inoportunidad política de algunas referencias para las reputaciones personales de políticos en ejercicio; o se acusa al libro de inconclusión), la edición en libro aparece en el otoño de 1955 con una tirada inicial de 10.000 ejemplares”. (Brecht, 2004, p. 11)

Ahora consideramos importante desarrollar la versatilidad, amplitud y las significaciones que derivan de la noción política con las que Bertolt Brecht, experimentó el proceso de: 1) revisar los medios impresos durante el exilio, 2) seleccionar y recortar las imágenes fotográficas publicadas, 3) ordenar los recortes, 4) escribir cuatro versos poéticos para cada recorte a fin de desnudar la verdad oculta o manipulada de la información mediática, 5) editar la obra, 6) publicar

y difundir, y 7) influir en otros estudiosos y críticos; consideramos medular comparar el valor político que fluctúa alrededor del ámbito de los e-memes.

Lo anterior se justifica no sólo por la necesidad de pensar a partir de la teoría brechtiana como parte del marco teórico para fundamentar este trabajo, sino porque lo político se configura en sí mismo, en la realidad contemporánea de México y el mundo como un asunto de interés general y apremiante sin tregua; además, lo político cobra mayor significado aún porque en su relación implícita con el factor de la imagen en el e-meme, constituye un binomio indisoluble, merecedor de la atención y el análisis.

En este sentido, retomando las reflexiones de política ya expuestas que desprendieron del aporte brechtiano, procedemos ahora a desarrollar estas ideas con lo que ocurre con los e-memes. Es notoria la intencionalidad política tanto en la creación y consumo de e-memes en México; no contamos con un dato numérico fiable que dé cuenta del nivel de predominio del género de e-memes políticos en contraste con otras variantes; sin embargo, percibimos abundante su presencia.

Inferimos que respecto a la cualidad de *pensar en los demás y considerar a millares de víctimas*, los creadores de e-memes sí tienen en mente a la gente, sí buscan provocar un efecto dominó o bola de nieve a partir de su producción creativa; queda implícita en definitiva la valoración hacia los demás, porque suponen que los mismos problemas de injusticia o falta de oportunidades por mencionar sólo unos cuantos, son comunes a casi todo los pueblos latinoamericanos, por lo que la imagen que se configura en e-memes, busca encontrar el eco e identificación con el paisano o con el par ciudadano.

Promover la risa entre los lectores de e-memes también y al mismo tiempo —por si fuera poco— provocar en ellos la visión crítica de la realidad como verdad compartida, también cumple el requisito de ser un acto político, porque al igual que Brecht, dicho proceso creativo conlleva una didáctica premeditada que abre los ojos, que quita el vendaje de los mismos, que permite educar la mirada del ciudadano, haciéndolo

más firme, más atento, menos ignorante, más digno, más propositivo, menos pasivo, menos indiferente, más enterado. En esta misma dirección promotora de la risa, cabe reconocer el ángulo político por parte del creador de e-memes, pues queda confirmado el efecto benefactor a favor del entendimiento, la reducción del malestar, y en consecuencia, condiciones positivas para la salud mental y emocional en el aprovechamiento del humor resiliente.

Respecto a *publicar* y *distribuir* tal como quedó demostrado el propósito que pactó Brecht con Berlau; en el terreno de los e-memes resulta inadmisibles pensar en la existencia de creadores de este género de imágenes para ser guardadas y almacenadas sin publicar; toda clase de publicación desde la intención de convertir un mensaje a público, se convierte por añadidura en un acto político. Compartir y hacer extensivo algo a los demás denota un valor social y por tanto político. En cuanto a la acción de distribuir, Brecht no tuvo en su tiempo la fortuna de contar con redes sociales, en cambio los e-memeros y consumidores de estas imágenes contemporáneas del ejercicio ciudadano aprovechan la gran coyuntura mediática y tecnológica para que la distribución de los e-memes se traduzca en un foco de atención política de capital relevancia, pues esta se desborda, se vuelve exponencialmente expansiva. Este fenómeno de multiplicación en la distribución de este género contemporáneo de comunicación sale de las manos de las esferas políticas con jerarquía en la administración pública, y el problema viral se traduce a motivo de preocupación política, en tanto que los alcances de las redes sociales, pueden convertir a los mensajes en auténticas bombas de tiempo.

Respecto a la *responsabilidad social del artista*. Afirmar la convicción de entrada de que el creador del e-memes es un artista como lo fue el poeta alemán, porque en su persona aprovecha la inteligencia, la sensibilidad, el humor, la agudeza, la información, la coyuntura, la fotografía, la tecnología de edición, así como los medios; en este caso, las redes sociales y otros factores. Por otro lado, líneas arriba habíamos aludido a la firma de autoría como signo de responsabilidad social, al publicar, realidad que poco aplica en las redes

sociales y sobretodo, cuando se trata de e-memes debido al anonimato; sin embargo, la participación social e iniciativa que se ejerce aunque sin firma dentro de estos entornos digitales también adquiere un valor significativo de responsabilidad social tan sólo porque hace a un lado la apatía y la indiferencia, además se toma como responsabilidad social porque se activa el pensamiento crítico, respecto a las dificultades colectivas que nos aquejan y de las que formamos parte. No desarrollaremos más por ahora esta idea, pues he hecho referencia a la misma al menos un par de veces dentro de este mismo apartado.

Desencuentros, censuras y recomendaciones de los organismos. Desde que comenzó a hablarse y emplearse a la Internet, y seguidamente a las redes sociales, ambas con reconocimiento colectivo actual al nivel de derechos humanos; las oficinas de gobierno y los círculos de poder muy poco han querido y podido hacer respecto al control de la velocidad extensiva de usuarios de este medio de información y difusión masiva.

Actualmente cualquier clase de poder que intente impedir a la ciudadanía conectarse a los entornos digitales, más que significar un retroceso social, el sentido se entendería más bien como una privación y un claro indicador dictatorial —como el que sufrió Brecht— que rayaría en el absurdo e incomprensión absoluta dentro del orden global, lo cual depende en gran medida, de las comunicaciones.

Las organizaciones editoriales sean grandes, medianas y pequeñas en algún momento de su funcionamiento, se coludieron con el poder, accediendo a la corrupción y autocensura de su propia información, en detrimento de la calidad de contenidos en las páginas publicadas. Por lo anterior, los espacios digitales tales como Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp y otros no menos populares, representan contextos apremiantes de mayor libertad incluso, en comparación con los terrenos abiertos o áreas públicas. En este sentido los e-memes constituyen alternativas de libre expresión, ampliamente compatibles con el ejercicio democrático, activista y de ciudadanía que se desprende de la comunicación como fenómeno cultural contemporáneo.

El *e-memero* dispone de varias cosas para crear una imagen de este género, como también en forma comparable Bertolt Brecht aprovechó algunos recursos disponibles bajo las condiciones que a él le tocó vivir. Desarrollaremos una explicación de similitud, abordando uno a uno los insumos empleados para crear.

Fotografía documental. Brecht como muchos e-memeros atentos a los asuntos políticos recortan imágenes de las publicaciones de circulación como motivación para ejercer la expresión crítica. Así, el poeta alemán, basó su trabajo en imágenes fotográficas de autoridades, personalidades, y documentos foto-periódicos, vinculados a la Segunda Guerra Mundial.

Tijeras. El poeta usaba tijeras rudimentarias, en tanto que el e-memero hace uso de la función digital de cortar, la cual se identifica justamente con el ícono de tijeras.

Pegamento. El dramaturgo hacía uso de la sustancia especial, para pegar el recorte de la fotografía en un papel cuyo espacio sobrase y permitiera escribir ahí su pensamiento crítico, bajo cada imagen. En tanto que el e-memero, pega digitalmente una fotografía perfectamente delineada sobre algún software de diseño como Adobe Photoshop, Adobe InDesign, o más directamente en una aplicación digital espacial para diseñar e-memes, tales como: e-memes Generator, e-memes Creator, GATM e-memes Generator, e-memes Producer, Mematic, E-memes Design, y otros.

Papel. El poeta empleaba hojas de tamaño carta como superficie para efectuar su montaje de fotografías acompañadas de sus versos en epigramas. Los e-memeros usan los softwares y apps, mencionados en el párrafo anterior, como dispositivos para realizar el montaje o edición de elementos que darán forma y contenido a la imagen humorística.

Montaje. Bertolt Brecht, seleccionaba fotografías impresas inquietantes, las recortaba, las pegaba, les escribía a manera de pie de foto versos en epigramas, ordenó la cronología de las imágenes y se aseguró de publicarlas. El e-memero, de manera similar cumple

con todo el proceso de edición; sin embargo, él mismo es quien puede publicar, sin la necesidad de encargar el reto a alguien más, pues al acceder a internet se encuentra directamente aventajado con la masividad.

Texto. Para Brecht el texto en su obra el *ABC de guerra*, representaba cuatro versos críticos, algunos serios y otros un tanto irónicos dotados de cierto grado de humor; la composición de los textos, fueron denominados epigramas por el artista. La mayoría de los epigramas son cortos, pero profundos y sustanciosos. Los e-memes de igual manera nunca son extensos sino muy concretos, pero dicen mucho y reflejan las formas expresivas populares, ocasionalmente poéticas a diferencia de los epigramas brechtianos que proyectaban esa sensibilidad artística. Algunas palabras o textos tanto en los epigramas como en los textos de los e-memes remiten a imágenes, muchas de las cuales provocan gracia, risa, al tiempo que llaman a la toma de conciencia.

5. CONCLUSIÓN

Existe una genealogía de la comunicación, la cual se percibe a nivel tecnológico a través de la evolución de los medios, también observando los formatos de presentación de los contenidos y además con la aparición de nuevos temas conceptuales y discursividades alternativas. En este sentido, el comparativo entre los epigramas ilustrados de Brecht (años 40) y los e-memes (2008-2021), justamente corresponde a una evolución del fenómeno de comunicación política.

Los ingredientes, elementos o herramientas con las cuales se ha producido crítica política, parecen diferentes en cuanto a forma y materiales; sin embargo, en cuanto a función y posibilidades no son distantes sino equivalentes. Por ejemplo, las tijeras de Brecht, cumplen la misma función de cortar y pegar una imagen en algún entorno digital. El malestar por la política no es privativo de esta época, esto lo aclaramos al inicio del ensayo; así entonces las motivaciones y sensibilidad en torno a la política es una constante que no deja de perder importancia, por lo que los medios y los formatos podrán seguir cambiando, por lo que éstos no

deben sorprendernos demasiado; en cambio sí debemos seguir fijándonos en la creatividad artística para diseñar y editar, sumado la sensibilidad social, la crítica y el conocimiento con el cual el pensamiento y las propuestas, configuran una epistemología para aportar socialmente. Podemos seguir aprendiendo de los medios y los formatos de crítica política, sin embargo, lo más deseable es que los contenidos de los epigramas o los e-memes sigan provocando cambios en nuestra manera de mirar y actuar.

REFERENCIAS

- Brecht, B. (2004). *ABC de la guerra*. Madrid: Ediciones del Caracol.
- Didi-Huberman, G. (2013). *Cuando las imágenes toman posición*. Sevilla: Antonio Machado Libros.
- Moufee, C. (2011). La política y lo político. En C. Moufee, *En torno a lo político* (pp. 15-40). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

E-COMMERCE EN MÉXICO, ANÁLISIS ACTUAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR

E-COMMERCE IN MEXICO, CURRENT ANALYSIS FROM THE PERSPECTIVE OF THE CONSUMER



¹ Rommel Shazam Alfaro Mantilla

² Aransazú Ávalos Díaz

³ Germán Martínez Prats

^{1,2,3} Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

El E-commerce facilitará la incursión de nuevas empresas a los mercados, reducirá los costos de transacción y producción y logrará que sean más competitivas, contribuyendo al crecimiento económico de un Estado o país. Actualmente el comercio electrónico se encuentra en constante crecimiento, tanto el volumen de usuarios como el número de sitios comerciales y los avances tecnológicos han contribuido en su acelerado desarrollo a nivel mundial. Hoy en día la tecnología es un amplio sector al cual se le tiene que explotar y aprovechar desde todas sus perspectivas. Existen desde las redes sociales que son una manera de promocionarse directamente a los consumidores finales, las páginas web utilizadas como oficinas de información virtuales, donde se ocupan blogs de opinión, columnas de satisfacción de necesidades, correo electrónico como medio de comunicación entre oferente y demandante y además la oportunidad de adaptación de un producto determinado a las necesidades de un cliente o de un mercado en específico. El comercio en Internet en México es relativamente joven, surge de la necesidad de facilitar la compra-venta de productos o servicios por este medio de manera masiva e intensiva y así crecer como empresa y generar el desarrollo económico en el país.

Palabras clave: E-Commerce, consumidor, crecimiento económico, COVID-19.

ABSTRACT

E-commerce will facilitate the entry of new companies into the markets, reduce transaction and production costs and make them more competitive, contributing to the economic growth of a state or country. Currently electronic commerce is in constant growth, both the volume of users and the number of commercial sites and technological

Citación: Alfaro Mantilla, R. S., Ávalos Díaz, A., & Martínez Prats, G. . E-Commerce en México, análisis actual desde la perspectiva del consumidor. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5562>

¹ rommel_alfaro93@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-74170887>

² aransazu.avadi@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-9397-6074>

³ germanmtzprats@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6371-448X>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5562>

advances have contributed to its accelerated development worldwide. Today technology allows us a wide sector that has to be exploited and taken advantage of from all its perspectives. They exist from social networks that are a way to promote themselves directly to end consumers, web pages used as virtual information offices, where opinion blogs, columns for satisfaction of needs, email as a means of communication between the offeror and the applicant are dealt with. and also, the opportunity to adapt a specific product to the needs of a client or a specific market. Internet commerce in Mexico is relatively young, it arises from the need to facilitate the purchase and sale of products or services by this means in a massive and intensive way and thus grow as a company and generate economic development in the country.

Key words: E-Commerce, Consumer, economic growth, COVID-19.



1. INTRODUCCIÓN

Es importante la profundización en el tema del comercio electrónico debido a que en la actualidad el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación y las grandes inversiones en el campo informático, han convertido al Internet en una herramienta fundamental de las negociaciones, en el que las compras se mueven en un escenario digital, donde los proveedores de bienes y servicios y consumidores finales tienen acceso y transmisión mundial de la información (Elsenpeter & Velte, 2001, p. 17).

Durante los últimos años, los mercados han logrado expandirse en todo el mundo a través de una nueva modalidad del comercio que han empleado las empresas para ofertar sus productos y servicios en línea conocido como “comercio electrónico”, el mismo que ha sido un elemento clave para llevar a cabo sus negocios dentro y fuera del país. Por lo que se puede considerar al comercio electrónico como una evolución de cambio debido a las necesidades que tiene la sociedad y la inclusión de tecnología en comunicación e información que se fusionan para revolucionar la manera en que las empresas realicen los negocios (Basantes, 2016).

En cuanto al cambio a la nueva forma de operar de los negocios, implementada en los diferentes mercados, las ventas por Internet no han dejado de evolucionar y cada vez se expanden más, siendo la infraestructura de telecomunicaciones una herramienta vital en este proceso, esto implica que las organizaciones, al empezar a trabajar con esta modalidad incluyen integrar en

el negocio la venta de bienes y servicios por medio de Internet (Castillo, 2015).

2. MÉTODO

El método aplicado en esta investigación ha sido el descriptivo, con el cual se busca el dar a conocer cómo el comercio electrónico ha ido creciendo y desarrollando con el paso del tiempo y como este ha brindado una nueva manera en que el consumidor pueda adquirir una gran variedad de productos desde Internet haciendo así más fácil el poder adquirir un producto desde un lugar más cómodo. Respecto a esto, Escudero & Cortez (2018). Mencionan que como su nombre lo indica, este tipo de investigación está enfocado a describir la realidad de determinados sucesos, objetos, individuos, grupos o comunidades a los cuales se espera estudiar. Con lo cual se mostrará el cambio que ha generado el tener un nuevo tipo de comercio para el bien de la sociedad, en este caso mejor conocidos como consumidores.

3. E-COMMERCE EN MÉXICO, ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR

El comercio electrónico es definido por Del Águila (2000) como “el desarrollo de actividades económicas a través de las redes de telecomunicaciones” o simplemente “hacer negocios electrónicamente” (Comisión

Europea, 1997, p. 11). En los últimos años, el e-commerce ha crecido exponencialmente gracias a la adopción masiva del uso de plataformas digitales, pero, a pesar de dicho crecimiento, no ha logrado sustituir al mercado tradicional. Sin embargo, en el último año hemos visto como ambos canales de venta logran complementarse entre sí. Los desafíos que enfrenta el e-commerce ocurren por diversos factores: la falta de acceso a la conectividad y dispositivos en ciertas regiones, sumado a la falta de confianza de los usuarios en las plataformas conectadas a Internet.

Se ha vuelto común escuchar entre conocidos los cambios de hábitos de consumo: “La despensa llegó a mi domicilio”; “Pedí comida por la aplicación”; “Compré un sillón por Internet”; “Compré la comida de mi mascota y llegó al domicilio el mismo día”; “Realicé las reservas de mi viaje en línea”; “Pagué el agua, luz y predial en la página web”; y muchas experiencias más, sobre la compra de productos y servicios derivado de los avances en el e-commerce. Esta forma de consumo ha tenido un mayor impulso desde el inicio de la pandemia, ya que, precisamente para evitar el contacto entre las personas, el e-commerce ha logrado cubrir las necesidades de los consumidores sin tener que salir de casa. Gracias al e-commerce, usuarios de todo el mundo, pueden acceder a la compraventa en línea, a nivel global, sin horarios y a través de diversas estrategias de marketing, que permiten llegar a su target en cualquier parte del mundo.

En México durante el primer semestre de 2019 se registró un crecimiento de 22% en pagos móviles, 4% por encima que el mismo periodo en 2018. Además, 47% de los usuarios han adquirido productos y servicios en plataformas extranjeras por diferentes razones: como el acceso a productos que no están presentes en México, mejores precios, entre otras.

4. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Según las consideraciones de Seoane (2005), las principales ventajas y desventajas que el comercio electrónico presenta tanto a las empresas como a los compradores son:

4.1 Ventajas para la empresa

- Aumenta el nivel de eficacia de la empresa al simplificar procesos.
- Permite aumentar las ventas de la empresa, al abrir mercados que antes no podía acceder.
- Facilita las relaciones entre las empresas, al reducir procedimientos de interacción entre las mismas.
- Reduce y elimina los intermediarios en la cadena de distribución, suprimiendo costos.
- Elimina parte del material impreso como catálogos, manuales de servicio y operación, lo que permite reducir costos.
- Reduce el ciclo de producción, creando mercados más competitivos.
- Dan el mismo trato a todos sus clientes sin importar nacionalidad, lugar de residencia, entre otros.
- Medio disponible todos los días, las 24 horas del día y ofrecen técnicas de marketing personalizado.
- Mayor cercanía al cliente, permitiendo un trato personalizado.

4.2 Desventajas para la empresa

- Se necesitan acuerdos internacionales que permitan armonizar la legislación del comercio electrónico.
- Validez legal de los contratos y transacciones sin papel.
- Hay un control de las transacciones internacionales, como el pago y el cobro de impuestos.
- Se desconoce el medio y sus posibilidades.
- Protección de los derechos de la propiedad intelectual.
- La seguridad de los medios de pagos electrónicos.
- Al existir mucha información puede haber dificultad para encontrar la información que se necesita.

4.3 Ventajas para el comprador

- Permite encontrar una gran variedad de ofertas de productos, precios y condiciones.
- El comprador puede buscar la mejor alternativa de productos y servicios que ofrecen los diferentes vendedores nacionales o internacionales, haciendo una comparación de precios y calidad de los mismos.
- Permite el acceso a servicios de preventa y posventa y también a servicios de ayuda para seleccionar y comprar los productos.

- Se pueden adquirir productos que no se encuentran en la localidad del cliente.

4.4 Desventajas para el comprador

- No existe una infraestructura o espacio físico de un negocio.
- Al no contar con un espacio físico existe una desconfianza hacia los medios de pago electrónicos.
- Crea desconfianza en el comprador por dar información de datos personales al adquirir un producto.
- Puede existir desconocimiento del medio que se está usando.
- Pueden existir inconvenientes para comprender el idioma que usan las diferentes páginas electrónicas, ya que la mayoría usa el inglés y pocas el español.
- Como el comprador no conoce al vendedor, la mayoría puede preferir comprar en tiendas reales antes que en las virtuales.

5. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Las tiendas en línea son el presente y el futuro del comercio. El e-commerce no es más que una actividad económica donde se compran y venden productos a través de medios digitales. Este modelo de negocio ha supuesto una gran revolución en cuanto a globalidad, ubicuidad e interactividad.

5.1 B2B – Business to Business

B2B hace referencia a las operaciones comerciales que se realizan de negocio a negocio. Ambas deben tener presencia en Internet para que la transacción sea posible. En este caso el consumidor final no entra en juego. Estas operaciones están enfocadas a proveedores, vendedores e intermediarios.

Un ejemplo de este tipo de comercio electrónico es cuando la tienda en línea vende al por mayor. También es posible si se venden materias primas o componentes específicos. De esta forma, se aumenta la eficiencia y se reducen los posibles errores. Asimismo, permite ahorrar costes y ampliar el mercado. Sin embargo, existen barreras de entrada cuando acabas de comenzar. Además, el trato es más impersonal.

5.2 B2C – Business to Consumer

Las siglas B2C significan del negocio al consumidor. Es decir, aquellos sitios virtuales que conectan a la empresa directamente con el cliente final. Este es uno de los modelos más frecuentes, ya que las compañías eliminan las barreras espacio-temporales. Esto permite al cliente consultar o comprar productos donde y cuando quiera. Siempre que tenga una conexión a Internet, por supuesto.

5.3 B2E – Business to Employee

El comercio “empresa al empleado” es una modalidad relativamente reciente. Las operaciones se producen de forma interna entre los miembros de la compañía. Es frecuente cuando las grandes empresas cuentan con distintas líneas de negocio basadas en compañía matriz. De esta forma, los empleados pueden beneficiarse de promociones o descuentos por el hecho de trabajar dentro de la organización. Se está comprobando que esta metodología es una fuente importante de motivación, lo que supone, además, una mejora del desempeño laboral. Pertenecer a este tipo de sitios permite acceso a contenidos exclusivos, donde también es posible realizar trámites internos. Por lo tanto, también es útil para fidelizar al trabajador como cliente.

5.4 C2C – Consumer to Consumer

El comercio entre consumidores se denomina C2C. Esta forma de comprar y vender es frecuente en las plataformas de segunda mano. Donde una persona ofrece su producto y la otra lo demanda, sin ser ninguna de ellas parte de una empresa. Para Torres (2020), implica el comercio entre consumidores mediante una empresa que sólo funciona como soporte del intercambio.

Es la evolución de la venta en mercadillos o en el patio de una vivienda. Sin embargo, Internet hace que podamos llegar mucho más lejos. Además, es una forma de ser responsable con el medioambiente reutilizando productos que ya no nos sirven. Por otra parte, los precios son mucho más asequibles. Este tipo de negocio hace que el trato al cliente sea más personal. Ya que reciben información del cliente de forma constante, pudiendo personalizar su oferta. Asimismo, las redes sociales son un escaparate que no hace

más que crecer. Sin embargo, también puede darse el caso de que aparezcan intermediarios que facilitan las compras, pero solicitan una comisión por ello. De este modo, aumentarían los costes y el trato sería menos personal.

5.5 E-Commerce, el crecimiento en México

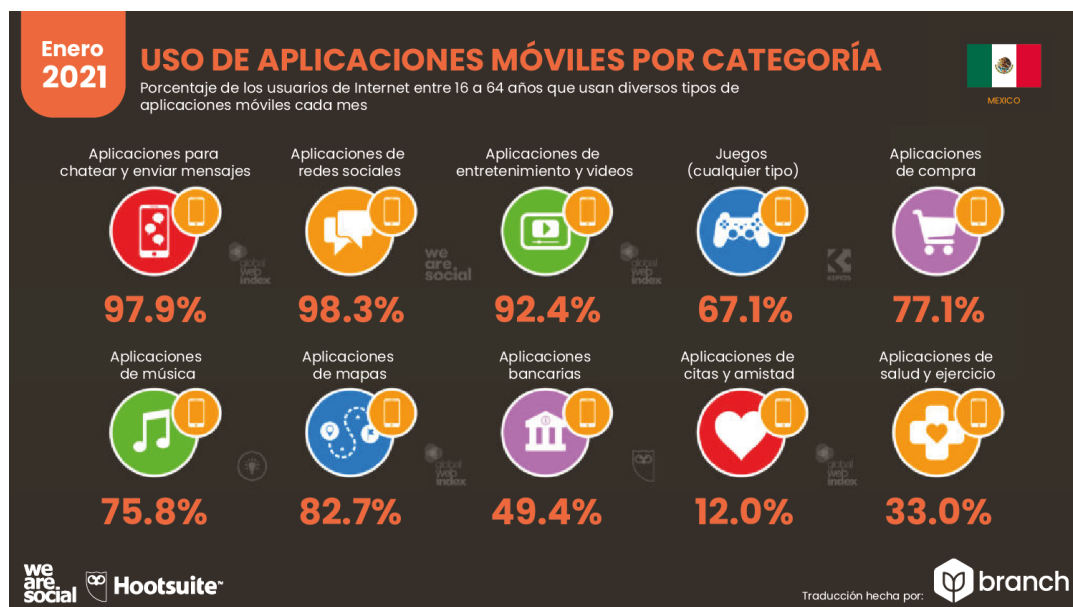
De acuerdo con el Reporte “Venta Online 2021”, elaborado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), el comercio electrónico en México alcanzó los 316.000 millones de pesos en 2020, obteniendo un crecimiento de 81% en comparación con el año anterior, y representa el 9% de las ventas totales al menudeo. Cada vez son más los comercios que ofrecen su servicio en línea. Antes del 2020, los negocios ya se planteaban la necesidad de poder ofrecer al cliente un servicio que estuviera a su alcance sin tener que salir, o incluso, sin tener que realizar una llamada. Pero, con la contingencia, los negocios tuvieron que realizar la transición de un día para otro, para evitar estar en desventaja con la competencia, o incluso, para evitar el cierre de estos. En la actualidad se advierte claramente cómo las app sustituyen las actividades que de manera física se realizaban de forma cotidiana. Existen muchas aplicaciones que ofrecen el servicio con un costo de envío y la mayoría de las veces es menor si se compara con el pago del estacionamiento en el establecimiento, la gasolina para el traslado y las propinas.

Y a cambio, lo que se obtiene es la optimización del tiempo de las personas utilizándolo para realizar otras actividades. El comercio electrónico crece a pasos agigantados por la exigencia o demanda de consumidores derivado de factores como lo son: moda de otros países, precios accesibles, facilidad para realizar pedido vía redes sociales o aplicaciones (app como Shein, Mercado Libre, Amazon), descuentos y promociones, métodos de pago, etc.

“El consumidor digital sigue reconociendo los beneficios de la compra por Internet más allá del precio, especialmente porque encuentran mercancía que no encuentran en otro canal y porque lo reciben en la puerta de su casa”, según se lee en el documento de la Asociación Mexicana de Ventas Online.

6. PERSPECTIVA DEL CONSUMIDOR

El *comercio móvil* o m-commerce, forma parte del comercio electrónico que se realiza exclusivamente a través de dispositivos móviles como smartphones o tablets. Además de la compra y venta de bienes y servicios, esta forma de comercio por Internet también incluye el pago a través de smartphone y tablet (pago móvil). Además, m-commerce también transfiere la propiedad y los derechos de uso e inicia transacciones comerciales.



Es de vital importancia en la actualidad las diferentes estrategias que incorporan las empresas para abarcar el amplio terreno del comercio electrónico, hasta en los dispositivos móviles hemos visto la capacidad de los negocios de interactuar y ofrecer productos a sus clientes.

Ejemplo de esto es, como la imagen anterior lo muestra:

- Consumo de datos móviles para mensajear y chatear.
- Membresías o suscripciones, Spotify, YouTube Premium, Netflix.
- Aplicaciones como Mercado Libre, Amazon o Shein.

Cada vez son más las personas que utilizan smartphones con conexión a Internet para navegar por la web y cada vez son más las tiendas y proveedores de servicios online que crean la base técnica para facilitar las compras o las reservas con smartphones y tablets.

“En general, los consumidores que han elegido los canales digitales detectan cada vez más promociones y descuentos, productos disponibles y nuevos servicios y productos que satisfacen la nueva demanda en el canal online; sin embargo, también detectan alza en costos de entrega”, de acuerdo con el estudio de la AMVO.

Se podría agregar que el crecimiento acelerado del comercio electrónico se debe al actual hábito de los consumidores de recibir nuestros productos directamente a la puerta. Las empresas deben adoptar estrategias para agilizar el tráfico de mercancía (pedidos) haciendo uso de nuevas empresas de logística y aumentar el número de empleados ya que una barrera del mismo crecimiento del e-commerce es la larga espera para productos internacionales.

7. CRECIMIENTO DEL E-COMMERCE EN MÉXICO DERIVADO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19.

Pierre-Claude Blaise, director general de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), explicó que el 2020 fue un año importante para la venta en línea

debido al efecto de la pandemia, que cambió los hábitos de los consumidores, qué ante las restricciones sanitarias y temor a salir, están optando por hacer sus compras en línea.

Por ejemplo, en productos, la comida a domicilio destaca como la preferida con 66%, seguido de moda con 57% y belleza y cuidado personal con 52%. En el ámbito de servicios, destacan los de suscripción con 83%, telefonía móvil con 78% y servicios bancarios con 78%.

De acuerdo con el Reporte sobre el Impacto del COVID-19 en Venta Online, elaborado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), de abril a junio de este año se incrementó en un 90% el uso de aplicaciones de compras en México. Esto implicó que 5 de cada 10 empresas en México duplicaron su crecimiento en Internet. Incluso, 2 de cada 10 registran crecimientos mayores al 300% en el volumen de negocios de ventas online.

Según proyecciones de expertos, esta tendencia seguirá en aumento, lo que marcará un aumento en ventas y nuevos consumidores.

El consumo en tiempos del coronavirus es tan vital para mantener andando la economía global como lo es para preservar el derecho a elegir *algo* en nuestros mundos íntimos enclaustrados. Ahora mismo, el *boom* del e-commerce es la respuesta esperable a las restricciones físicas que pesan sobre todos, pero tal vez contenga también el triunfo definitivo de la economía de los datos, menos *retail* y más catálogo en línea, menos carrito y más *delivery*.

8. DISCUSIÓN

Ríos (2015) define al comercio electrónico que se lleva a cabo a través de Internet como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos a través de esta red de comunicación. El comercio electrónico ha tenido un impacto significativo para la sociedad ya que

con él se buscó la manera de facilitar el acceso a ciertos productos desde la comodidad de su hogar, la implementación de este nuevo tipo de comercio ha traído grandes beneficios para el consumidor ya que puede encontrar todo lo que se necesita desde la Internet, algo que ha sido importante para el crecimiento de la economía, ha sido como la evolución que se ha tenido hacia el consumidor, por ese motivo el e-commerce en la actualidad es uno de los tipos de comercio más utilizados por la sociedad por las facilidades que brinda así como la gran variedad de productos que esta nos puede ofrecer. El consumidor es parte fundamental para el crecimiento de los comercios, por ello se han tenido que ir adaptando a las nuevas tecnologías para ofrecer mejores servicios y poder hacer crecer sus ventas de una manera que sea rápida y eficaz, a pesar del uso de las tecnologías no quiere decir que todo es perfecto, como todo tipo de comercio pueden suceder casos, en donde el producto que se adquiera no sea el pedido o sea otro, o hasta en dados casos no llegue hasta su destino final, por ello con el pasar de los años el comercio electrónico ha ido desarrollando herramientas para poder ser más seguro y eficaz y que el consumidor pueda estar satisfecho utilizando este nuevo tipo de comercio

9. CONCLUSIÓN

La llegada del Internet y las nuevas tecnologías, ha representado un gran cambio para la sociedad y en este caso en específico para los consumidores, debido a que han tenido que ir adaptándose a los nuevos sistemas de comercio que se han ido implementando y un claro ejemplo de ello fue el comercio electrónico, que aprovechando las diversas herramientas tecnológicas que se han desarrollado, se ha ido adaptando para cubrir las necesidades de los consumidores de una manera más eficaz y sobre todo más cómoda, brindando así el poder adquirir miles de productos desde el Internet sin necesidad de salir de nuestros hogares, y con la facilidad de que puedan llegar hasta la puerta de nuestra casa. Podemos concluir que, desde el punto de vista del consumidor, hemos adoptado nuevas costumbres o una nueva cultura de compras. El cambio constante en las nuevas tecnologías de

la información o avances tecnológicos para realizar el proceso de compra y venta, las nuevas formas de operar de los negocios y el habitual sedentarismo de las personas han propiciado el crecimiento acelerado del comercio electrónico en México. Siendo así uno de los principales medios en donde los consumidores puedan adquirir sus productos, debido a las grandes facilidades que nos brindan y que con el paso del tiempo seguirán creciendo y evolucionando para poder dar un mejor servicio al consumidor. Y, como factor importante, la evolución que tienen las empresas para adaptarse a este tipo de sistemas ha sido de manera increíble facilitando así el uso de herramientas para poder adquirir sus productos.

REFERENCIAS

- Basantes, A. (2016). *Comercio electrónico*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Comisión de las Comunidades Europeas (1997). *Libro blanco del comercio*. Cordis. <http://www.cordis.lu/esprit/scri/ecomcom.html>
- Del Águila, R. (2000). *Comercio electrónico y estrategia empresarial*. Madrid: Ediciones RA-MA.
- Elsenpeter, R. & Velte, T. (2001). *Fundamentos de comercio electrónico*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Enrico, C. (24 de abril de 2020). El efecto del COVID-19 en el e-commerce. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/el-efecto-de-covid-19-en-el-ecommerce/>
- Escudero Sánchez, C. L., & Cortez Suárez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Universidad Técnica de Machala. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12501>
- Garduño, M. (22 de septiembre de 2021). Las 10 empresas emergentes más prometedoras de México, según LinkedIn. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/10-empresas-emergentes-prometedoras-mexico-linkedin/>
- López A., E. (27 de enero de 2021). Pandemia de COVID-19 transformó los hábitos de los consumidores en línea: AMVO. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Compras-en-linea-aumentaron-81-durante-pandemia-en-Mexico-AMVO-20210127-0077.html>
- Ríos Ruíz, A. A. (2015). Análisis y perspectivas del comercio electrónico en México. *Perfiles de las Ciencias Sociales*, 3(5). <https://revistas.ujat.mx/index.php/perfiles/article/view/993>
- Torres, Y. S. (2020). *Evolución del e-commerce en México: en busca de una regulación del comercio digital* (s.d).

IMPACTO DEL COVID-19 AL COMERCIO EN MÉXICO

IMPACT OF COVID-19 ON TRADE IN MEXICO



¹ Edith Lorena Magaña Pérez

² Francisca Silva Hernández

³ Germán Martínez Prats

^{1,2,3} Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

Este análisis pretende dar un panorama de cómo el comercio en México se ha visto afectado debido a la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, en donde ha mostrado cambios significativos en la manera en cómo las empresas se han adaptados a los cambios impuestos por los gobiernos y aún más importante los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, en donde la actual contingencia sanitaria ha acelerado esta transición, atrayendo un mayor número de clientes que adquieren productos mediante plataformas digitales. Las pequeñas empresas han sido las más afectadas al registrar pérdidas que para algunos ha significado el cierre definitivo de las mismas, al no contar con capital suficiente para sobrellevar los cambios, y de manera contraria esto ha sido una gran oportunidad y excelente apoyo para empresas que han sabido adaptarse y cambiar métodos y estrategias de ventas para lograr colocar su producto en buenos lugares en mercados competitivos dando lugar a un crecimiento económico potencial. Todos los retos que ha presentado México son también oportunidades que podría utilizar a su favor para alcanzar una estabilidad económica, ya que actualmente otros países ven a este país como una plataforma para sus inversiones. Sin embargo, es necesario reforzar y dar seguridad a esas inversiones para consolidarlas y así hacer más llamativa las ofertas para atraer más inversionistas a nuestro país. También, analizaremos como ha afectado a las familias en México, siendo esto un factor importante para llevar a cabo el comercio. Una familia sin empleo derivado de la situación actual es perjudicial para las empresas y de igual manera la creación de nuevos empleos brinda mayores posibilidades para adquirir productos. Para complementar el tema se realizará la comparación con otros trabajos metodológicos similares, concluyendo que esta crisis ha marcado un punto importante de evolución de la economía en México, con resultados tanto positivos como negativos.

Citación: Magaña Pérez, E. L. , Silva Hernández, F. , & Martínez Prats, G. Impacto del Covid-19 al comercio en México. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5563>

¹dita_magg@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-2931-149X>

²fany987@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3533-0002>

³germanmtzprats@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6371-448X>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5563>

Palabras clave: COVID-19, plataformas digitales, crecimiento económico.

ABSTRACT

This analysis aims to give an overview of how commerce in Mexico has been affected due to the health crisis caused by the covid-19 pandemic, where it has shown significant changes in the way companies have adapted to the imposed changes by governments and even more importantly changes in consumer tastes and preferences, where the current health contingency has accelerated this transition, attracting a greater number of customers who purchase products through digital platforms. Small companies have been the most affected by registering losses that for some have meant their definitive closure, as they do not have enough capital to cope with the changes, and on the contrary, this has been a great opportunity and excellent support for companies that They have been able to adapt and change sales methods and strategies to achieve a good position in competitive markets, leading to potential economic growth. All the challenges that Mexico has presented are also opportunities that it could use in its favor to achieve economic stability, since other countries currently see Mexico as a platform for their investments. However, it is necessary to reinforce and give security to these investments to consolidate them and thus make the offers more attractive to attract more investors to our country. Also, we will analyze how it has affected families in Mexico, this being an important factor to carry out the trade. A family without employment derived from the current situation is detrimental to companies and in the same way the creation of new jobs offers greater possibilities to acquire products. To complement the topic, a comparison will be made with other similar methodological works, concluding that this crisis has marked an important point in the evolution of the economy in Mexico, with both positive and negative results. After the first case of COVID-19 was known, the first thing that became evident is its easy contagion, since in just three months this virus had reached various countries, generating several questions about a new disease worldwide, based on what above the World Health Organization declares the coronavirus a pandemic on March 11, 2020.

Key words: COVID-19, digital platforms, economic growth.



1. INTRODUCCIÓN

Este análisis pretende dar un panorama de cómo el comercio en México se ha visto afectado debido a la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19, en donde ha mostrado cambios significativos en la manera en cómo las empresas se han adaptados a los cambios impuestos por los gobiernos y aún más importante los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, en donde la actual contingencia sanitaria ha acelerado esta transición, atrayendo un mayor número de clientes que adquieren productos mediante plataformas digitales.

Tomando en cuenta que México no cuenta con la capacidad económica para mantener el país en cuarentena por mucho más tiempo y que a pesar de los

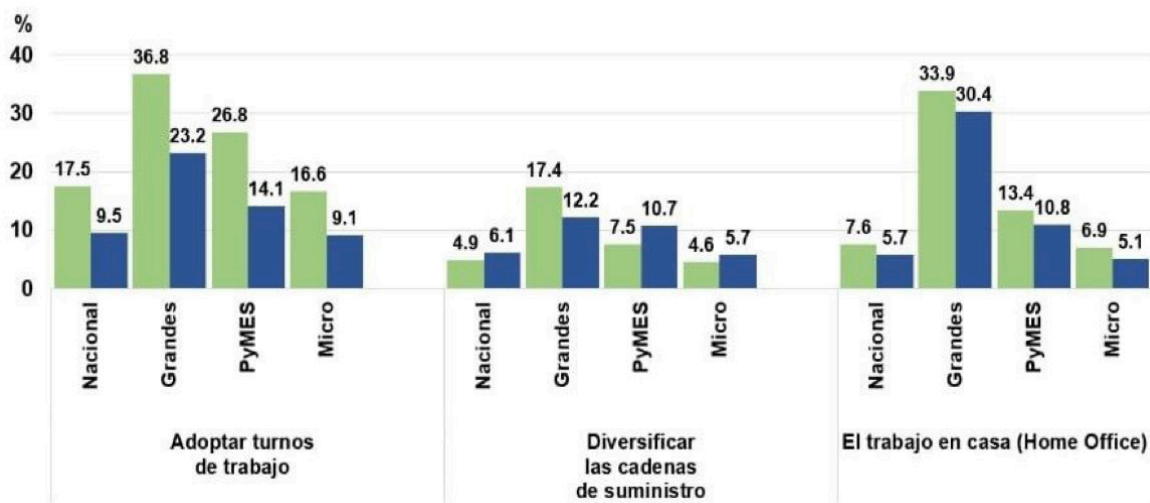
apoyos gubernamentales y medidas que se han implementado se ve en la necesidad de ir activando la economía gradualmente.

Las pequeñas empresas han sido las más afectadas al registrar pérdidas que para algunos ha significado el cierre definitivo de las mismas, al no contar con capital suficiente para sobrellevar los cambios, y de manera contraria esto ha sido una gran oportunidad y excelente apoyo para empresas que han sabido adaptarse y cambiar métodos y estrategias de ventas para lograr colocar su producto en buenos lugares en mercados competitivos dando lugar a un crecimiento económico potencial.

2. ADOPCIÓN PERMANENTE DE MEDIDAS OPERATIVAS POR TAMAÑO

Haciendo un análisis comparativo por tamaño de empresa, se observa que la principal medida operativa que planean practicar de forma permanente es la adopción de turnos de trabajo, con 9.5% del total de empresas, de las cuales, 9.1% son microempresas, 14.1% son pymes y 23.2% son empresas grandes.

La segunda medida operativa es la diversificación de cadenas de suministro, con 6.1% del total de empresas, de las cuales, 5.7% son microempresas, 10.7% son pymes y 12.2% son empresas grandes. El trabajo en casa probablemente será adoptado por las grandes empresas, con 30.4% del total de empresas, donde 5.1% son microempresas, 10.8% son pymes y 33.9% son empresas grandes (INEGI, 2021).



Fuente: gráfica tomada de la página oficial del INEGI.

El cierre de empresas destruye el saber empresarial y el capital físico localizado, así como cadenas productivas completas y circuitos de flujo de pagos. La imposibilidad de los agentes económicos de adaptarse a los cambios bruscos del entorno tiene efectos localizados y sistémicos, y se inician procesos de histéresis en que dichos agentes mantienen su comportamiento en el tiempo más allá de la crisis, prolongando así sus efectos (Caribe, 2020).

El estudio, en el que participaron empresas como Metlife, Citibanamex, BBVA México, Uber, Total Play, Walmart, entre otras; destaca que la crisis por el coronavirus modificó la percepción de las compañías sobre el trabajo en casa (home office), convirtiéndolo en una clara opción para ajustar el regreso a las oficinas.

Antes de la pandemia, el 60% estaba más en contra que a favor del teletrabajo, pero actualmente el 91%

desarrolla sus actividades a través de esta modalidad y otras prácticas digitales; y solo 6% sigue en contra de él (Zúñiga, 2020).

3. RETOS Y OPORTUNIDADES DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

El reciente cambio de las cadenas de producción globales a raíz de la crisis del COVID-19 ha tenido, y tendrá en los siguientes años, un impacto significativo en la reconfiguración del comercio mundial a la que México deberá adaptarse y pese a que ha tenido enormes repercusiones adversas en el comercio, también ha proporcionado nuevas oportunidades para que México aumente su participación en las cadenas globales de valor.

Nuestro país le ha apostado desde hace varias décadas al comercio exterior como un mecanismo para

incrementar el crecimiento económico y el bienestar de los mexicanos. Para aprovechar estas oportunidades, sin embargo, es necesario que se atiendan algunas de las debilidades más notorias en materia de infraestructura energética y de transporte, seguridad pública y desarrollo de capital humano que le restan competitividad a México y que limitan nuestra capacidad como país para atraer a aquellas empresas que busquen relocalizarse más cerca del mercado más grande del mundo: Estados Unidos.

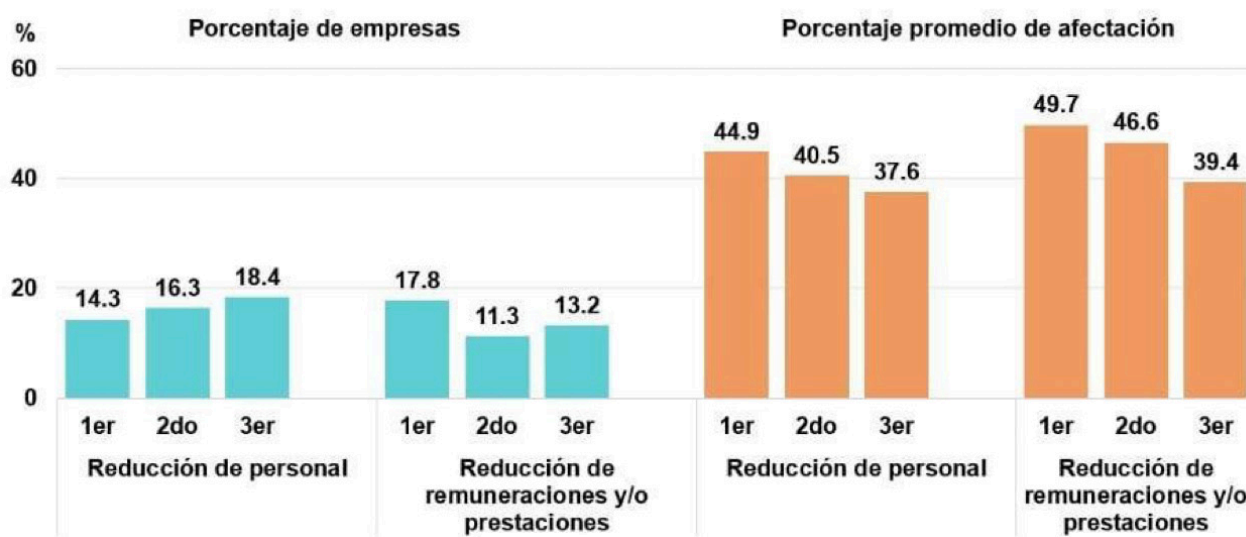
Hoy en día, los retos en materia de comercio exterior para el país son enormes, no solo en términos de la implementación de los tratados comerciales antes señalados, sino también de la coyuntura por la que atraviesa el comercio internacional; sin embargo, las oportunidades también lo son. Si el Estado mexicano será capaz de aprovechar las oportunidades que presenta la coyuntura actual en materia comercial en beneficio de todos los mexicanos, eso está por verse (Díaz, 2021).

4. REDUCCIÓN DEL PERSONAL, DE REMUNERACIONES Y NIVEL DE AFECTACIÓN

En las empresas que reportaron reducción de personal, hay un incremento de 2.1 puntos porcentuales lo que significa un 18.4% y se declaró un 13.2% de empresas afectadas por la reducción de remuneraciones y/o prestaciones, Observando el comportamiento de acuerdo con el tamaño de empresa, se manifiesta un incremento en las afectaciones mencionadas por las empresas grandes (INEGI, 2021).

La crisis económica derivada de la pandemia ha colocado a las empresas mexicanas en ladisyuntiva de conservar su plantilla laboral en espera de la normalización de actividades o despedir a empleados para sobrevivir. Hasta el momento, un 42% ha logrado mantener intacta sunómina, mientras que 33% ha recurrido al recorte de plazas. (Zúñiga, 2020)

Esto debido al impacto que afecto a las empresas por la crisis sanitario, ya que de acuerdocon el estudio, un 58.7% de las empresas encuestadas sufrió un decremento en su facturación;33.6% mantuvo sus cifras prospectadas y sólo 7.7% pudo aumentarla a raíz de la pandemia.



Fuente: gráfica tomada de la página oficial del INEGI. ⁹

5. MERCADO LABORAL

Con la declaratoria de “emergencia sanitaria”, la actividad económica nacional sufrió un paro inmediato en todas las actividades no esenciales, que afectó de manera significativa al mercado laboral. Este mercado ya venía perdiendo dinamismo desde finales de 2018 debido a una menor actividad económica. La tasa de desocupación publicada por el INEGI había aumentado de 3.3% en promedio en el 2018 a 3.6% en 2019 y primeros meses de 2020. Sin embargo, el freno casi total de la actividad económica a partir de la “emergencia sanitaria” produjo un tremendo choque negativo en el mercado laboral que derivó en despidos inmediatos y significativos en varios sectores económicos.

Las autoridades y la sociedad se encuentran obligadas a monitorear la reactivación de la actividad económica, la recuperación de los puestos de trabajo y a diagnosticar las necesidades más urgentes de política pública para el mercado laboral, debido a la contingencia sanitaria y la caída de la actividad económica que ha tenido como efecto la pérdida de empleos e ingresos entre los trabajadores.

Se deben recuperar 2.3 millones de empleos perdidos durante la pandemia para regresar a los niveles de ocupación registrados a inicios del año. Durante abril se perdieron poco más de 12 millones de empleos, es decir, el 22% de los puestos de trabajo registrados en el primer trimestre del 2020. Al mes de octubre se han recuperado 9.7 millones empleos, de modo que aún existe una brecha de 2.3 millones de empleos para la recuperación total de puestos de trabajo (IMCO, 2020).

6. CONCLUSIÓN

El COVID-19 en México generó el aislamiento preventivo obligatorio a nivel nacional, afectando la economía interna y externa del país, la mayoría de las actividades económicas fueron suspendidas o cerradas generando mayor desempleo, cambio en las formas de operar de las empresas, etc., implicando una transformación acelerada para estas.

Actualmente existen diversos factores que se tomaron en cuenta para conocer el impacto que ha tenido el COVID-19 al comercio en nuestro país, se establecieron estrategias para mitigar cada uno de los factores afectados por el COVID-19, pero aún no son suficientes para equilibrar la economía.

Consideramos que la reactivación económica se debe hacer teniendo en cuenta la situación actual del país en temas económicos, sociales, culturales, ambientales, utilizar los recursos actuales y organizar estrategias para mitigar los riesgos que presenta esta pandemia. Como se ha venido mencionando anteriormente, las organizaciones deben reinventar su idea de negocio de acuerdo a la contingencia actual, utilizando toda su estructura para generar nuevas oportunidades impulsando la economía del país.

REFERENCIAS

- Caribe, C. E. (2020). *Evolución y efectos de la pandemia del covid-19 en América latina y el Caribe*, informe especial, 4ta edición. CEPAL.
- Díaz, D. (junio de 2021). *IMCO Centro de investigación en política pública*. <https://imco.org.mx/retos-y-oportunidades-del-comercio-exterior-de-mexico/>
- IMCO (diciembre de 2020). *IMCO Centro de investigación en política pública*. <https://imco.org.mx/los-efectos-del-covid-19-en-el-mercado-laboral-mexicano-se-visualizan-en-http-imco-org-mx-monitor-mercado-laboral/>
- INEGI. (2021). *Resultados de la encuesta sobre el impacto generado por COVID-19 en las empresas (ecovid-ie)*. Tercera edición. México: comunicado de presa.
- Zúñiga, E. (agosto de 2020). *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/capital-humano-despedir-o-mantener-al-personal-dilema-empresas-pandemia/>

INSTITUCIONES PÚBLICAS Y SU NIVEL DE TRANSPARENCIA

PUBLIC INSTITUTIONS AND THEIR LEVEL OF TRANSPARENCY



¹ Laura Janet Sanchez Cordova

² Luis Manuel Hernández Govea

³ Germán Martínez Prats

⁴ Francisca Silva Hernández

^{1,2,3,4} División Académica de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

Las instituciones públicas son los organismos que dependen de los gobiernos, con los cuales se busca el brindar un servicio para satisfacer las necesidades de la sociedad, estas instituciones se sustentan de los recursos públicos, mismos que son aportados por la propia sociedad con la finalidad de que puedan contar con los servicios básicos de una manera gratis y accesible, este tipo de instituciones representan un pilar importante para el desarrollo de la sociedad debido a los servicios que esta nos ofrece para un mejor vivir. La transparencia juega un papel importante para la sociedad y sobre todo para estas instituciones, ya que con la transparencia lo que se busca saber es cómo se utilizan cada uno de los recursos que son destinados al erario público para poder ayudar a que este cumpla con sus funciones establecidas. En la presente investigación hablaremos sobre como la transparencia en las instituciones públicas ha marcado una gran importancia para que la sociedad esté segura y sepa cómo se usan los recursos que ellos aportan y sobre todo para conocer si se está cometiendo algún delito al desviar estos recursos para su uso en la sociedad.

Palabras clave: instituciones, recursos, sociedad, transparencia.

ABSTRACT

Public institutions are these organizations that depend on the governments with which it seeks to provide a service to meet the needs of society, these institutions are based on public resources that are provided by society itself in order that they can count on basic services in a free and accessible way, this type of institutions represent an important pillar

Citación: Sanchez Cordova, L. J., Martínez Prats, G. ., & Silva Hernandez, F. . Instituciones públicas y su nivel de transparencia. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5564>

¹Laura.sanchez@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5736-4409>

²luismgovea@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6371-8135>

³germanmtzprats@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6371-448X>

⁴fany987@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3533-0002>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5564>

for the development of society due to the services it offers us for a better life. Transparency plays an important role for society and especially for these institutions, and with transparency what is sought to know how each of the resources that are destined to the public treasury are used to be able to help it fulfill its already established functions. In this research we will talk about how transparency in public institutions has marked a great importance for society to be safe and know how to use the resources they contribute and specially to know if any crime is being committed by diverting these resources for use in society

Key words: *Institutions, resources, society, transparency.*



1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la sociedad se ha mostrado como un agente activo que busca, cada vez más, hacer valer sus derechos de forma correcta para el bien de todos. De igual forma, la globalización permite que como sociedad busquemos crecer y ser mejores como país. Pero para ello es necesario también buscar aportar, participar en conjunto con las autoridades, que cuenten con la experiencia para poder hacer las cosas un poco diferentes.

La *transparencia* en conjunto con el *acceso a la información* y la *rendición de cuentas*, son parte de un sistema con el que contamos y que merece ser aprovechado. A pesar de que no es un sistema que hoy en día cumpla en su totalidad con lo que debería es una ventaja que nos permite seguir exigiendo y a su vez nos permitirá, cada vez más, ser parte activa de las decisiones tomadas y del crecimiento de la sociedad.

Una entidad pública es una parte fundamental en la sociedad, ya que estas entidades son creadas por los gobiernos para el beneficio de la sociedad en rol de las necesidades que se tengan; existen diversos tipos de entidades, pero todas con un mismo objetivo: el hacer que la sociedad tenga todo lo que necesite para su bienestar y su buen vivir, por ello estas entidades son de suma importancia para la ciudadanía ya que parte de los recursos que se aportan a través de los impuestos son dirigidos a estas entidades para su buen funcionamiento y para que administren el recurso de una manera efectiva en beneficio de la sociedad.

Esta investigación se enfoca en la evaluación de uno de los elementos de dicho sistema, el cual es la *transparencia* y el cumplimiento de esta por parte de las entidades públicas, el ser transparente indica que la ciudadanía pueda estar segura de cómo es que se emplean los recursos que tiene cada entidad, ya que estos recursos son proporcionados por la sociedad misma, por lo que la transparencia es algo necesario para conocer cómo y en qué se destina el dinero público, ya que en ocasiones este dinero es usado de una manera indebida causando un enriquecimiento ilícito para ciertas personas, por tal motivo la transparencia es una herramienta que ayuda a la sociedad a estar segura de donde van sus recursos y si están siendo empleados de la mejor manera por las entidades públicas.

2. MÉTODO

El método aplicado en esta investigación fue el descriptivo, con el cual se busca el poder dar a conocer de una manera en general como es que la transparencia sirve para que la sociedad este mejor informada de los recursos que aporta al gobierno para que este sea utilizado en las diversas instituciones para el bienestar de toda la sociedad. El método descriptivo demanda la interpretación de la información, siguiendo algunos requisitos del objeto de estudio sobre el cual se lleva a cabo la investigación. Es una interpretación subjetiva, pero no es arbitraria. Es una información congruente con los hechos, y la información obtenida es consistente con los requerimientos de la disciplina metodológica.

3. INSTITUCIONES PÚBLICAS

Las instituciones, según Cienfuegos & López (2005), constituyen un sistema cuyo equilibrio es enjuiciado por las variaciones experimentadas en su entorno, donde las decisiones no incumben a un análisis racional, sino a una adaptación sucesiva por desequilibrios continuos que se producen. Mientras que para Hodgson (2011), las instituciones son el tipo de estructuras que más importan en la esfera social: ellas constituyen el tejido de la vida social. El creciente reconocimiento del papel de las instituciones en la vida social implica advertir que gran parte de la interacción y de la actividad humana está estructurada en términos de reglas explícitas o implícitas.

Una institución es una parte fundamental para el desarrollo social ya que en ellas se brinda ayuda, servicios y productos para las necesidades que se tienen en la sociedad, por ese motivo igual existen las instituciones públicas.

Las instituciones públicas constituyen a muchos de ellos. Éstas actúan como mecanismos reguladores de acciones en el desarrollo social cotidiano de todo territorio, sea nación, Estado o municipio. Las instituciones públicas en adelante exponen propuestas y acciones concretas que buscan responder a los intereses compartidos por un conjunto de individuos partícipes de una misma sociedad (Vargas, 2017).

Una institución pública es una parte importante para el desarrollo de la sociedad, debido a que en ella se brindan los servicios necesarios para la colectividad, estas instituciones son de ente gubernamental que son las que buscan cumplir con los objetivos establecidos por los gobiernos para poder satisfacer las necesidades de la sociedad, por lo que el contar con una institución de este tipo es de suma importancia para el desarrollo de la población. Este tipo de instituciones aplican lo que es, la administración pública ya que debe realizar una gestión que satisfaga las necesidades de la sociedad y sobre esta orientación capitalizar la confianza, credibilidad y aceptación del ciudadano, llevándolo a depositar una valoración positiva de la acción institucional

(De Pacheco, Fernández & Guédez, 2017).

Las instituciones públicas son una parte esencial para el bienestar de la sociedad, con ellas se busca el dar una mejor vida, así como servicios de calidad para que la sociedad pueda vivir de una manera que se merece, a pesar del propósito de estas instituciones, algunas sufren problemas en el camino, uno de ellos, que es el más común, es la corrupción. Ésta, según García (2015), es una ganancia privada a costa de los bienes públicos, a partir de acciones como la extorsión, el soborno, los arreglos, malversaciones y fraudes, o intangibles, como la alteración fraudulenta de mercado, la especulación financiera de los fondos públicos, la colusión privada, o el uso de información privilegiada.

Toda institución debe de respetar el derecho de las personas por tener un buen vivir y el poder tener acceso a cualquier necesidad básica, las instituciones están hechas para poder mantener una sociedad en buen estado, cubriendo todo lo que se necesita para ello, por esto es que son de suma importancia para un mejor desarrollo y para un crecimiento oportuno.

4. LA TRANSPARENCIA

Para hablar de la transparencia debemos reconocer qué es y los diferentes elementos relacionados a ella. Para comenzar se debe entender que la transparencia, hoy en día, es un concepto que posee un carácter de política pública, pues fue tomando parte con el fin de mejorar la situación entre el gobierno y la ciudadanía, se empezaron a realizar dichas acciones para formar un gobierno democrático. Por lo que primero se hace necesario definir que es la democracia.

Dentro de las diferentes posturas ante este concepto, podemos mencionar la que estructuran Novoa, Pirela & Inciarte (2019), quienes mencionan que la democracia se entiende como un modo de percibir el mundo; es un proyecto de convivencia que se construye día a día por los sujetos que van a vivir aquel proyecto con el fin de ampliar la libertad, profundizar la igualdad y el respeto a la diversidad. De igual forma,

la definición emitida por la Real Academia Española es muy similar a esta, ya que menciona el reconocimiento de la libertad, la igualdad, además de la soberanía y participación de los miembros que aplican la democracia, con la diferencia que la RAE reconoce la democracia como un sistema político. Así, pues, se entiende que un gobierno democrático es aquel en el que las necesidades y la participación de los gobernados son sumamente importantes para realizar cualquier acción.

Conociendo un poco más de la democracia y la relación que esta tiene con la transparencia, ya que estas son de orden público, Perramon (2013), nos menciona que, de acuerdo con la OCDE, la transparencia es un concepto relacionado con la posibilidad de que la información real de una empresa, gobierno u organización puede ser consultada por los diferentes sujetos afectados por ella, de tal modo que éstos pueden tomar decisiones con conocimiento de causa y sin asimetría de información.

La transparencia se convierte así en un pilar básico que la sociedad actual ha de desarrollar de una forma amplia y permanente, como elemento fundamental para conseguir un mínimo nivel de equidad social y de eficiencia económica, y para que los ciudadanos no queden así desprotegidos y desprovistos de uno de sus derechos fundamentales: el derecho a la información, y, en definitiva, el mencionado derecho a saber (Lizcano, 2012).

La transparencia ha sido parte fundamental para el crecimiento de la sociedad, de hecho, Ramírez & Hernández (2014), mencionan de igual forma que los países donde la transparencia comenzó a tomar fuerza fueron Finlandia, Estados Unidos y Dinamarca, los cuales fueron como una inspiración y de esta forma a finales del siglo XX más de 40 países instituyeron sus propias leyes de acceso a la información (Bustamante, 2007 en Ramírez & Hernández, 2014).

El territorio nacional tuvo las influencias ya mencionadas, y de forma interna la transparencia tomó aún más importancia en el año 2000, debido a la generación de espacios de participación ciudadana, lo que

permitió exigir que las acciones gubernamentales fueran transparentes en el uso de los recursos públicos, trayendo consigo un impulso por complementar y concluir la reforma que ya se anunciaba en el artículo sexto de la Constitución mexicana desde 1977 en torno al ideal de transparencia (Ramírez & Hernández, 2014).

De esta forma, la transparencia va tomando importancia y a su vez abriendo brechas para que además las leyes implementaran lo concerniente al acceso a la información, dándole así más oportunidades a la sociedad de conocer y utilizar las herramientas de la transparencia y haciendo valer su derecho.

De hecho, desde un panorama más actual, Uvalle (2008) menciona que la transparencia denota el avance de condiciones de vida que apuntan hacia la postura activa de los ciudadanos en los asuntos públicos tomando parte también en los procesos que se generan con la gestión institucional.

5. TRANSPARENCIA EN INSTITUCIONES PÚBLICAS

Para Naessens (2010), la transparencia en el gobierno, además de un valor, es un mecanismo fundamental de exigibilidad pública y de responsabilidad para con la sociedad. Mauricio Merino señala muy acertadamente que el concepto de transparencia está en formación y que genera más dudas que certezas. Hoy se encuentra en debate no sólo el concepto mismo sino también sus alcances y límites dentro del marco legislativo, siendo muy importante elucidar el papel que desempeña dentro de un gobierno democrático. Se trata de una exigencia relativamente nueva, cuyo origen no es precisamente político.

Los primeros registros que hay, de acuerdo con Martínez & Heras (2012), de actas leyes o códigos que hacían referencia de la disposición de la información pública para la sociedad, fueron promulgadas por los Estados liberales desde el siglo XVIII. Después de ello, uno de los momentos también importante para dar partida a la transparencia en los gobiernos

es la promulgación de la Freedom of Information Act (1996) ya que sirvió de modelo para otros países tales como México.

En México, fue hasta el año 2002 en que la Cámara de Diputados aprobó el dictamen de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, y fue ese mismo año en que el presidente de la República firmó el decreto de promulgación de dicha Ley. Sin embargo, no fue, sino, hasta el año 2007 en que dicha Ley entró en función. De esta forma, se reformó la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y, es como ahora, el artículo sexto forma parte del fundamento legal de la Transparencia y el Acceso a la Información Pública. El objetivo de la creación de dichas leyes, como en su nombre lo dice es garantizar que la ciudadanía tenga acceso a la información del gobierno, tanto federal como estatal y municipal, estableciendo algunos mecanismos y procedimientos específicos. Estas leyes obligan a los órganos federales, estatales y municipales a mantener en un formato abierto sus archivos, clasificando a su vez la información de acuerdo con los procedimientos y mecanismos establecidos en la misma ley.

Para Lizcano (2012), el sector público es cuantitativo y cualitativamente fundamental en la sociedad, ya que, por una parte, representa una proporción muy importante de la economía o del sistema económico de cualquier país (aunque pueda haber diferencias entre unos y otros países según su estructura, el sistema político, la ideología del partido que gobierne, etc.), y, por otra, porque es el sector que se encarga de velar por el funcionamiento, la seguridad, la libertad y el mínimo bienestar o cobertura social de los ciudadanos.

Las entidades públicas tienen un papel importante en la sociedad ya que en ellas se usan recursos aportados por la sociedad solventar las necesidades de la misma, aunque en ocasiones las entidades públicas no cumplen con sus objetivos establecidos o las personas que las integran cometen actos indebidos, respecto a esto Barea (2004), menciona que la falta de transparencia se usa por los políticos como medio de encubrir ante los contribuyentes los costes y beneficios de las

decisiones sobre impuestos y gastos. Este tipo de actos hace que la sociedad se vea afectada, ya que los recursos destinados para esa entidad son utilizados de forma indebida y no cumplen con el propósito al que están destinados y así no brindan la ayuda necesaria a la sociedad.

Pero, la transparencia como política pública es la cualidad de las instituciones que permiten el pleno acceso a la ciudadanía para dejar ver lo que hacen en su interior, es una práctica de otorgar la información en la “vitrina pública” y no únicamente para ellos o para un destinatario específico, todo esto con el fin de brindar tranquilidad a la sociedad (Ramírez Aceves & Hernández Cardona, 2014).

La información gubernamental es una herramienta que parte de la libertad de datos. La demanda de información desde los ciudadanos, la relación de confianza gobierno-ciudadanos y la relación entre gobierno-apertura de información son actividades que explican la implementación de la transparencia que pueden producir los datos gubernamentales (West Novek & Siriani, 2009 citado en Sandoval, 2015). Este mismo describe que la información gubernamental como herramienta puede ser utilizada para la correcta y eficaz toma de decisiones. Por último, Sandoval (2015) agrega, con base en todos los aspectos que toma en cuenta, que al ser “liberados” los datos y hacerlos transparentes se convierten en un bien público. En cambio, cuando están encerrados en los archivos gubernamentales únicamente son de utilidad y propiedad para el gobierno en turno o los funcionarios públicos que los administran.

Por otro lado, de acuerdo con Martínez *et al.* (2012) la obligación de la rendición de cuentas pasa por tres ámbitos filosóficos, dentro de los cuales surgen diferentes conceptos relacionados con la transparencia y el acceso a la información. Se menciona que uno de los momentos fueron los imperios de la antigüedad clásica dentro del cual se destaca a Platón, Aristóteles y Tácito quienes reconocían la idea de que los gobernantes manejaban cierta información que solamente ellos podían conocer.

De esta forma podemos ver que la transparencia y la rendición de cuentas surgen básicamente de las necesidades de la sociedad. Siendo que los diferentes filósofos coinciden en ello. Y, aunque también se cree que dichos conceptos les agregan valor y confianza a las diferentes formas de gobierno. Su importancia fundamental es el derecho y las necesidades del pueblo de conocer la información y participar para el bienestar de este.

la administración pública debe realizar una gestión que satisfaga las necesidades de la sociedad y sobre esta orientación capitalizar la confianza, credibilidad y aceptación del ciudadano, llevándolo a depositar una valoración positiva de la acción institucional.

6. FUNDAMENTO LEGAL

hoy en día el artículo 6° de la Constitución Política menciona lo siguiente en su párrafo segundo: “Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión”.

Y para complementar lo mencionado, también en el inciso A fracciones I-VIII se mencionan los principios y bases bajo los que se deberán regir tanto la Federación como las entidades federativas, en el ámbito de sus respectivas competencias.

A continuación, se muestra una tabla en donde están los artículos relacionados con la transparencia y acceso a la información pública.

TABLA 1.
Artículos existentes relacionados a la transparencia y acceso a la información pública

Con respecto a	Artículos
	LGTAIP
Los sujetos obligados.	Art. 1, Art. 9, Art. 23, Art. 25, Art. 26.
La obligación de los sujetos de publicar la información correspondiente	Art. 4, Art. 6, Art. 11, Art. 18, Art. 19, Art. 22, Art. 24-V, 24-VI, 24-XI, 24-XII, Art. 60.
Las obligaciones de transparencia.	Art.43, Art. 49, Art. 70, Art. 71-80, Art. 83.
Las formas y mecanismos para publicar la información.	Art. 61, Art. 62, Art. 64, Art. 65, Art. 66, Art. 68, Art. 69.

Fuente: elaboración propia con información de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Como se pudo ver en la tabla anterior, existen diversos artículos que mencionan quienes son los que están obligados a presentar todos sus datos de una manera transparente y pública para así conocer en que emplean sus recursos, pero sobre todo para cerciorar que no se estén enriqueciendo de una forma ilícita afectando a la sociedad, de igual manera existen diversos artículos con los cuales la sociedad puede conocer desde el fundamento legal todo sobre la transparencia en las entidades públicas desde sus obligaciones hasta cómo pueden hacer valer sus derechos para la publicación de esta información.

7. DISCUSIÓN

Trapero *et al.* (2014), opina que la problemática central es que la falta de transparencia en las organizaciones en general afecta negativamente el interior de la organización, al limitar su buen funcionamiento, y hacia el exterior, al impedir el logro eficiente de sus bienes internos; es decir, impide aquello que da razón de ser a la organización, como es ofrecer productos o servicios útiles para la sociedad. La transparencia, el acceso a la información y por consecuencia la rendición de cuentas se entiende, de referencias anteriores, parten

del reconocimiento de los derechos de la sociedad, sin embargo, para que esos derechos se hicieran válidos, y se sigan haciendo válidos, fue necesario que sucedieran algunas modificaciones en la legislación además de la formación e intervención de organizaciones que hicieran y siguen trabajando para hacer cumplir la validez de aquellos derechos. La sociedad debe poder contar con los conocimientos necesarios para conocer cómo se usan los recursos y donde se están dirigiendo, como nos mencionan Córdova Gallegos & Martínez Prats (2021). La educación financiera es de vital importancia para poder desenvolvernos como ciudadanos críticos, ya que, al vivir en un mundo globalizado, estamos inmersos en constantes cambios, causados por cualquier acontecimiento de manera personal, familiar, local, nacional e incluso, internacionalmente. De esta manera teniendo una mejor educación en el tema financiero podemos saber si los recursos están siendo usados de una manera correcta y se están aplicando todas las normas necesarias para su buen funcionamiento.

8. CONCLUSIÓN

Como ya se ha mencionado con anterioridad, la transparencia forma parte del sistema democrático, que en la actualidad aún se está construyendo, por lo que el cumplir con las obligaciones en esta materia son, aunque quizá poco, pero una forma de hacer valer todo lo que se ha construido a través de los años, por otro lado, el sistema de salud de cada gobierno, consideramos, tiene un grado elevado de importancia en la sociedad ya que hace valer también el derecho a la vida, salvaguardando esta y procurando el bienestar de la sociedad en general por lo que conocer y participar activamente con este sistema se hace un paso muy importante para continuar fortaleciendo la democracia en el país.

A través de lo que se obtuvo en la evaluación podemos concluir que la transparencia en las instituciones públicas ha sido un gran beneficio para la sociedad, ya que con ella se conoce de una manera más precisa como están empleados los recursos que la sociedad aporta para el beneficio de la misma, ya que como

sabemos la corrupción ha sido el talón de Aquiles de la sociedad, sobre todo en este tipo de instituciones lo que podría contribuir a que la desconfianza de la sociedad hacia las acciones que se llevan a cabo por parte de estas dependencias disminuya ya que es la forma en que ambas partes pueden estar en sinergia.

A pesar de esto hay varios aspectos a evaluar que pueden complementar estos resultados y ayudar a que la información a la que tengamos acceso cada vez sea más confiable y de utilidad. Con estos resultados podemos concluir que la transparencia es una parte fundamental para que la sociedad esté segura y tranquila de que los recursos están siendo usados de manera correcta.

REFERENCIAS

- Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación Research Method. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Barea, J. (2004). La necesidad de transparencia. *Auditoría pública*, 33, 13-24. https://asocex.es/wp-content/uploads/PDF/200407_33_13.pdf
- Cámara de Diputados. (20 de mayo de 2021). Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lgtai.pdf>
- Cienfuegos Salgado, D., & López Olvera, M. A. (2005). Estudios en homenaje a don Jorge Fernández Ruiz. *Derecho Administrativo*. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1594/15.pdf>
- de Pacheco, G. B., Fernández, J., & Guédez, J. (2017). Las organizaciones públicas desde las perspectivas institucional y capacidades dinámicas. *Compendium*, 20(39). <https://www.redalyc.org/journal/880/88053976004/88053976004.pdf>
- Córdova Gallegos, E. E. & Martínez Prats, G. (2021). La educación financiera en México: importancia e inclusión. *Revista Ciencias de la Documentación*, 29-37. <http://www.cienciasdela-documentacion.cl/index.php/csdoc/article/view/177>
- García, S. B. (2015). *Instituciones y servidores públicos responsables: transparencia y rendición de cuentas en la gestión pública*. Trabajo presentado en el VI Certamen de Ensayo Político. Consejo Estatal Electoral de Nuevo León, NL México. https://www.ceenl.mx/educacion/certamen_ensayo/sexta/BetzaidaGarcia.pdf
- Hodgson, G. M. (2011). ¿Qué son las instituciones? *Revista CS*, 8, 17-53. https://biblioteca.icesi.edu.co/revistas/index.php/revista_cs/article/view/1128

- Lizcano Álvarez, J. (2012). Transparencia. *Eunomía, Revista en Cultura de la Legalidad*, 3, 160-166. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5127787>
- Martínez-Díaz, M. E., & Heras-Gómez, L. (2012). La transparencia y el acceso a la información a nivel local: el caso del municipio de Metepec, Estado de México. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 19(58), 183-208. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10520680009>.
- Naessens, H. (2010). Ética pública y transparencia. *XIV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles: congreso internacional*. 2113-2130. Universidad de Santiago de Compostela, Centro Interdisciplinario de Estudios Americanistas Gumersindo Busto; Consejo Español de Estudios Iberoamericanos. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00531532/>
- Perramon, J. (2013). La transparencia: concepto, evolución y retos actuales. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, 11-27. https://accid.org/wp-content/uploads/2018/10/La_transparencia._Concepto_evolucion_y_retos_a.pdf
- Ramírez Aceves, M., & Hernández Cardona, J. (2014). El sistema de rendición de cuentas mexicano y su interacción con la archivística. *Información, Cultura y Sociedad: Revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, 30, 79-104. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263031224005>
- Sandoval-Almazán, R. (2015). Gobierno abierto y transparencia: construyendo un marco conceptual. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 22(68), 203-227. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10536227008>.
- Trapero, F. G. A., De la Garza García, J., & Parra, J. C. V. (2014). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores. *Estudios gerenciales*, 30(133), 408-418. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001569>
- Uvalle Berrones, R. (2008). Gobernabilidad, transparencia y reconstrucción del Estado. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 203, 97-116. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42120305>.
- Vargas, J. C. C. (2017). La representación social de instituciones públicas de índole política en la ciudadanía del estado de Colima. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 22, 55-69. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1870730016300199>

MOTIVACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL ENTORNO EMPRESARIAL

ORGANIZATIONAL MOTIVATION IN THE BUSINESS ENVIRONMENT



¹Luis Manuel Hernández Govea
²Martha Libny Xicoténcatl Valencia

^{1,2}Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Recibido: 25/11/2021 Aprobado 18/12/2021

RESUMEN

El ser motivado puede conllevar a tener una mejor actitud hacia los demás, al poder cambiar desde tu persona para ser mejor y demostrar que puedes hacer lo que te propongas, ha sido una parte fundamental en los últimos tiempos para las empresas. En ese ámbito se le conoce como motivación organizacional, y se enfoca en tener motivados a sus empleados para que estos sean más eficientes y mejoren sus desempeños en las actividades que se les han asignado. El tener un ambiente donde la motivación sea parte importante, indica que la empresa se preocupa por el bienestar de los demás, con lo cual busca aumentar su competitividad a través de un mejor desempeño en su plantilla laboral. En esta investigación se describe como la motivación organizacional es pieza clave para que las empresas mejoren su desempeño y tengan un mejor rendimiento para que puedan ser más competitivas, obtengan mejores resultados, pero sobre todo para que sus empleados se sientan en un ambiente laboral estable para poder dar lo mejor de sí.

Palabras clave: crecimiento, empleados, empresas, motivación.

ABSTRACT

Being motivated can lead to having a better attitude towards others, being able to change from your person to be better and show that you can do what you propose, it has been a fundamental part in recent times for companies in that area is known as organizational motivation focuses on having motivated their employees so that they are more efficient and improve their performance in the activities that they have been assigned to have an environment where motivation is an important part indicates that the company cares about the well-being of others and with which it seeks to increase its competitiveness through better performance in its workforce. In this research it is described how organizational motivation is a key piece for companies to improve their performance and have a better performance so that they can

Citación: Hernández Govea, L. M. ., & Xicoténcatl Valencia, . M. L. . Motivación organizacional en el entorno empresarial. Publicaciones e Investigación. <https://doi.org/10.22490/25394088.5565>

¹luismgovea@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6371-8135>

²martha.xicotencatl@ujat.mx, <https://orcid.org/0000-0003-1904-6700>

<https://doi.org/10.22490/25394088.5565>

be more competitive, obtain better results but above all so that their employees feel in a stable work environment to be able to give the best of themselves.

Key words: *growth, employees, companies, motivation.*



1. INTRODUCCIÓN

Las empresas son parte fundamental para el crecimiento económico, pero para hacer que una empresa sea estable, hay diversos factores que se deben tener para poder lograr este cometido, los empresarios en muchas ocasiones no les dan una gran importancia a sus empleados y al valor que estos les proporciona a ellos, por eso, en ocasiones los empleados realizan sus actividades solo por compromiso y por necesidad, por ese motivo algunas veces están desmotivados y se sienten sin ganas de trabajar.

El estar motivado a la hora de realizar un trabajo es parte fundamental para que este se desempeñe de una mejor manera, ya que un empleado sin motivación no tendrá un desempeño óptimo al momento de realizar sus tareas asignadas, por tal motivo las empresas buscan el que sus empleados siempre estén de la mejor manera para que estos puedan desempeñarse de bien y elevar la competitividad de la empresa para generar mejores ganancias, así como dar un mejor servicio o producto.

Los empleados son el corazón de las empresas ya que sin ellos no se podría sostener una empresa, ellos forman una parte fundamental para que la empresa pueda crecer, por tal motivo los empleados deben tener una atmósfera sana en donde les ayuden a crecer y puedan aprender a desarrollar sus capacidades para ser mejores, la motivación para ellos es parte fundamental ya que con ella se busca reconocer el esfuerzo que estos hacen por la organización, en donde se les muestra lo importante que son para ella y que forman parte fundamental para la creación de un producto o la prestación de un servicio.

En la presente investigación se describirá como la

motivación organizacional es importante para las empresas y por qué estas mismas deben de incentivar a este tipo de actos para mejorar el entorno laboral y sobre todo para mejorar el desempeño de sus empleados para poder tener una mejor competitividad antes las demás empresas.

2. MÉTODO

El método aplicado en esta investigación es el cualitativo, ya que se buscó información de diversas fuentes, obteniendo así el punto de vista dado por diversos autores en que nos describen que es la motivación organizacional y el por que ésta es de suma importancia para el crecimiento de la empresa. Para Guerrero (2016), la investigación cualitativa se centra en comprender y profundizar los fenómenos, analizándolos desde el punto de vista de los participantes en su ambiente y en relación con los aspectos que los rodean. Normalmente es escogido cuando se busca comprender la perspectiva de individuos o grupos de personas a los que se investigará, acerca de los sucesos que los rodean, por lo que ahondar en sus experiencias y opiniones, conociendo de esta forma cómo perciben subjetivamente su realidad. El aplicar este método logró ayudar a poder desarrollar la investigación de una manera más adecuada y precisa para dar a entender mejor el tema.

3. MOTIVACIÓN EN LAS PERSONAS

La motivación ha existido por mucho tiempo, se ha convertido en clave importante para ayudar a que las personas mejoren sus vidas y puedan optar por tener una mejor vida, y ser felices, el estar motivado implica

que te sientes bien contigo mismo, que sabes que puedes lograr todo lo que te propongas que a pesar de que cueste trabajo tú lograrás hacerlo.

Respecto a esto, Pereira (2009) nos habla que la motivación es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida, entre ellas la educativa y la laboral, por cuanto orienta las acciones y se conforma así en un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia qué objetivos se dirige. En cambio, para Carrillo *et al.* (2009), la motivación, del latín *motivus* (relativo al movimiento), es aquello que mueve o tiene eficacia o virtud para mover; en este sentido, es el motor de la conducta humana. El interés por una actividad es “despertado” por una necesidad, la misma que es un mecanismo que incita a la persona a la acción, y que puede ser de origen fisiológico o psicológico. Mientras que para Huilcapi Masacon *et al.* (2017), la motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo.

Respecto a lo mencionado anteriormente por los diversos autores, podemos describir que la motivación influye en nuestra forma de actuar en ciertas circunstancias, en este caso sería en la laboral, ya que al estar motivado mejora su rendimiento y puede desempeñar sus tareas de una mejor manera, consiguiendo así tener una mejor competitividad y ofreciendo un mejor trabajo a la empresa donde esta se verá beneficiada por tener una mano de obra competente y efectiva.

Las personas influyen mucho al momento de hacer alguna actividad esto se debe en muchas ocasiones a su estado anímico ya que este puede influir en su desempeño y sobre todo en su competitividad, el tener una persona con motivación ayuda a evitar los problemas mencionados anteriormente, haciendo que las personas sean más proactivas, que se desempeñan de una manera más eficaz, teniendo un mejor estado de ánimo, pero sobre todo una mejor conducta hacia los demás como hacia a las actividades que realiza.

4. ¿ES IMPORTANTE LA MOTIVACIÓN EN LAS EMPRESAS?

La importancia que ha tenido la motivación en las empresas ha ido creciendo, debido a que mejorar el ambiente laboral les brinda a sus empleados una mejor estadía en su lugar de trabajo, obteniendo así un mejor desempeño por parte de los mismos. Para Perret & Vinasco (2016), la motivación, hasta cierto punto, es medible, ya que es posible cuantificar la cantidad y calidad de recursos que una persona está dispuesta a sacrificar con tal de obtener un objetivo.

Para García *et al.* (2017), uno de los objetivos que deben de cumplir las organizaciones es posibilitar a sus empleados el mejorar su desempeño en el trabajo. Por esto, es necesario que las organizaciones identifiquen cuáles son los factores que influyen en el desempeño laboral de los empleados y empleen estrategias para que generen aumento del desempeño laboral, aplicando así todos los conocimientos que obtengan del tema sin dejar de lado la misión y la visión que la organización posea.

Las empresas hoy en día le dan más importancia al tema de la motivación ya que se dieron cuenta de que esta puede influir significativamente en el desempeño laboral, con esto las empresas intentan implementar diferentes métodos para que sus empleados se sientan motivados a realizar sus actividades. Uno de estos métodos puede ser la utilización de los llamados incentivos, ya que si cumplen con ciertos objetivos establecidos por la empresa estos pueden recibir algún incentivo económico, con lo cual los ayudan a saber que sus trabajos tendrán una recompensa. Sobre esto, Giraldo (2018) menciona que las organizaciones de hoy entienden que sus colaboradores son afectados por el tipo de motivación que presentan. Por esto, la gerencia moderna la gestiona como un eje fundamental del activo humano, que requiere inversiones de capital y esfuerzo y que, como cualquier inversión que produce un retorno real, puede ser medido. Y, con ello se busca el poder incentivar el realizar las actividades de una manera más eficiente para que la empresa tenga beneficios tanto económicos como organizacionales.

Algo que igual influye en la motivación dentro de las empresas es el comportamiento que hay dentro, esto se conoce como comportamiento organizacional, el cual define Molina *et al.* (2016) como el comportamiento o trabajo de individuos, grupos o estructuras que afecta la efectividad y eficiencia de las organizaciones. Se pueden proponer tres niveles de análisis del comportamiento organizacional: de la gerencia a los empleados, de los trabajadores a la gerencia y ellos mismos, y el tercer nivel son las proyecciones de la empresa, incluyendo gerentes y empleados, hacia la sociedad. El tener un buen comportamiento en la organización incentiva a que todo pueda estar en armonía a que los empleados se sientan bien en su torno y se sientan tratados con respeto sobre todo por sus superiores.

La motivación es una de las partes más importantes para el desarrollo y crecimiento de los empleados, las empresas necesitan ejecutar planes y acciones en los cuales se busque recompensar el esfuerzo por cada uno de sus trabajadores ya que ellos son pieza fundamental para el crecimiento de las mismas, el motivar no solo significa alentar a que pueden lograr y cumplir con todos sus objetivos que se proponen, igual significa que pueden hacer crecer a su personal, que puedan hacer que se desarrolle más en cierta actividad y pueda crecer tanto personal como laboralmente, por ese motivo, el tener una organización motivada se convirtió en un factor importante para lograr un buen desempeño dentro de las empresas.

5. LA MOTIVACIÓN ORGANIZACIONAL APLICADA EN LAS EMPRESAS

Para Delgado (2014), una línea importante de motivación es la capacitación, esto garantiza que el talento humano cuenta con los conocimientos y habilidades necesarias para optimizar sus labores y profesionalizarlas dentro de la organización, de igual forma reconocer los logros es una recompensa al cumplimiento de metas y compromiso, este reconocimiento debe ser público y tangible por medio de diplomas, viajes, cuadro de honor y/o obsequios. Respecto a lo mencionado por el autor anterior, la capacitación tiene que ser de suma

importancia para las empresas ya que con ellas se busca el brindarles los conocimientos la experiencia necesaria a los empleados para que estos puedan desarrollar sus actividades de una manera eficiente y segura.

La motivación organizacional tiene una estrecha relación con la motivación laboral, la cual nos mencionan Peña & Villón (2018), que se puede entender como el resultado de la interrelación del individuo y el estímulo realizado por la organización con la finalidad de crear elementos que impulsen e incentiven al empleado a lograr un objetivo. Es la voluntad que caracteriza al individuo a través del esfuerzo propio a querer alcanzar las metas de la organización, ajustado a la necesidad de satisfacer sus propias necesidades. El poder estar motivado al realizar un trabajo conlleva a que este se realizará con un gran desempeño, lo cual es muy beneficioso ya que se genera una mayor competitividad y hace crecer a la empresa teniendo a los empleados capacitados y listos para desarrollar cualquier tipo de actividad.

Una empresa que cuenta con motivación para sus empleados demuestra el compromiso que esta tiene hacia ellos, en donde les demuestra que las actividades que realizan y lo que aportan a esta misma son de suma importancia, para Marín *et al.* (2016). Es importante enfatizar que el nivel de motivación de un empleado también depende de su gente, sus cualidades sus expectativas, sus circunstancias personales económicas y familiares. Sin embargo, es incorrecto generalizar que todos los empleados están motivados únicamente por el salario, aunque hay empleados que debido a las limitadas condiciones económicas prefieren trabajos donde el nivel salarial es fijo, y esperan que sus honorarios sean estables independientemente de la jornada laboral, del esfuerzo en sus actividades y el estrés que esto genera.

6. DISCUSIÓN

El poder motivar a los empleados no es tarea fácil debido a que en muchas ocasiones solo realizan las actividades por que cubren alguna necesidad que tienen, por lo que el poder motivar a alguien no solo implica

darle palabras de aliento para que mejore su actitud si no también demostrarlo con acciones dándole incentivos, aumento en su salario, darle un mejor puesto, por eso las empresas implementaron métodos para poder motivar a sus empleados y que estos tengan un mejor desempeño en las empresas. El tener algo que te motive a poder superarte día a día se ha convertido en parte fundamental para que las empresas tengan un mayor crecimiento y puedan ser competitivas. Respecto a esto, Borja (2014) señala que los patrones motivacionales son las fuerzas que impulsan a los individuos a realizar las distintas conductas propias del consentimiento (unirse al sistema, trabajar con dedicación para él, aportar la creatividad). Permiten resumir y presentar en unas pocas categorías las infinitas motivaciones individuales y explicar, en definitiva, por qué los hombres ingresan a las organizaciones y trabajan para ellas, satisfechos o no, con mayor o menor dedicación, inspirados por unos valores u otros. El tener a alguien que te impulse a ser mejor y superarte ha sido de gran ayuda para poder cumplir con los objetivos de la propia empresa, ya que con ello su competitividad tiene un mayor alcance.

7. CONCLUSIÓN

La motivación juega un papel importante para las empresas, el estar motivado implica el mejorar tanto personal como en el ámbito laboral, ya que la motivación ayuda a poder crecer para ser mejor así como mejorar el desempeño en las actividades que realice, por eso muchas empresas implementan diferentes tipos de incentivos o métodos para motivar a sus empleados y hacerles saber lo importante que son para ellos, el tener un empleado motivado nos da la certeza de que este realizará sus actividades de una manera eficiente y será más competente, la competitividad juega un rol importante para el crecimiento de una empresa, ya que con ella las empresas buscan el poder hacer frente a sus demás competidores y así evitar pérdidas, el tener a alguien dentro de la organización que sea suficientemente competente en el desarrollo de sus actividades indica que la empresa está haciendo un buen trabajo, ya que al mantenerlo motivado este buscará la manera

de dar lo mejor de sí y que todo salga casi perfecto. En esta investigación pudimos ver desde el punto de vista de varios de los autores mencionados que la motivación es una parte importante para el crecimiento y desarrollo de una persona, que gracias a ello esta pueda superarse y sentir que puede cumplir con todos sus objetivos así como todas las expectativas que se le tienen en cuenta, las empresas que utilizan este tipo de motivación indican que son empresas que se preocupan por el bienestar de su plantilla laboral, que buscan que al realizar sus actividades se encuentren de la mejor manera posible para poder realizar sus acciones de una manera más eficiente pero sobre todo que puedan crecer para alcanzar mayores objetivos de los que ya se proponen.

REFERENCIAS

- Borja Salgado, D. S. (2014). *La motivación aplicada a las empresas*. (Tesis de grado). Universidad San Francisco de Quito. <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/3346>
- Carrillo, M., Padilla, J., Rosero, T., & Villagómez, M. S. (2009). La motivación y el aprendizaje. *Alteridad*, 4(1), 20-33.
- Delgado Pardo, J. P. (2014). *Motivación organizacional y bienestar laboral*. (Tesis de grado). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá. <https://repositorio.unimilitar.edu.co/handle/10654/12781>
- García Correa, D. A., Londoño Bolívar, C., & Ortiz Pérez, L. (2017). Factores internos y externos que inciden en la motivación laboral. *Revista Electrónica Psyconex*, 8(12), 1-9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/326981>
- Giraldo, A. L. C. (2018). Gestión de la motivación en escenarios organizacionales. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 6(1), 84-92. <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/innovacion/article/view/2777>
- Guerrero Bejarano, M. A. (2016). La investigación cualitativa. *Innova Research Journal*, 1(2), 1-9. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3645/3/document.pdf>
- Marín, K. O., Ruiz, A. A., & Henao, E. A. (2016). La motivación como un factor clave de éxito en las organizaciones modernas. *Colección Académica de Ciencias Sociales*, 3(2), 22-35. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciasociales/article/download/4484/4169/8203>
- Huicapi Masacon, M. R., Castro López, G. A. & Jácome Lára, G. A. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 311-333. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5889721>

- Molina-Sabando, L. A., Briones-Véliz, Í. B., & Arteaga-Coello, H. S. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 498-510. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/275>
- Peña Rivas, H. C., & Villón Perero, S. G. (2018). Motivación laboral. elemento fundamental en el éxito organizacional. *Revista Scientific*, 3(7), 177-192. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>
- Pereira, M. L. N. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2), 153-170. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/510>
- Perret, R., & Vinasco, Z. O. H. E. (2016). *El secreto de la motivación*. México. <http://www.ricardoperret.com/s/El-Secreto-de-La-Motivacion-WEB.pdf>

Lineamientos Generales

DESCRIPCIÓN GENERAL

La Revista Especializada en tecnología e ingeniería, órgano de divulgación científica de la Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería – ECBTI, de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD, tiene una periodicidad de publicación semestral; publica artículos originales evaluados bajo la modalidad de pares doble ciego en temas de las diferentes áreas de tecnología e ingeniería.

La Revista tiene como objetivo facilitar la divulgación del conocimiento científico y aplicado en temas de ingeniería; así como incentivar la visibilidad e impacto de la investigación desarrollada en el ámbito nacional e internacional en las áreas de la ingeniería de manteniendo como propósito la construcción de redes de conocimiento.

Para efectos de publicación, se reciben las siguientes clases de documento:

- Artículos de resultados de avance parcial o final de proyectos de investigación en el área de la ingeniería, o en el desarrollo de herramientas pedagógicas para la enseñanza de la ingeniería.
- Artículos de reflexión, documento que presenta resultados de investigación desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor sobre un tema específico.
- Estados del arte o artículos de revisión, definido por Minciencias como aquél escrito que sistematiza y analiza los resultados de investigaciones publicadas o no publicadas, sobre un campo del conocimiento.

CARACTERÍSTICAS DE LOS ARTÍCULOS

Los artículos sometidos a publicación deben ser originales o inéditos, no estar postulado para publicación simultáneamente en otras revistas y se debe entregarse con carta donde conste la originalidad, firmada por los autores.

POSTULACIÓN DEL ARTÍCULO

El envío de su artículo se efectuará por el sistema OJS <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/publicaciones-e-investigacion/login> con la sesión de derechos y la hoja de vida de los autores en los formatos establecidos para tal fin.

Los artículos producto de investigación no deben exceder de 12 páginas y los review de máximo 20 páginas tamaño carta, a espacio sencillo con márgenes de 3.0 cm a cada lado, fuente para todo el artículo Times New Roman, tamaño 11 puntos y bajo las normas Harvard establecidas.

PROCESO DE EVALUACIÓN

La evaluación, revisión, dictamen o arbitraje de los artículos postulados para publicación deben cumplir las siguientes indicaciones:

- Todo original será sometido al proceso de dictamen, bajo la modalidad de pares doble ciego y una valoración preliminar por el Comité Editorial de la Revista, con el fin de calificar el documento, en cuanto a forma, contenido y cumplimiento de normas de publicación.
- Posterior a esto se enviará el artículo a dos pares ciegos especialistas en el área del artículo. Una vez evaluado y aprobado el documento, se remitirá a los autores para que se realicen las correcciones o aclaren aspectos surgidos del proceso de evaluación.
- El documento debe ser devuelto con los ajustes, para continuar con el proceso de corrección de estilo y posterior edición.
- En el eventual caso de amplias discrepancias en los resultados de la evaluación, el Comité Editorial tomará la decisión final de aceptación o rechazo del mismo. La aceptación definitiva dependerá de las modificaciones que los pares evaluadores propongan al autor y el concepto del Comité Editorial.
- El Comité Editorial se reserva el derecho de introducir modificaciones formales, necesarias para adaptar el texto a las normas de publicación. De no ser aprobado el artículo en la evaluación preliminar o en la evaluación por pares ciegos, se comunicará a los autores la decisión y los motivos de rechazo de la comunicación.

OPEN JOURNAL SYSTEM

Consulte on-line la revista en

<http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/publicaciones-e-investigacion>

Instrucciones para presentar artículos

Los artículos producto de investigación deben tener máximo de 12 páginas y los review máximo 20 páginas tamaño carta, a espacio sencillo con márgenes de 3.0 cm a cada lado, fuente para todo el artículo Times New Roman, tamaño 11 puntos y bajo las normas Harvard.

1. CONTENIDO EL DOCUMENTO

El artículo contiene unos aspectos formales para su presentación relacionados a continuación:

1.1. Título

El título principal del artículo debe estar en español e inglés; Fuente Times New Roman tamaño 14.

1.2. Detalles del Autor(es)

El nombre del autor o Autores debe estar escrito de acuerdo a la forma de citación orcid, centrado, fuente tamaño 11 puntos y negrilla.

1.3. Filiación del Autor(es)

La Universidad o entidad de afiliación, Escuela, Ciudad y País en fuente tamaño 11 puntos y cursiva, los correos y el orcid en tamaño 10 puntos en fuente tipo Courier; Entidad que financia el proyecto (de existir).

1.4. Resumen

El resumen se debe presentar en español e inglés: que no exceda 250 palabras y que describa sistemáticamente el contenido del artículo.

1.5. Figuras y Tablas

Las figuras y tablas deben estar centradas en la columna. Si la figura es muy larga, se puede extender hasta ocupar el espacio de las dos columnas. Cualquier figura o tabla que se extienda más de una columna, pero no ocupe el espacio de las dos columnas debe estar centrada

Los gráficos deben estar en color, de preferencia utilice colores estándar (rojo, azul, verde, amarillo) de manera que puedan ser reproducidos en cualquier sistema, las fotografías deben estar en jpg tif ,eps ps,. png.)

Toda figura debe acompañarse de un título en letra de tamaño de 9 puntos, que inicia con

la abreviatura “Fig.” para indicar “Figura” y un número de secuencia.

El nombre de la figura se utiliza centrado en la columna, o página si la figura se extiende fuera de la columna. Si la descripción se extiende más de una línea, se debe mostrar de forma justificada, como en Fig. 1.

1.6. Palabras clave

Las palabras clave deben estar en español e inglés y cursiva, máximo diez palabras clave que den una idea de los temas fundamentales que se encuentran en el artículo. Estas palabras deben ir ordenadas alfabéticamente separadas por comas. Para estandarizar las palabras clave se sugiere buscarla en el siguiente hipervínculo, https://www.ieee.org/documents/taxonomy_v101.pdf



Fig. 1 El ejemplo de un gráfico con colores sólidos que resaltan sobre el fondo blanco.

1.7. Tablas

El título y contenido de las tablas en tamaño 9 puntos.

TABLA 1
Tamaño y fuentes para artículos

Tamaño	Fuente (Times new Roman)		
	Regular	Negrita	Cursiva
14	TÍTULO DEL ARTICULO	negrita	
11	Nombre del autor	negrita	
11	Filiación de los autores		cursiva
10	Correo electrónico (fuente Courier)		
11	Contenido	(Times new Roman)	
11	TITULOS	negrita	
11	Subtítulos	negrita	cursiva
11	Resumen	Cuerpo del Resumen	
11	<i>Abstrac</i>	<i>Cuerpo del abstrac cursiva</i>	cursiva
9	Título de figuras	Negrita solo Fig. No	
9	Título y contenido de tablas	Minúscula negrita solo Tabla No.	negrita
9	Referencias bibliográficas	Referencias	

1.8 Aspectos formales y estructura del artículo

1.8.1 Introducción

En esta sección se incluye una presentación general del tema, lo que el experimento o estudio intenta demostrar; la hipótesis con relación al estado del arte, se debe presentar una visión general de los resultados obtenidos. Problema de investigación y método: planteamiento del problema de investigación y síntesis del enfoque metodológico. Técnicas y estrategias de recolección y análisis de la información (según el caso).

1.8.2 Desarrollo de contenido

En esta sección se desarrollan los contenidos del tema de manera ordenada y secuencial con letras mayúsculas.

Subtítulos

En esta sección se describen temas detallados que forman parte del título principal

Estilo del artículo

El artículo debe presentarse a dos columnas

Viñetas

Si es necesario el uso de viñetas debe utilizarlas siguiendo las instrucciones

- Cuando desea mencionar varias cosas dentro de un tema de un subtítulo
- Cuando necesite crear niveles en una sección utilice las siguientes normas

Primer Nivel. El primer nivel corresponde al de título, por tanto debe estar centrado, numerado con números arábigos y todas las letras en mayúscula.

Segundo Nivel. Un segundo nivel corresponde al subtítulo. Deben estar numerados usando números arábigos seguido por un punto y alineados a la izquierda y en cursiva.

Tercer nivel. Un tercer nivel es el número del título, seguido por el número del subtítulo y el número que corresponda en el nivel separados por comas. Utiliza letra cursiva y negrita, con números arábigos. El cuerpo del ítem debe estar inmediatamente después del encabezado, sin saltos de línea.

2. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los resultados deben ser presentados objetivamente en forma de gráficos y/o tablas, de ser posible en forma comparativa. Según sea el caso del tipo de artículo.

3. CONCLUSIONES Y TRABAJOS FUTUROS

Lo principal de esta sección es presentar los principales resultados, fundamentados en los objetivos y en la teoría, deben manejarse como enunciados cortos.

RECONOCIMIENTOS

Esta sección no es de carácter obligatorio obligatoria y se coloca los agradecimientos a personas que colaboraron en el desarrollo del proyecto pero que no figuran como autores. No debe ir numerado.

REFERENCIAS AL FINAL DEL TEXTO

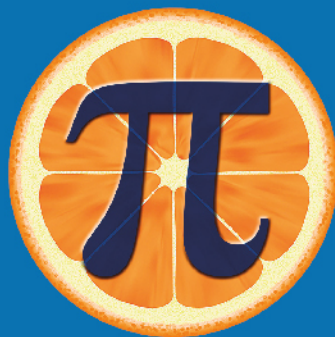
Esta sección no debe tener numeración y todas las referencias se hacen en letra de 9 puntos La lista de las obras citadas se incluye al final del artículo. Se debe referenciar en orden alfabético, según la guía de Norma Harvard <https://www.imperial.ac.uk/media/imperial-college/administration-and-support-services/library/public/Harvard.pdf>

LISTA DE AUTORES

LIST OF AUTHORS



Luis Manuel Hernández Govea,
Martha Libny Xicoténcatl Valencia
Laura Janet Sanchez Cordova
Germán Martínez Prats
Francisca Silva Hernandez
Luis Manuel Hernández Govea
Edith Lorena Magaña Pérez
Francisca Silva Hernandez
Germán Martínez Prats
Gabriela Martínez Reyes
Hugo Angulo Fuentes
Martha Libny Xicoténcatl Valencia
Elizabeth García Moreno
Lourdes Cristina Soberano Gutiérrez
Carlos Mauricio Tosca Vidal
Carlos Arnulfo López Cáceres
Juan Fernando Guillén Merlín
Sergio Alfonso Tosca Magaña
Ariel Arturo Arias Muñoz
José María Nieto Contreras
Atilano del Jesús Guerra Lizcano
Norma Angélica Hernández Gómez
Fabiola de Jesús Mapén Franco
Francisco Gerardo Barroso Tanoira



**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
UNAD**

www.unad.edu.co

Sede Nacional José Celestino Mutis. calle 14 Sur No 14-23

PBX: 3443700 ext: 1422 - 1333

Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería

h

publicaciones.investigacion@unad.edu.co
Bogotá. D.C. Colombia