
REVISTA

R GLOBAL *de* NEGOCIOS

Volumen 6

Número 1

2018

CONTENIDO

Las Tecnologías de la Información y Comunicación en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en el Sur de Jalisco	1
Miriam Cerón Bracamontes, Enrique Roberto Azpeitia Torres, José Carlos Tapia Rivera & Ma. Patricia Rivera Espinoza	
La Planeación Estratégica Para el Desarrollo Sostenible en México	15
Rufina Georgina Hernández-Contreras, Karla Liliana Haro-Zea, Rosa María Medina Hernández, José Luis Gutiérrez Ramírez & Edith Gabriela Espinosa Crispín	
Actividad Emprendedora y Competitividad en el Ecuador	29
Betzabé del Rosario Maldonado Mera, Giovanna Josefina Lara Burbano & Azucena Maribel Maya Carrillo	
Motivación Interna de los Emprendedores en el Proceso de Incubación Empresarial	45
Susana Margarita Ibars Hernández, Elsa Elena Corona Mayoral, Perfecto Gabriel Trujillo Castro, Adalberto Torreblanca Zorrilla & Blanca Esthela Zazueta Villavicencio	
Proceso de Valoración de Riesgos Para Ranchos Marinos de Engorda de Atún Aleta Azul: Evidencia de Baja California	55
José de Jesús Moreno Neri & María del Mar Obregón Angulo & Santiago Alejandro Arellano Zepeda	
Acercamiento a los Usuarios de Second Life de Habla Hispana a Través de un Estudio Psicográfico de Tipo Values and Lifestyle (VALS)	67
Lorena Mariano Gutiérrez, Héctor Hugo Pérez Villarreal, Judith Cavazos Arroyo & María del Rocío Gpe. Morales Salgado	
Dinero Electrónico: Beneficios Tributarios	77
Álvaro Rivera Guerrero, Félix Hablich Sánchez & Logan Berni Moran	
Criptomonedas, Como Oportunidad de Negocio de Microempresas del Sector Turístico en la Zona Sur Oriente del Estado de México	93
Abraham Sánchez Gil & Omar Ernesto Terán Varela	

Patrocinado por

IBFR
The Institute for
Business and Finance
Research

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL SUR DE JALISCO

Miriam Cerón Bracamontes, Centro Universitario del Sur de la UDG (Graduada)

Enrique Roberto Azpeitia Torres, Centro Universitario del Sur de la UDG

José Carlos Tapia Rivera, Centro Universitario del Sur de la UDG

Ma. Patricia Rivera Espinoza, Centro Universitario del Sur de la UDG

RESUMEN

El objetivo de este trabajo fue analizar las tecnologías de información y comunicación (TIC) como herramienta para llevar a cabo las actividades de desarrollo en las Mipymes en ciudad Guzmán, Jalisco. El estudio se realizó en Ciudad Guzmán, Jalisco, la investigación fue exploratorio-descriptivo. Se analizaron 280 Mipymes, de propiedad familiar, en los meses de enero a mayo del 2016. La encuesta aplicada se constituye de 17 preguntas y 50 variables. El uso de las TIC es directamente proporcional, respecto a la actividad económica que se realice, el 60.36% de las micro, pequeñas y medianas empresas utilizan las TIC como herramienta para la gestión y el control de su capital; mejorando su servicio al cliente e incrementando sus ventas con el servicio y soporte a ventas, este es considerado el mayor motivo en las empresas para implementar las TIC. Las empresas han incorporado en una forma lenta los diversos tipos de dispositivos móviles como computadoras, tabletas, teléfonos inteligentes que les ayuden a estar especialmente comunicados con sus clientes y proveedores.

PALABRAS CLAVE: Tecnologías de Información y Comunicación, Mipymes, Sector Económico.

ADOPTION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE SOUTH OF JALISCO

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the information and communication technologies (ICT), as tools to develop activities among the Micro, Small & Medium Enterprises (MSME). The study was performed in Ciudad Guzmán, Jalisco. This is an exploratory-descriptive research. Some 280 family owned MSME were examined during the months of January through May of 2016. The survey consisted of 17 questions and 50 variables. The use of ICT's is directly proportional, to the economic activity, 60.36% of micro, small and médium sized enterprises use ITC's as a tool for the management and control of its capital. Enhancing customer service and increasing sales through service and sales support, is considered the biggest motive for enterprises in order to implement the ITC's. Companies incorporated, in a slow way, various types of mobile devices such as computers, tablets, and smart phones that help them communicate with customers and suppliers.

JEL: D21, L86, O33

KEYWORDS: Information and Communication Technologies, MSMED'S, Economic Sector

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la Tecnologías de la información y comunicación (TIC) están presentes en la economía mundial debido a que el comercio y servicios de las TIC continua creciendo o están en expansión con un aumento de suscripciones a banda ancha y al rendimiento de las redes de comunicación principalmente en despliegue de fibra y 4G, Así mismo los diferentes sectores productivos están incorporando y utilizan más las TIC e internet con la finalidad de transformando las relaciones personales, productivas, competitividad, crecimiento de las empresas e innovación, en los países de la OCDE en 2014 cuentan con conexión a banda ancha un 95% de las empresas de más de 10 empleados, el 31% utiliza software de planificación de recursos empresariales, 22% computación en la nube, 21% recibe pedidos lo que se refiere a comercio electrónico, existiendo una diferencia significativa entre países, así como entre empresas de acuerdo a su tamaño (OCDE, 2015).

Por lo que este entorno se vuelve cada vez más complejo y competitivo, El internet y el comercio electrónico facilita esa comunicación entre los actores que participan en el proceso (proveedores, empresa y cliente) dando como resultado clientes mejor informados, procesos más eficientes y satisfacción de los mismos. Las pequeñas y medianas empresas desconocen los beneficios del uso apropiado que el Internet puede brindarles (Ibarra et al., 2014). Asimismo, la falta del hábito de uso rutinario de la información en los procesos productivos y de gestión y otras características como el bajo nivel tecnológico y la falta de personal calificado, atentan contra la decisión de conectarse al Internet. La generación de beneficios, por el uso del Internet es parte de un proceso de aprendizaje en las empresas (Jones et al., 2016). El uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y del comercio electrónico o e-commerce en particular, tiende a beneficiar a las empresas, buscando reducir los costos de transacción, debido a que se mejoran la administración, los procesos son más eficientes y productivos, lo que aumenta las ganancias y minimiza las pérdidas al crecer los ahorros en la organización (Burbules, 2013). Se mejora la calidad de satisfacción del cliente, lo que permite ser más competitivos y productivos, debido a la adopción de tecnologías, la visión del empresario y la reducción de costos (Sanabria et al., 2016).

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes), son importantes en la economía regional por la generación de empleo que generan a nivel nacional, regional y local, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Estas empresas se enfrentan a desafíos constantes y grandes cambios motivados por las exigencias del mercado, creando un ambiente complejo con mayores exigencias por el auge en las comunicaciones y los avances tecnológicos, obligadas a desarrollar un proceso de innovación continuo y necesario para la supervivencia en una economía global cada vez más competitiva. El sector comercio minorista es la principales actividades económicas en ciudad Guzmán, Jalisco, con menos de diez empleados, lo que conlleva una forma organizativa diferente con las grandes empresas de la región, así mismo se identifica por una gran variedad de productos que son agrícolas hasta tiendas departamentales donde se ofrecen diferentes marcas reconocidas a nivel nacional o internacional, la tendencia en las microempresas es copiar y adoptar lo que ven que les beneficie a las grandes empresas ellos lo adoptan porque ya vieron que es un incremento en las ventas, por lo cual han implementado el comercio electrónico, estas empresas han encontrado una forma de vender por internet que cada día a aumentado considerablemente.

El objetivo de este trabajo fue analizar las tecnologías de información y comunicación (TIC) como herramienta para llevar a cabo las actividades de desarrollo en las Mipymes en ciudad Guzmán, Jalisco, a través de un estudio cuantitativo, descriptivo, este estudio permitirá conocer la adopción de las TIC por parte de las microempresas donde se analiza el tamaño de la empresa, la adopción de las TIC y su uso. Con las siguientes preguntas: ¿Qué tan accesibles son las tecnologías de la información y comunicación para las Mipymes? El resto de la investigación está organizada como sigue. En la sección de revisión literaria se

presenta una exposición de los trabajos que abarcan el estudio de las TIC, estadísticas de INEGI, el Internet y el *e-commerce*, el uso de las TIC y su impacto, en la metodología se describe el método y la muestra, así como el instrumento utilizado, posteriormente se describen los resultados obtenidos y finalmente, las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación son presentadas

REVISIÓN DE LA LITERATURA

En el siglo XXI, la humanidad fue testigo de las innovaciones tecnológicas que han cambiado nuestra existencia, por lo que se introducen nuevos conceptos como; tecnologías de la información, sociedad del conocimiento y la era digital, el Internet fue una de las innovaciones que transformó nuestro estilo de vida a través de conexiones móviles inalámbricas, que a través de los tiempo se ha convertido en una necesidad (Codina, 2009). El INEGI clasifica al sector en tres áreas Las Tecnologías de la información (TI) que comprende Hardware y componentes periféricos, software y conocimientos informáticos, la tecnología de la comunicación (TC) como la telefonía, televisión y radio y las tecnologías de las redes como el internet, telefonía móvil y medios de conectividad (INEGI, 2014). En México, las industrias de fabricación de equipos electrónicos (diseño y desarrollo de productos de software) crecido significativamente en los últimos veinte años; como parte importante de la inversión extranjera directa (IED), que se presentó tras la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) en la fabricación de equipo de cómputo ubica en los estados fronterizos de Baja California, Chihuahua y Nuevo León, Tamaulipas (AMITI-CANIETI-FMD (2006), Chihuahua tiene la primera posición con un porcentaje de 32.63, en el interior de México están los estados de Jalisco, Estado de México y la Ciudad de México (antes D.F.), el estado de Jalisco ocupa el tercer lugar a nivel nacional con un 25.16%, (INEGI, 2014), el clúster se ubica en la zona metropolitana de Guadalajara, la industria está orientada a la fabricación de equipo de cómputo, periféricos y de telecomunicaciones, las empresas son Flextronics-Soletron, Sanmina, Jabil Circuits, Foxcom (operado dentro de las instalaciones de HP) y Molex. En otras palabras, la industria de hardware de TIC tiene una importante presencia en México (CEPAL, 2003).

El Censo Económico Nacional 2009, en lo referente a la innovación tecnológica y su uso, de las 70,769 unidades económicas, 79.5% utilizó computadoras y el 96.7% empleo internet en el desarrollo de sus actividades. En redes de comunicación utilizadas de las 70,769 unidades económicas que utilizaron la computadora, 76.8% también utilizaron algún tipo de red (extranet, intranet o internet) (INEGI, 2009). El 68% de las unidades económicas utilizaron internet para realizar búsquedas de información que para mejorar sus procesos productivos o contactar clientes y proveedores a través de correos electrónicos (Jones et al., 2016). En empresas Colombianas Sanabria et al., (2016) reporta un 93.7% en el uso del internet en Mipymes para contactar proveedores y clientes. Las actividades de los servicios destacaron con 13,432 unidades económicas, de las cuales 48.7% utilizan el internet para los servicios de alojamiento temporal, preparación de alimentos y bebidas; 63.9% usaron internet para realizar operaciones bancarias y financieras, 52.8% para realizar trámites o gestiones gubernamentales; 34.8% para gestión de la empresa; 34.7% para comprar o vender productos, mencionar que el 66.3% no llevan ningún tipo de registro contable, operando estas empresas en el sector informal (INEGI, 2009).

Las empresas tienen diferentes usos para el equipo de cómputo lo que evidencian una brecha digital variable debido al sector económico en donde operan las empresas y de las zonas geográficas del país, se puede observar que en el sector comercio y servicio se emplea el equipo de cómputo en procesos administrativos en las empresas grandes en 95%, 93%, en medianas 86%, 92% y en las microempresas 7%, 13%, en el uso del internet para contacto con sus clientes y proveedores para las grandes empresas 80%, 77%, medianas 74%, 68%, pequeñas 60%, 45% y microempresas 4%, 8%, en procesos técnicos o de diseño para las grandes empresas 56%, 61%, medianas 47%, 54%, pequeñas 35%, 36%, y microempresas 3%, 7%, en el desarrollo de programas o paquetes informáticos 66%, 57% en grandes, 48%, 50% en medianas, 35%, 28% en pequeñas y 2%, 4% en microempresas (INEGI, 2004). En la década pasada las nuevas tecnologías como Internet y el *e-commerce* han presentado un crecimiento significativo, sin embargo, la investigación

demuestra que las pequeñas empresas han sido lentas para adoptar e implementar las TIC como el *e-commerce* en sus negocios (MacGregor et al., 2006). El comercio electrónico es una actividad de intercambio de bienes y servicios, la OCDE (2000) lo señala como el intercambio entre empresas o entre empresa y consumidor. Así como el suministro *online* de contenido digital, la transferencia electrónica de fondos, las compras públicas, los servicios post-venta, actividades de promoción y publicidad de productos y servicios, campañas de imagen de las organizaciones, marketing en general, facilitación de los contactos entre los agentes de comercio, seguimiento e investigación de mercados, concursos electrónicos y soporte para la compartición de negocios (Del Águila, 2001).

Es importante considerar la contribución significativa que las tecnologías de la información (Internet, *e-commerce*, *e-Business*) pueden brindar a las Mipymes, una oportunidad de desarrollo, expansión y diversificación en respuesta al mercado en constante cambio (Czuchry et al., 2004). El solo hecho de poseer la tecnología, no asegura el éxito de una empresa, por otro lado, el no tenerla implicaría un seguro fracaso. Porque, “¿Qué empresa podría sobrevivir hoy en día sin una computadora?” (Barragán et al., 2002). Las TIC se utilizan comúnmente para cubrir un espectro de servicios industriales y de negocios tales como la informática, los sistemas de información, la tecnología de la información, ingeniería de software y el comercio electrónico con habilidades fuertes en sistemas y el desarrollo de la programación, asimismo habilidades de comunicación e interpersonales (Tong, Tak y Wong, 2014). Es necesario considerar que las TIC están presentes en cada etapa de la cadena de generación de valor en dos dimensiones, primero, en la manera en que estas se efectúan, y segundo, en la forma como se relacionan entre si tales actividades (Saavedra y Hernández, 2008).

El desempeño competitivo de una empresa se alcanza cuando se utilizan las tecnologías para establecer sinergias entre las actividades básicas de los negocios, así como para su apoyo a las estructuras industriales y sus conductores externos (Scheel, 2005). La discusión ya no se centra en si las TIC proporcionan ventajas competitivas sostenibles, sino en cómo las empresas pueden incorporarlas para competir (Ríos et al., 2009). Desde esta perspectiva, Jeon, Han y Lee (2006) realizaron un estudio para determinar los factores de éxito en la adopción de e-business por parte de las pequeñas empresas en Corea, encontraron que uno de los principales determinantes es el conocimiento del director acerca de las ventajas y beneficios de la implementación de e-business, quedando en segundo lugar el apoyo gubernamental para la adopción y el uso de e-business como una estrategia de globalización y expansión de mercados.

Entonces, las naciones que han entendido el papel estratégico de la tecnología han modificado sus estructuras para promover de manera efectiva su uso, e incrementar las capacidades de autosuficiencia e innovación en aspectos tecnológicos. Las ventas por internet es baja en las empresas debido a que no se considera una actividad central en la aplicación de las TIC y no existe interés en agregarlo a sus planes estratégico (Sanabria et al., 2016). Las Mipymes para México, representan un principal factor económico, siendo estas el 99.8% de todo tipo de empresas establecidas en el país; generando 52% del Producto Interno Bruto (PIB), equivalente a 83,000 millones de pesos y el 72% del empleo en el país (INEGI, 2014). Este tipo de empresas requieren empezar a aprovechar la utilización de las TIC para impulsar su creación, crecimiento y modernización, mediante el uso de nuevas tecnologías y estrategias que ayuden a cumplir sus objetivos o como lo señala la Secretaría de Comunicaciones y Transporte (2012) se incluyen estas tecnologías (TIC) como herramienta para promover la competitividad nacional y lograr la sustentabilidad ambiental. En México no se cuenta con una política pública para estimular de forma directa la adopción e incorporación de las TIC en el sector productivo (Ramírez, 2014). Sin embargo el Servicio de Administración Tributaria (SAT) es una dependencia gubernamental en México que tiene la mayor aplicación de las TIC, el programa logro que los mexicanos que pagan impuestos lo realicen por línea, en las empresas la facturación electrónica, esta es una forma indirecta de impulsar la adopción de las TIC en las empresas particularmente en grupos vulnerables.

El uso de las TIC en México es limitado, según el módulo sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en los hogares, los usuarios de computadoras correspondieron a un 41.9%, en donde el 30% estaba en los hogares, el uso de internet fue de 37.2%, en donde el 23.3% también se identificó en los hogares (Saavedra y Zúñiga, 2011). Las Pymes utilizan de forma regular los medios más esenciales de TIC como son el correo electrónico, procesadores de textos, hojas de cálculo y en menor medida el uso de página de Internet, éste sólo para actividades de promoción de sus productos (Moral y Rodríguez 2007). En el caso de la industria manufacturera y maquiladora de la ciudad de Ensenada, Baja California, el 32% de estas empresas cuenta con una red de área local con acceso a Internet. Ibarra et al., (2014) en su estudio del aprovechamiento de las TIC en empresas pequeñas y medianas de Baja California, México concluye que la adopción de las TIC es baja e incipiente en las pequeñas empresas, debido a que no es una prioridad para las empresas ya que representa inversión. Esparza et al., (2012) realizaron un estudio en Pymes del centro y sur del estado de Quintana Roo, ellos concluyeron que las empresas familiares utilizan con menor intensidad las TIC, a diferencia de aquellas que no son familiares.

El impacto de las TIC está compuesto de acuerdo a dos variables: En el impacto económico: se tomó en cuenta los nuevos modelos de negocios por medio de TIC, el número de solicitudes de patentes relacionadas con la sociedad de la información ejemplo: equipo virtuales, trabajo a distancia, teletrabajo. En el impacto social: ayudan al acceso de todos los ciudadanos a los servicios básicos por ejemplo, salud, educación, servicios financieros (Dutta et al, 2015) (Rovira y Stumpo, 2014).

METODOLOGIA

El estudio se realizó en el municipio de Zapotlán el grande, principalmente en su cabecera municipal (Ciudad Guzmán, Jalisco). El estudio fue; descriptivo, cuantitativo y transversal (Hernández et al, 2014). Se analizaron 280 microempresas comerciales, industriales y de servicio, tabla 1, la cual fue realizada de enero a mayo del 2016, muestra a 95% el nivel de confianza, Para seleccionar las empresas que se visitaron se toma como elemento muestral la selección aleatoria simple, lo que indica que el intervalo de selección es: por cada 4 empresas del total, 1 será la empresa a encuestar.

Tabla 1: Empresas Registradas en Ciudad Guzmán, Jalisco y Tamaño de la Muestra

Sector	No de Empresa	Muestra	% de Respuesta
Comercio	796	205	73
Servicio	208	65	23
Industrial	38	10	3.6
Total	1042	280	99.6

En la tabla 1 se muestra la clasificación de las empresas registradas en ciudad Guzmán, de los tres sectores (comercio, servicio e industrial). Fuente Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2015), a partir de estos datos se obtuvo la muestra por sector la cual se señala en la columna dos, en la columna tres representa el porcentaje de respuesta por cada sector.

10, Para la obtención de datos se seleccionó la encuesta, se aplicó a los 280 propietarios o gerentes de las empresas de ciudad Guzmán, Jalisco. La encuesta contiene 17 preguntas y 50 variables en total. Las primeras tres preguntas son referentes a la forma y actividad de la empresa (Fundación, Sector de actividad, número de trabajadores, mercado y ventas), el resto son acerca del uso de las tecnologías de información y comunicación para Mipymes, son preguntas cerradas y la última pregunta para saber el grado de satisfacción sobre el uso de las TIC fue escala de Likert, siguiendo los lineamientos de la tabla 2: Se evaluó la consistencia interna de las preguntas mediante el alfa de Cronbach (Prat y Doval, 2003), dando como resultado 0.92. Para la aplicación del instrumento de medición (encuesta), una vez seleccionada la empresa se solicitó una cita en donde se presentó al equipo de trabajo e informo sobre los objetivos de la investigación vía telefónica, posteriormente con cita agendada los investigador del Centro Universitario del Sur de la UDG visitaron a los dueños o gerentes de las empresas para explicar y aplicación del llenado

del instrumento de medición. Los Datos Fueron Analizados Por El Programa Informático DYANE (Diseño Y Análisis De Encuestas) Versión 4. Una vez tabulados los datos, el tratamiento estadístico consistió en calcular el porcentaje.

Tabla 2: Operacionalización de Variables

Nombre	Definición	Unidad de Medición
Tamaño y mercado de la empresa	Indaga acerca de la forma y actividad de la empresa	Clasificación por tamaño según el INEGI.
Tecnologías de información y comunicación (TIC)	Uso de las TIC en la empresa	Tecnologías móviles que utilizan para el desarrollo de su empresa
Negocio electrónico	Se enfoca a la gestión de la empresa	Forma de la toma de decisiones dentro de la empresa
Medio para realizar el negocio electrónico	Redes sociales, Sitio Web, Publicidad internet, e marketing, software especiales	Comunicación básica y avanzada de las Mipymes.

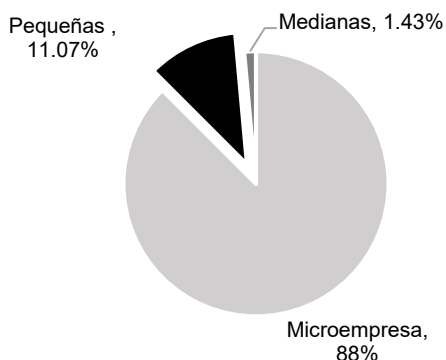
En esta tabla 2. se describe en la primera columna las variables relacionadas con el objeto de estudio de esta investigación aplicada a las micro, pequeñas y medianas empresas en el sur de, Jalisco, en la segunda columna las definiciones de las de las variables y en la tercer columna las unidades de medición

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tamaño y Actividad de las Empresas

En la figura 1 se señala que el 100% de las empresas encuestas son Mipymes de acuerdo a la composición por número de trabajadores desglosando que: 88% son micro, 11.07% pequeñas, coincidiendo con lo que reporta DENUE (2015). El SIEM (2015) reporto el 97% de microempresas y 2.3% pequeñas empresas en ciudad Guzmán, Jalisco, Gálvez et al., (2014) encontró en su estudio un 99.9% de Mipymes, las empresas dedicadas al comercio en la región representa el 85.36%, el sector servicios tiene una tendencia a la alza en el lugar debido a una constante movilidad poblacional, o una población flotante (estudiantes). Sin embargo el INEGI (2014), reporta al sector comercio con un 48.3% y de servicio el 38.1% y el SIEM (2015) el 76% de empresas dedicadas al comercio y de servicio el 20%, predominan los abarrotes que equivale al 20.71%, las demás empresas representan un porcentaje menor, Tabla 3.

Figura 1: Tipos de Empresas en Ciudad Guzmán, Jalisco



El 100% de las empresas encuestas son Mipymes de acuerdo a la composición por número de trabajadores de acuerdo a la clasificación de INEGI (2014), las microempresas representan el mayor porcentaje 88%, las pequeñas 11%, estas Mipymes son las que mantienen la economía de la región.

Tabla 3: Principales Giros de las Empresas en Ciudad Guzmán, Jalisco

Giro Comercial	Frecuencia	%
Abarrotes.	58	20.7
Artículos de uso personal.	33	11.8
Ferretería / tlapalería.	11	3.93
Papelerías.	9	3.21
Forrajes y fertilizantes.	8	2.86
Farmacias.	7	2.5
Refacciones.	6	2.14
Constructoras.	6	2.14
Hoteles, Servicios médicos, tiendas de autoservicio, venta comida casera, mueblerías	5	1.79
Taller mecánico, imprenta, Veterinarias, Lavanderías, Laboratorios de análisis clínicos, Carnicerías, Florerías, Queserías, cremerías y lácteos	4	1.43

En la primera columna se menciona las principales Mipymes investigadas de acuerdo al Giro a que se dedican, encontrando en un mayor porcentaje al comercio minorista, la segunda columna señala la frecuencia de empresas en el área y la tercer columna el porcentaje de cada una, otros Mipymes no aparecen en este cuadro debido a que representan un porcentaje menor de 1.

Usos de las TIC

El 60.36% de las micro, pequeñas y medianas empresas, si utilizan las TIC como herramienta para la gestión y el control de su capital; mejorando su servicio al cliente e incrementando sus ventas, es uno de los usos que más ven el beneficio como lo señala INEGI (2009) y Sanabria et al (2016) Para otras empresas no es una prioridad para las mismas el 39.64% no emplean las TIC, el motivo por lo cual no utiliza las tecnologías de información y comunicación en su negocio, el 64.86% de los empresario considera que no son esenciales las TIC para su negocio, de ahí le continua porque no las sabe utilizar con 23.42%, son costosas con 9.91% o el motivo es económico, encontrando resultados similares en respuesta más no en porcentaje a lo que señala Ibarra et al (2014), entre otras respuestas con 1.80%, en base a estas respuestas se debe a que las Mipymes por lo general carecen de apoyo financiero, si cuenta con el crédito por lo general es utilizado en su mayor porcentaje para capital de trabajo, y menos de 2% de ese apoyo se emplea para investigación y desarrollo, lo que frena la permanencia y crecimiento de la empresa, afirman Ríos y Salazar (2012).

El análisis de la empresa refiere que los principales problemas detectados en las Pymes mexicanas son la falta de experiencia, escasez de capital, excesivas inversiones en activos fijos y tienen pocos sistemas de información confiable, encontrando las mismas respuestas en la Mipymes de ciudad Guzmán, Jalisco. Por lo cual coincidimos en lo que señala Saavedra y Zuñiga (2011), aunque el señala que el uso de las TIC en los hogares es limitado en México, en este trabajo se hacer referencia en las empresas el uso de las TIC es limitado. En empresas comerciales familiares de este estudio se han visto ineficientes el uso de las TIC tal como lo señala Esparza et al (2012), considerando que el empresario cree que no es útil en su entidad económica porque genera un gasto innecesario, o bien, no cuenta con los recursos debido a que el costo es alto y la falta de conocimiento referente al manejo dentro de las actividades empresariales, ocasiona que poco a poco las Mipymes no se adapten a los cambios que conllevan las TIC, considerar las altas tarifas que se tiene que pagar por el servicio de internet y la implementación de activos fijos para ser usados en la adquisición, remodelación y actualización de equipos y programas informáticos tal como lo señala (Ibarra et al., 2014).Es importante mencionar que el uso de las TIC es directamente proporcional, respecto a la actividad económica que se realice en la empresa de esta región (Saavedra y Hernández, 2008). Las

investigaciones revelan que, durante el inicio de operaciones las empresas en ciudad Guzmán no contaban con computadoras para realizar sus actividades el (53.2%); no obstante, el 37.2% contaba con 1 a 2 computadoras, mientras que el 6.5% con 3 a 4 y solo el 2.9% con más de 5 computadora para las actividades propias de la organización, siendo la PC el dispositivo que se emplea para conectarse a internet (AMIPCI, 2014) la adopción de tecnología es muy pobre e incipiente debido al giro de empresa, en esta época quien puede sobrevivir sin una computadora (Barragán et al., 2002).

El 85% de las empresas en Ciudad Guzmán, indica que hace más de 5 años que inició operaciones en el municipio, el 10.7% tiene de 1 a 3 años, el 3.2 % de 7 meses a 1 año y el 1% de 0 a 6 meses de haber abierto sus puertas a los clientes, mencionar que el mayor porcentaje pertenece a las empresas que ya están en una etapa de madurez, por lo cual deberían tener más innovación tecnológica, hacen uso de estas herramientas, aumentando hasta en un 50% el número de computadoras en sus empresas, en la actualidad el 60.3% de ellas emplea el uso de 2 computadoras, el 18.9% de 3 a 4 y el 20.7% requieren más de 5 computadoras para lograr sus objetivos diarios, como lo señala la Secretaría de Comunicaciones y Transporte, SCT (2012) utilizan las TIC para cumplir con sus objetivos. Las empresas acostumbran a utilizar diariamente los dispositivos de altas capacidades además de las computadoras para desempeñar sus actividades empresariales (Saavedra y Hernández, 2008). Así como acceder a los servicios financieros (Dutta et al, 2015) (Rovira y Stumpo, 2014).

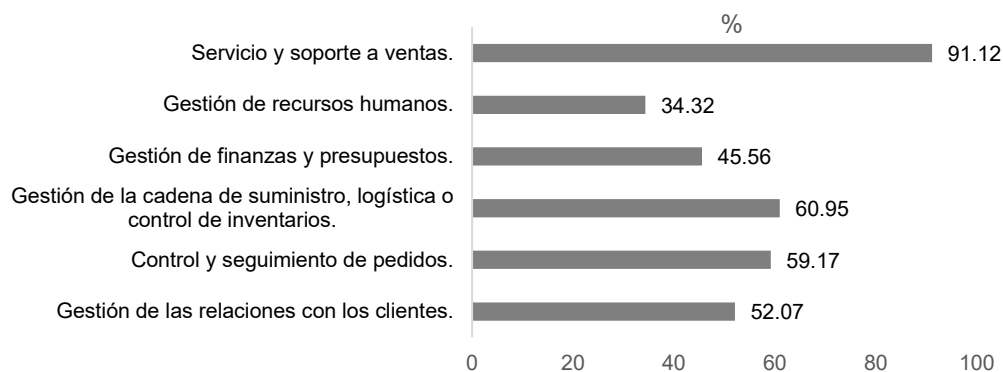
Lo anteriormente señalado permite conocer que más de la mitad de los negocios que inician sus operaciones no cuenta con alguna computadora que le facilite realizar las tareas que se requieren en el local, además nos permite saber que algunos de ellos son empresas familiares con más de diez años en el mercado, donde todavía este tipo de tecnología no era adoptada para el soporte en el ámbito empresarial (Esparza et al., 2012) Mencionar que la mayoría de empresas están registradas en el Servicio de Administración Tributaria (SAT) lo cual los obliga a adoptar las TIC como una herramienta necesaria para la facturación electrónica requerida por el Servicio de Administración Tributaria (Ramírez, 2014).

Por lo que las Mipymes han adoptado las TIC como una herramienta necesaria sólo para la facturación electrónica requerida por el SAT; en cuanto las pequeñas y medianas empresas del municipio han aprovechado dichas tecnologías para tener un mayor control dentro de su negocio, se observar que son utilizadas para hacer relaciones con sus clientes, manejar el inventario, realizar pedidos a sus proveedores y manejar la logística de la entrega de sus productos a sus clientes (INEGI, 2004 y 2009) (Sanabria et al., 2016) (Jones et al., 2016). Esta actividad en las Pymes la señala Albertini (2014). *Por conveniencia o por obligación, las empresas (y los ciudadanos) comenzaron a acceder más a los servicios a través de los portales para la realización de trámites, la declaración de impuestos, registro comercial, trámites aduaneros o compras públicas, entre otros.* Las principales actividades que las empresas realizan con el apoyo de las TIC se encuentran el servicio y soporte a ventas (91%), este es considerado el mayor motivo en las empresas para implementar las TIC (Tong, Tak y Wong, 2014), así como la gestión de la cadena de suministro, la logística o control de inventarios (60%) y el control y seguimiento de pedidos de productos (59%) (Moral y Rodríguez, 2007). Ver Figura 2.

Es importante hacer notar que los resultados arrojados que el 88.1% de las Mipymes que utilizan las TIC no vende por medio de internet es baja esta actividad (Sanabria et al, 2016) esto representa que de las empresas solo las utilizan como una herramienta para su uso propio dentro de la organización, por consiguiente el 12% restante de los negocios de la localidad se han dado cuenta que pueden aprovechar estas herramientas para el ofrecimiento y comercialización de sus productos, obteniendo así un mercado más amplio y el posicionamiento de sus marca en otros lugares, señalar que él 51.3% de las Mipymes de la localidad comercializa sus productos con los habitantes del municipio, mencionar que la comercialización es local, estas empresas se han enfocado en posesionarse en su lugar de origen sin salir fuera de él (Rivera et al., 2016), el 43.9% vendes sus productos en la región por lo que no les afecta la globalización menos la

globalización tecnológica por lo que no han aprovechado las TIC a su máxima capacidad para penetrar a los mercados nacionales 4.3% e internacionales 0.34%

Figura 2: Principales Actividades Que Realiza la Mipymes con las TIC en Ciudad Guzmán



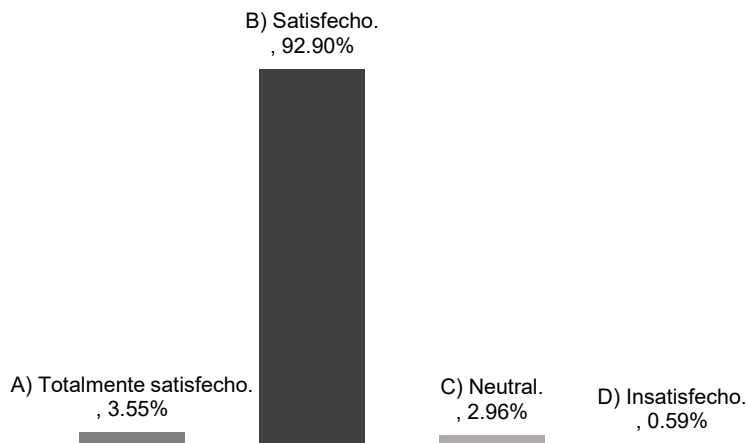
En términos generales estas microempresas desarrollan sus actividades con el uso de las TIC, el principal es soporte de ventas, considerado el mayor motivo para implementar las TIC, las micro empresas han adoptado las TIC como una herramienta necesaria solo para la facturación electrónica requerida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Mencionar que pocas microempresas consideran que no son esenciales para sus negocios o simplemente no están acostumbrados al estar frente a las nuevas tecnologías, debido a que no se cuenta con una cultura empresarial, además es un costo que no quieren asumir, es baja la adopción de las TIC para las pequeñas empresas (Ibarra et al, 2014). Por lo que no se ve proceso de tecnificación para hacer frente a otros competidores, debido a que el mercado está en constante cambio (Czuchry et al., 2004), mejorar sus procesos productivos y ser competitivos (Jones et al, 2016).

Las tecnologías de la información que más utilizan las Mipymes para el control de operaciones son software especializado (66.86%) para facilitar sus actividades diarias como, eCaja para efectuar ventas en general, TPV (Terminal de Punto de Ventas) que les facilite tener el control de entradas y salidas de mercancías, Compaq para efectuar las nóminas del personal y llevar la contabilidad, entre otros (Vidal y Bollouro, 2012). en segundo lugar las comunicaciones como; el correo electrónico o e-mail marketing (37.63%) (Moral y Rodríguez, 2007) (Jeon, Han y Lee, 2006), seguida de sitios web (12.19%), redes sociales (6.81%), y publicidad por internet (2.87%), por lo que diariamente utilizan sus dispositivos móviles, computadoras y tabletas para sus actividades empresariales (Albertini, 2014).

El nivel de satisfacción del uso de tecnología dentro de una empresa se basa en tres ejes principales, difusión de la información dentro de la empresa; donde el primer objetivo es brindar y compartir información mediante el uso de correo electrónico y páginas web, mejora de la gestión interna de la empresa; introducen aplicaciones para lograr mayor eficiencia en la contabilidad, planeación, administración de personal, gestión del inventario, entre otros e intercambio de información con clientes y proveedores; se desarrollan vínculos con los proveedores y clientes mediante la conexión de redes. Ver Figura 3.

Figura 3: Nivel de Satisfacción del Uso de las TIC en las Empresas de Ciudad Guzmán, Jalisco



Las TIC son herramientas que ayudan a las empresas de Ciudad Guzmán a tener innovación, productividad, eficiencia y mejor toma de decisiones, por lo cual las Mipymes manifiestan estar satisfechos con el uso de las TIC, porque les sirve para el desarrollo de sus funciones, principalmente en ventas e información interna de la misma.

CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo fue analizar las tecnologías de información y comunicación (TIC) como herramienta para llevar a cabo las actividades de desarrollo en las Mipymes en ciudad Guzmán, Jalisco. Con los resultados obtenidos se concluye que no hay desarrollo en las empresas por el uso de las TIC. La adopción de tecnología es muy pobre e incipiente debido al giro de las microempresas, han incorporado en una forma lenta los diversos tipos de dispositivos móviles como computadoras, tabletas, teléfonos inteligentes que les ayuden a estar especialmente comunicados con sus clientes y proveedores, además de auxiliar en sus actividades diarias dentro de la empresa que ha propiciado mejoras en el desempeño y desarrollo administrativo, facilitando ser más práctico el trabajo; están presentes en redes sociales, correos electrónicos y páginas web donde se dan a conocer y a estar en relación con sus clientes, lo cual responde a nuevos mercados, por la implementación de esta tecnología., han adoptado las TIC como una herramienta necesaria y obligatoria para la facturación electrónica requerida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT); En estas empresas no existe estrategias y habilidades gerenciales para implementar las TIC debido al desconocimiento del usos de equipo y los software especializados. Las pequeñas y medianas empresas del municipio han aprovechado dichas tecnologías para tener un mayor control dentro de su negocio, además de la facturación electrónica se pudo observar que son utilizadas para hacer relaciones con sus clientes y servicio al cliente, manejar el inventario, realizar pedidos a sus proveedores y manejar la logística de la entrega de sus productos a sus clientes.

Limitantes de la investigación, fue difícil ubicar las empresas ya que el Sistema de Información Empresarial reporta x empresa en tal domicilio y uno toma esa información para ubicar y solicitar cita para realizar el estudio y se da cuenta que ya cerro o no existe, en caso positivo esta otra empresa con un giro diferente. Así mismo cuando la empresa está iniciando actividades o en proceso de crecimiento contrata personal para la atención del negocio dejando en manos de esa persona el manejo de la misma, deslindándose de los procesos y manejo de su empresa, y cuando lo entrevistamos para esta investigación no conoce a su propia empresa. Fue difícil encontrar en artículos publicados información del uso de las TIC en Mipymes la mayoría de trabajos son de las TIC en las Pymes. Futuras líneas de investigación. Será analizar el impacto de las TIC en empresas con mayor infraestructura tecnológica, el comercio electrónico y el impacto de la preparación del personal en el uso de los medios móviles para contactar clientes y aumentar las ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Albertini, F. (2014). Impacto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el mercado laboral paraguayo. Recuperado de <http://investigacion.ua.edu.py/wp-content/uploads/2014/06/TIC.pdf>

AMITI-CANIETI- FMD (2006) Visión México 2020 políticas públicas en materia de Tecnologías de la Información y Comunicación para impulsar la competitividad de México- Cámara Nacional de la Industria de la Electrónica, de Telecomunicación y Tecnologías de la información, México, D.F.

AMIPCI, (2014). Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México. *Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)*. México, D.F.

Barragán, C. J., Pagan, J. A., Brown, C. J., Carmona, J. y Cursi R. (2002). *Administración de las pequeñas y medianas empresas, retos y problemas ante la nueva economía global*. México: Ed. Trillas. pp 167-190

Burbules, N. (2013) Riesgos y Promesas de las nuevas Tecnologías de la Información. Buenos Aires: Ed. Granica. pp 56-76

CEPAL (2003). Los cluster industriales en México, especializaciones regionales y la política industria. Comisión Económica para América Latina y el Caribe, División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la CEPAL. Santiago de Chile: CEPAL

Codina, L. (2009). ¿Web 2.0, Web 3.0 o Web Semántica?: El impacto en los sistemas de información de la web. *Universidad Pompeu Fabra*. pp: 1-16.

Czuchry, A., Sallmann, F. & Yasin, M. (2004): Un enfoque de e-business aplicada para los servicios de seguros. *Inteligencia y Planificación de Marketing*. Vol. 22 (7), p. 716.

Del Águila, A. (2001): Comercio Electrónico y Estrategia Empresarial. México, D.F.: Alfaomega. pp 173-195

DENUE (2015). Número de empresas según su clasificación. INEGI.

Dutta, S., Geiger, T. y Lanvin, B. (2015). Global Information Technology Report. World Economic Forum obtenido en septiembre del 2016. Recuperado de la http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_InsideCover_2015.pdf

Esparza, J., Navarrete, E. y Sansores, E. (2012). *El impacto de las tecnologías de información y comunicación en la gestión de las mipyme en México* [artículo en línea]. Ebook <http://ebookbrowse.com/tic-gestion-mipyme-mexico-esparza-navarrete-sansores-pdfd324011746> consultado 18/01/13.

Gálvez, Albarracín. EJ, Riascos Erazo SC. y Contreras Palacios F. (2014) Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios Gerenciales* 30 (2014) pp 355–364

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M (2014) Metodología de la Investigación. (pp. 184-185). Sexta ed. México, D.F.: Mcgraw-Hill. pp 218-236

- Ibarra, C. M. A, González, T. L. A, Cervantes, C, K, E (2014). El aprovechamiento de las TIC en empresas pequeñas y medianas de Baja California, México: el caso del sector manufacturero. *Revista Internacional de Economía y Gestión de las Organizaciones*, Volumen 3, Número 1. pp 43-57.
- INEGI, (2014). Censos Económicos 2014. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)*. México, D.F. 21-26.
- INEGI (2009). Censo Económico 2009. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- INEGI (2004). Censo Económico 2004. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
- Jeon, B., Han, K. y Lee, M. (2006). Determining factors for the adoption of e-business: the case of SMEs in Korea. *Applied Economics*. Vol. 38, pp 1905-1916
- Jones, C. Jorge Motta y María Verónica Alderete (2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina. *Revista Estudios Gerenciales* 32 (2016) pp 4–13
- MacGregor, R. & Vrazalic, L. (2006): E-Commerce; Las barreras de adopción en las pequeñas empresas y los efectos diferenciales de género. *Diario del Comercio Electrónico en las Organizaciones*, Núm. 2, pp. 1-24
- Moral, P.E. y Rodríguez, C. J. (2007). Las TIC en la estrategia de desarrollo e integración de América Latina y el Caribe. *Boletín Económico de [ICE], Información Comercial Española*. (2903). pp 43-55.
- OCDE (2000), OECD Economic Outlook. OCDE, Paris
- OCDE (2015), Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015, *OECD Digital Economy Outlook 20*, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, París. Coordinación editorial: Centro de la OCDE en México para América Latina pp 13-15
- Prat, R y Doval, E (2003). Construcción y análisis de escala. En Levi, J. P y Varela, J (Eds) *Análisis multivariable para las ciencias sociales*. Madrid España: Pearson. pp 44-89.
- Ramirez, R. A. (2014). Evolución de las políticas orientadas a favorecer la incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación en México en Rovira, S y Stumpo, G. (2014). Entre mitos y realidades. TIC. Políticas públicas y desarrollo productivo en América Latina. CEPAL, Union Europea, obtenido de <http://www.cepal.org/Socinfo> pp 257- 291
- Ríos, I y Salazar, S (2012). ¿Qué nos dicen las encuestas sobre el crédito bancario a las empresas en México?: un estudio comparativo. *Estudios Económicos CNBV, Vol. 1 2012*. pp 217-243
- Ríos, M., Toledo, J., Campos, O. y Alejos, A. (2009). Nivel de integración de las TIC en las MIPYMES: un análisis cualitativo. *Panorama Administrativo Journal*, 3 (6), pp 157-179
- Rivera, E. P. Ramírez, L. E. y Azpeitia, T. E (2016). Dirección y órganos de gobierno de la empresa familiar del sur de Jalisco, México. *Revista Global de Negocios*. Vol. 4, No. 2, pp 45-56
- Rovira, S y Stumpo, G. (2014). Entre mitos y realidades. TIC. Políticas públicas y desarrollo productivo en América Latina. CEPAL, Union Europea, obtenido de <http://www.cepal.org/Socinfo>. pp 13-15.

Sanabria Díaz, V L; Torres Ramírez, L A; López Posada, L M; (2016). Comercio electrónico y nivel de ventas en las MiPyMEs del sector comercio, industria y servicios de Ibagué. Revista Escuela de Administración de Negocios, pp 132-154.

Saavedra, M. y Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMEs en Latinoamérica: Un estudio comparativo. Revista Actualidad Contable FACES. 11(17), pp 122-134.

Saavedra, M y Zuñiga, E. (2011). Importancia de la utilización de las TIC en las MIPYME. UNAM, México. Consultado el 21 de Diciembre de 2012, de http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/210/2012-01-12-75431_PYMETICS.pdf.

Secretaría de Comunicaciones y Transporte, México (2012), Agenda Digital.mx.
Scheel, C. (2005). Creating economic value added through enabling technologies. Journal of Integrated Design & Process Science. pp 41-59

Sistema de Información Empresarial Mexicano SIEM (2015). *Catálogo de distribución de micro, pequeñas y medianas empresas en Zapotlán el Grande tomando como referencia la industria, el comercio y los servicios*. Ciudad Guzmán: Recuperado de: [/www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/muntamanoPublico.asp?qedo=14&p=1](http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/muntamanoPublico.asp?qedo=14&p=1)

Tong, C., Ip Wah Tak, W., & Wong, A. (2014) The Impact of Knowledge sharing on the Relationship between Organizational culture and Job Satisfaction: The Perception of Information Communication and Technology (ICT) Practitioners in Hong Kong. International Journal of Human Resource Studies, Vol. 5, No. 1. pp 19-47

Vidal, A., y Bollouro, N. (2012). ¿En qué pueden las TIC ayudar a mi negocio? *Organización Internacional del Trabajo (OIT), Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional*. Obtenido el 25 de julio de 2016. Recuperado de: http://www.oitcenterfor.org/sites/default/files/mini_guaticpyme.pdf pp 12-16

BIOGRAFÍA

Miriam Cerón Bracamontes, Egresada de la carrera de Negocios Internacionales del Centro Universitario del Sur (CUSUR) de la Universidad de Guadalajara (UDG) Correo ceronbm@gmail.com

Enrique Roberto Azpeitia Torres es Doctorante en Ciencias de la Administración por la Universidad del Valle de Atemajac. Profesor Investigador Asociado de Tiempo Completo por la Universidad de Guadalajara, adscrito a la Maestría en Administración de Negocios. Se puede contactar en el Departamento de Sociedad y Economía del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. Correo electrónico enriquea@redudg.udg.mx

José Carlos Tapia Rivera es Doctor en Ciencias, profesor de asignatura del CUSUR de la UDG. Correo electrónico jose.tapia@cusur.udg.mx

Patricia Rivera Espinoza es Doctora en Ciencias por la Universidad de Colima. Profesora Investigadora Titular de Tiempo Completo, del Departamento de Sociedad y Economía del CUSUR de la UDG. Ciudad Guzmán, Jalisco, México. Correo electrónico patricia@cusur.udg.mx

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN MÉXICO

Rufina Georgina Hernández-Contreras, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Karla Liliana Haro-Zea, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Rosa María Medina Hernández, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
José Luis Gutiérrez Ramírez, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Edith Gabriela Espinosa Crispín, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

RESUMEN

El desarrollo sostenible implica en este momento un rubro a considerar en cualquier actividad del ser humano. El cuidado del medio ambiente es una cuestión que preocupa y ocupa, por lo cual existen muchos organismos que están suscribiendo acuerdos para minimizar el impacto ambiental que ya nos está afectando. La industria es una de las actividades que más energía y agua consumen en su proceso. Dentro de los mayores generadores de contaminantes de aire y agua, así como gases de efecto invernadero; las emisiones de CO₂ es uno de los indicadores que contabilizan para el cambio climático. El costo para el planeta es en muchas ocasiones mayor que el beneficio obtenido para la sociedad. Es por ello que el presente trabajo de investigación busca analizar el impacto que tiene el consumo y el impacto que ha dejado en México, como aspecto a considerar en la planeación del desarrollo sostenible del país. Es una investigación de tipo descriptivo con datos en series de tiempo y transversales, basada en el comparativo del informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo "Our Common Future" y la situación actual de México. En la recolección, codificación y análisis de los datos se utilizó información estadística de INEGI, Banco Mundial, y otros. Este estudio apunta a uno de los muchos aspectos que impactan al medio ambiente; así como la demanda agregada que representa un alto costo en la huella ecológica, y la propuesta de negocios sociales que permitan tener competitividad, adicionalmente se mencionan las consecuencias del desarrollo sustentable en la sociedad, particularmente en uno de los países con más riqueza biofísica en el planeta y por ende con una alta responsabilidad con la humanidad.

PALABRAS CLAVE: Planeación Estratégica, Tecnología Sustentable, Negocios Sociales, Huella Ecológica

STRATEGIC PLANNING FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN MEXICO

ABSTRACT

Sustainable development implies an item is considered in all activities of the human being. Protecting the environment is a matter of concern, and we must be proactive. For this reason, there are many organizations agreeing to minimize environmental impact. Industry is an activity in which water and energy is consumed. Industrial companies are among the largest generators of air and water pollutants as well as greenhouse gases. CO₂ emissions are one of the indicators that account for climate change. Furthermore, the impact on the planet is on many occasions greater than the benefit to our society. Therefore, the present research seeks to analyze the impact that consumption has had on Mexico, as an aspect to consider in the planning of sustainable development of the country. This research is descriptive with time series and cross-sectional data based on the comparative report World Commission on Environment and Development.

Statistical information from INEGI, World Bank, and others was used. This study points to one of the many aspects that impact the environment as well as the aggregate demand that represents a high cost in ecological footprint. In addition, the consequences of sustainable development, within society, are noted.

JEL: Q01, Q54, O32

KEYWORDS: Strategic Planning, Sustainable Technology, Social Business, Ecological Footprint

INTRODUCCIÓN

El desarrollo sustentable es un concepto nuevo, pero la concepción básica es antigua. Esencialmente se tienen conceptos desde la antigüedad. En la Europa Medieval Francisco de Asis en la obra “Cántico a las Criaturas”, el amor filial se profesa y se practica como consecuencia del precepto de una restauración a la creación divina. “Fray Sol, es bello, radiante con gran esplendor, Sor Luna y las estrellas son claras, preciosas y bellas, Fray Viento y todas las alteraciones atmosféricas son signos maternos de la Providencia para con ello dar sustento a las criaturas. Sor Agua es muy humilde, preciosa y casta. Fray fuego que ilumina la noche es bello, jocundo, robusto, y fuerte ...” como una forma de convivencia con los demás seres vivos (Iacovelli, 2012). Tomar de la naturaleza solo lo necesario y coexistir con ella de forma armónica. En oriente, en la antigua China Laozi uno de los grandes del taoísmo suponía que existe una solidad absoluta entre el hombre con la naturaleza, y una desconfianza frente a la cultura, las instituciones humanas, la moral y el lenguaje (Zufferey, 2012).

Desde 1987 surge como propuesta de Gro Harlem Brundtland, el concepto de desarrollo sostenible, con el propósito de analizar, criticar y replantear las políticas de desarrollo económico globalizador, reconociendo los costos medioambientales altos. Fue creado para la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 1987). En ese sentido el objetivo fue concientizar en la idea de que satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro, para atender sus propias necesidades (Comisión Brundtland, Nuestro futuro común, 1987). Así entonces, es el resultado de una acción concertada de las naciones para impulsar un modelo de desarrollo económico mundial compatible con la conservación del medio ambiente y con la equidad social (UANL, 2014). En ese sentido los ejes del desarrollo sustentable se reducen a tres grandes conceptos. El presente trabajo se aborda desde el aspecto económico, además de que es la planeación estratégica y sus herramientas las que se utilizan como métodos de análisis PESTE (aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos y de entorno) y las propuestas de negocios propias de la planeación; así como el uso de series de tiempo en los consumos, realizando al final una discusión sobre lo que en 1987 el documento “Nuestro Futuro Común” planteó, y los alcances que desde entonces el país ha logrado; al final se hacen planteamientos para la conservación de la inmensa riqueza de un país como México.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

El Protocolo de Kyoto es un acuerdo internacional vinculado a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, que compromete a sus Partes mediante el establecimiento de objetivos de reducción de emisiones internacionalmente vinculantes (ONU, 2012). El Protocolo de Kioto fue adoptado en Kyoto, Japón, el 11 de diciembre de 1997 y entró en vigor el 16 de febrero de 2005 (ONU, 2012), en un primer periodo en el protocolo se acuerda medir las emisiones de CO₂ como indicador, sin embargo, las emisiones de CO₂ naturales de incendios forestales y emisiones volcánicas. Se refiere a emisiones de CO₂ como gas que provoca el ser humano, es decir las emisiones antropogénicas. Aunque el Protocolo de Kyoto reconoce que los países desarrollados son los principales responsables de los actuales niveles elevados de emisiones, en 2008 los países “menos desarrollados” representaron el 50% de las emisiones mundiales, pero en parte debido a la producción de bienes para los países ricos. (ONU, 2012). Países “menos desarrollados” 80% de la población, solo contribuyen con 20% de las emisiones (ONU,

2012), es decir, México como país menos desarrollado, sin embargo, produce para países desarrollados y aunados a su propio consumo provoca una huella ecológica profunda.

El concepto de la huella ecológica es bien conocido entre los economistas ecológicos. Representa el impacto humano en la Tierra de una manera clara (Moffatt, 2000). La huella ecológica es un intento de desarrollar una economía ecológica basada en la biofísica, que se aproxima a la realidad mejor que muchos modelos económicos expansionistas (Moffatt, 2000). El objetivo general es hacer sostenible el desarrollo humano para las generaciones actuales y futuras, por lo cual evoca un mensaje (Moffatt, 2000) que como indicador de aspectos, como las emisiones del CO₂, tanto para los responsables de la formulación de políticas como para el público en general, a pesar de las desventajas que pueda tener como concepto (Ougolnitsky, 2014). Otro aspecto a considerar en el desarrollo sustentable es la desigualdad como condición social pues la pobreza es un indicador que desde hace treinta años se ha posicionado en la agenda de las principales organizaciones internacionales como las Naciones Unidas, Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Fondo Monetario Internacional, entre otros. La presencia de pobreza en el 47% de la población mundial a principios de hace veinte años hizo que se situara como el primer objetivo de Desarrollo del Milenio, hoy denominados objetivos de Desarrollo Sostenible, creando planes y programas para exterminarla (Naciones Unidas, 2012).

A pesar de que el porcentaje de personas que padecen pobreza se vio reducido en un 25% en 2010, aún existen más de 1200 millones de personas que están en condición de pobreza extrema y uno de cada ocho habitantes sufren hambre en el mundo (Naciones Unidas, 2013), con lo cual se ha tenido un alivio parcial. Se ha originado un cambio global que ha dejado atrás el enfoque del Estado de Bienestar y en su lugar se ha establecido una orientación neoliberal con énfasis en el mercado como principal mecanismo para la distribución de recursos, creación de riqueza, eficiencia e innovación. Un cambio en el rumbo ha provocado que organizaciones sin fines de lucro adopten diferentes mecanismos de mercado que les provean de los medios necesarios para llevar a cabo su cometido (Dey & Teasdale, 2013). Para el caso de México, en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación, en el ámbito de desarrollo sustentable, se menciona que México participa en más de 90 acuerdos y protocolos, siendo líder en temas como cambio climático y biodiversidad, no obstante el crecimiento económico del país sigue estrechamente vinculado a la emisión de compuestos de efecto invernadero, generación excesiva de residuos sólidos, contaminantes de la atmósfera, aguas residuales no tratadas y pérdida de bosques y selvas; ello implica retos importantes para propiciar el crecimiento y el desarrollo económicos de los cuales depende nuestro bienestar. (PND, 2013-2018)

Uno de los principales retos que enfrenta México respecto al medio ambiente y desarrollo sustentable es incluir al medio ambiente, como uno de los elementos de la competitividad y el desarrollo económico y social; solo así se puede alcanzar un desarrollo sustentable, desafortunadamente, los esfuerzos de conservación de los recursos naturales y ecosistemas suelen verse obstaculizados por un círculo vicioso que incluye pobreza, agotamiento de los recursos naturales, deterioro ambiental y pobreza; dicho proceso y equilibrio entre el medio ambiente y el desarrollo sustentable requiere de una estrecha coordinación de las políticas públicas en el mediano y largo plazo. Ésta es una premisa fundamental para el Gobierno Federal dada a conocer en el Plan Nacional de Desarrollo que se traduce en esfuerzos significativos para mejorar la coordinación interinstitucional y la integración intersectorial. La sustentabilidad ambiental es así un criterio rector en el fomento de las actividades productivas, por lo que, en la toma de decisiones sobre inversión, producción y políticas públicas, se incorporan consideraciones de impacto y riesgo ambientales, así como de uso eficiente y racional de los recursos naturales. (PROMÉXICO, 2014)

El cuidado del medio ambiente y desarrollo sustentable es un tema que preocupa y ocupa a todos los países, por lo cual el Gobierno de la República ha optado por sumarse a los esfuerzos internacionales suscribiendo importantes acuerdos, entre los que destacan el Convenio sobre Diversidad Biológica; la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y su Protocolo de Kyoto; el Convenio de Estocolmo,

sobre contaminantes orgánicos persistentes; el Protocolo de Montreal, relativo a las sustancias que agotan la capa de ozono; la Convención de Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación; la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres; y los Objetivos del Milenio de la Organización de las Naciones Unidas. Estos acuerdos tienen como propósito hacer de México un participante activo en el desarrollo sustentable. (PROMÉXICO, 2014)

El programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) considera que uno de los propósitos principales del desarrollo sostenible es transformar la naturaleza y los patrones de uso de los recursos para desacoplar el progreso económico y social del deterioro del medio ambiente. La ciencia y la tecnología desempeñan una importante función de apoyo en áreas como el reciclaje, la reducción de la generación de residuos, la sustitución de materiales, los procesos de producción alternativos, el control de la contaminación y el uso más eficiente de los recursos. Sin embargo, el progreso tecnológico no es suficiente: la transformación radical que se necesita para detener y revertir el deterioro ambiental no puede ser considerada de forma independiente de la sociedad. (PNUMA, 2016)

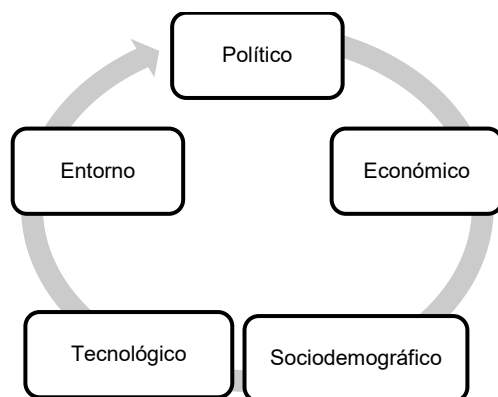
El Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC) menciona que uno de los problemas ambientales más importantes de nuestro planeta es el cambio climático y éste se puede dar por causas naturales o como resultado de actividades humanas; el calentamiento global es la manifestación más evidente del cambio climático y se refiere al incremento promedio de las temperaturas terrestres y marinas a nivel global; en las tres últimas décadas la superficie de la tierra se ha vuelto cada vez más cálida y se han superado los registros de cualquier época precedente a 1850; a pesar de que el clima del planeta ha cambiado a lo largo del tiempo en forma natural, existen claras evidencias de que el cambio climático puede ser atribuido a efectos ocasionados por actividades humanas, y dentro de los muchos efectos a que esto conduce se encuentra la disminución en la disponibilidad de agua para consumo humano, agrícola e hidroeléctrico. (INECC, 2015) Actualmente se exige a las políticas de desarrollo mantener la capacidad económica de producir bienes y servicios para las actuales y futuras generaciones, en ese sentido, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), ha desarrollado algunas propuestas que apuntan a un desarrollo ambientalmente sostenible; en el 2015 elaboró su agenda 2030 para el desarrollo sostenible con 195 países miembros y con 17 objetivos que a partir de 2016 guiarán el trabajo de Naciones Unidas para los próximos 15 años, la agenda se enfoca en las personas, el planeta, la prosperidad, la paz y las alianzas y busca un desarrollo sostenible global en donde todos los países participen por igual e integra los tres pilares del desarrollo sostenible: económico, social y medioambiental. (CEPAL, 2015)

Recientemente, el 4 de noviembre de 2016, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) publicó la entrada en vigor del acuerdo de París, que es un acuerdo histórico contra el cambio climático en donde por primera vez 197 países se suman a una causa común para llevar a cabo esfuerzos para mitigar gases de efecto invernadero, y de adaptación a los impactos de este fenómeno, el objetivo es evitar que la temperatura promedio a nivel mundial rebase 1.5 grados centígrados; para lograr el objetivo se suscribieron algunas claves, entre otras: Cada país presentará de forma independiente sus contribuciones; se revisarán los compromisos de reducción cada cinco años; habrá un mecanismo transparente de seguimiento para su cumplimiento; los países desarrollados contribuirán a financiar a las naciones en desarrollo y apoyarán en la transferencia de tecnología; por su parte México cuenta con un marco normativo robusto que le ha permitido posicionarse a nivel mundial como líder en el tema de cambio climático y entre las acciones que ha comprometido en el acuerdo de París destacan: Alcanzar una tasa cero de deforestación, mejorar la capacidad adaptativa de los 160 municipios más vulnerables, proteger a la población de los fenómenos hidrometeorológicos extremos, aumentar la resiliencia de la infraestructura estratégica del país y de los ecosistemas y desacoplar el crecimiento económico de la emisión de contaminantes de efecto invernadero. (SEMARNAT, 2016).

METODOLOGÍA

Desde hace treinta años se sabe que la riqueza industrial, se ha convertido en un tema de supervivencia para las naciones en desarrollo y es parte de una espiral descendente de un declive ecológico y económico vinculado en el que muchas de las naciones están atrapadas (Bourtlund, 1987). Desde esos años se propusieron programas y políticas que ofrecen una esperanza real de reducir la entonces creciente brecha entre naciones ricas y naciones pobres (Bourtlund, 1987). Para este estudio se realizaron análisis cualitativos de los últimos treinta años en México, con información de los principales actores que intervienen en el desarrollo sostenible, tanto información oficial del gobernó, como de organizaciones y empresas. Por otro lado, se utilizaron datos emitidos del Banco Mundial correspondientes a los años 1970 a 2013, con la finalidad de analizar los comportamientos de variables: emisiones de carbono (CO₂), consumo de energía eléctrica, así como el porcentaje de consumo de energías fósiles con respecto al consumo final de energía del país. Con la finalidad de mirar al medio ambiente como factor de desarrollo, pero también como recurso no renovable que puede provocar el alza de los costos en los próximos años debido a la escasez. En la Figura 1 se muestra el análisis PESTE, es decir los factores políticos, económicos, sociodemográficos, tecnológicos y de entorno que afectan el desarrollo sostenible en México, en donde la sustentabilidad no debe abordarse desde una sola perspectiva, debido a que no impacta un solo sector.

Figura 1: Modelo de Análisis PESTE Para el Desarrollo Sostenible en México



La figura 1 muestra que la sustentabilidad deba abordarse desde una sola perspectiva, debido a que no impacta un solo sector, es probable ver afectaciones en la economía, la política, la tecnología, la salud, y el desarrollo social. Fuente: Thompson, Peteraf, Gambley Strickland, análisis del macroambiente en Administración Estratégica.

Tabla 1: Análisis Peste Sobre el Desarrollo Sustentable en México

Criterios PESTE			
Políticos	Políticas públicas	Creación de zonas protegidas	Corrupción que permite el uso de recursos excesivo o sin reponer a la naturaleza
Económicos	Desigualdad	Poco crecimiento económico	Pobreza en zonas de riqueza natural
Sociales	Empleo informal	Violencia	Indiferencia
Tecnológicos	Poca innovación	Tecnología con fines lucrativos y no sociales	Políticas publicas enfocadas a resolver el problema
Entorno	Deterioro ambiental	Explotación de recursos con fines lucrativos.	Desastres como consecuencia de la deforestación y cambio climático.

Fuente: Elaboración propia. Con base en los datos obtenidos mediante las entrevistas a las autoridades y organismos especializados, es decir, el entorno que afecta al desarrollo sustentable en México (El Economista, 2016).

Sin embargo, treinta años después existen naciones que acrecentaron sus niveles de producción, aceleraron su nivel de fabricación y de servicios, pero que no han tenido a bien mejorar en las soluciones al medio

ambiente, sino todo lo contrario. Las naciones pobres siguen pagando los costos de lo que no consumen, pero también países con problemáticas especiales como el caso de México, en donde la desigualdad, la falta de educación de calidad, la corrupción y la falta de innovación hacen un caldo de cultivo preocupante para el deterioro ambiental en uno de los países con mayores recursos naturales del mundo. En la figura 2 se muestra la problemática de cada uno de los tres aspectos del Desarrollo Sostenible en México; sustentabilidad económica, desarrollo social y medio ambiente

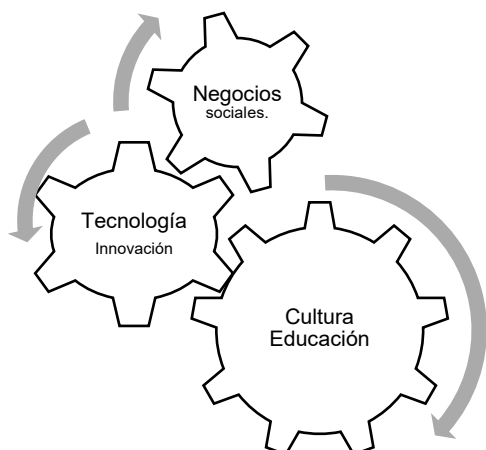
Figura 2: Problemática de los Tres Aspectos del Desarrollo Sostenible en México



Fuente: elaboración propia basándose en el análisis del macroambiente PESTE.

Planear es una condición natural de todos los gobiernos, en México no es la excepción, en cada sexenio se realiza un Plan Nacional de Desarrollo, que cuenta con un nivel de redacción estratégico, con un nivel de aplicación enfocado a seguir las líneas de "lo que las naciones pobres deben hacer para hacerse más ricas", sin importar los costos ecológicos y sociales que haya que pagar. Desde la publicación de la obra "Nuestro Futuro Común", se planteaba la situación de América Latina "78. El nivel actual de servicio de la deuda de muchos países, especialmente en África y América Latina, no es compatible con el desarrollo sostenible. Se está exigiendo a los deudores a utilizar el comercio de excedentes para dar servicio a las deudas, y se extraen en gran medida de los recursos no renovables... La acción urgente es necesaria para aliviar la carga de la deuda, de manera que representen un reparto más justo entre los deudores y los acreedores ... (Bourtlund, 1987)", misma que ha influido en el bajo nivel de desarrollo alcanzado en estos países. Los intereses que se deben pagar, recortan en gran medida las posibilidades de inversiones en puntos estratégicos como la educación. En la figura 3 se muestra que en un país con una enorme riqueza cultural, la base de los negocios sociales tendrá que ser la cultura combinada con la educación que permitan apoyarse en la tecnología y crear negocios sociales en sectores estratégicos para el desarrollo, incluyendo al turismo ecológico.

Figura 3: Base de Negocios Sociales



En un país con una enorme riqueza cultural, la base de los negocios sociales tendrá que ser la cultura combinada con la educación que permitan apoyarse en la tecnología y crear negocios sociales en sectores estratégicos para el desarrollo, incluyendo al turismo ecológico. Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

En la Tabla 2, se hace un comparativo de algunos puntos de nuestro futuro y la situación actual, y se puede observar que a casi treinta años, el país ahora tiene una situación compleja que resolver para poder llegar a desarrollarse de manera sustentable, sin embargo tiene posibilidades en el corto plazo para aprovechar, anclando los temas sociales, culturales y tecnológicos en la educación, a través de políticas implementadas con el órgano rector de la ciencia en México, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Tabla 2: Comparativo de Algunos Puntos de Nuestro Futuro Común y la Situación Actual

Aspectos “Nuestro Futuro Común”. Desde Hace Casi Treinta Años.	Circunstancias Actuales y Propuestas
<p>“90 Los gobiernos deben empezar ahora a hacer que las agencias nacionales, económicos y sectoriales clave para asegurar que sus políticas, programas y presupuestos servicio de un desarrollo económico y ecológicamente sostenible (Bourland, 1987)”.</p> <p>“11 El número de personas que viven en tugurios y barrios pobres va en aumento.... Un creciente número de personas con falta de agua potable y saneamiento... la pobreza persiste y sus víctimas se multiplican”. “14 ... la pobreza se ha agravado por la distribución desigual de la tierra y otros activos... Estos factores, combinados con las crecientes demandas de la buena tierra, a menudo a crecer los cultivos para la exportación, han empujado a muchos agricultores de subsistencia en tierras pobres y les robaron cualquier esperanza de participar en la vida económica de sus países.</p>	<p>Si bien México en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, en el ámbito de desarrollo sustentable, participa en más de 90 acuerdos y protocolos, siendo líder en temas como cambio climático y biodiversidad, la realidad es que el crecimiento económico del país sigue estrechamente vinculado a la emisión de compuestos de efecto invernadero, generación excesiva de residuos sólidos, aguas residuales no tratadas y pérdida de bosques y selvas; ello implica retos importantes para propiciar el crecimiento y el desarrollo económicos de los cuales depende nuestro bienestar (PND, 2013-2018).</p> <p>Entre 2012 y 2014 el porcentaje de población en pobreza subió de 45.5 a 46.2 por ciento. El porcentaje de pobreza extrema bajó de 9.8 a 9.5 por ciento (CONEVAL, 2015). La población en pobreza aumentó de 53.3 a 55.3 millones de personas; la pobreza extrema se redujo de 11.5 a 11.4 millones de personas entre 2012 y 2014 (CONEVAL, 2015). El coeficiente de Gini varía entre cero y uno, es decir, entre más grande es el valor del coeficiente, mayor es la desigualdad en la distribución del ingreso. En el periodo 2012-2014 pasó de 0.498 a 0.503. (CONEVAL, 2015).</p> <p>Un ejemplo de mecanismos que coadyuvan a mitigar la pobreza y practicar el desarrollo sustentable son las empresas sociales (Seelos & Mair, 2007), las cuales se caracterizan por emerger desde una perspectiva local, donde comunidades o grupos sociales ponen en marcha una idea de negocio que genera beneficios económicos, sociales y ambientales para sus miembros. Un ejemplo de estas empresas comunales es la</p>

14 *Las mismas fuerzas han hecho que los agricultores itinerantes tradicionales, que una vez cortados los bosques el tiempo para recuperar el bosque, ahora tienen ni tierra ni suficiente ni tiempo para dejar que los bosques se restablezcan. Así que los bosques están siendo destruidos, con frecuencia sólo para crear tierras de cultivo ... la erosión del suelo afecta ríos, valles, zonas crónicamente expuestas a inundaciones ... (Bourtlund, 1987).*

24. *El "efecto invernadero", una de esas amenazas a los sistemas de soporte de vida, se desprende directamente de incremento en el uso de recursos. La quema de combustibles fósiles y la tala y quema de bosques liberan dióxido de carbono (CO2). La acumulación en la atmósfera de CO2 y algunos otros gases atrapa la radiación solar cerca de la superficie de la Tierra, causando el calentamiento global... (Bourtlund, 1987).*

50 *El crecimiento económico siempre trae consigo el riesgo de daños al medio ambiente, ya que ejerce mayor presión sobre los recursos ambientales... la protección del medio ambiente es inherente al concepto del desarrollo sostenible ... (Bourtlund, 1987)"*

29 ... *Una condición suficiente pero no necesaria para la eliminación de la pobreza absoluta es aumentar los ingresos per cápita en el Tercer Mundo...*

39 ... *La sostenibilidad requiere puntos de vista de las necesidades humanas y el bienestar que incorporan variables no económicas como la educación y la salud ... y la protección de la belleza natural... trabajar para eliminar discapacidad de grupos desfavorecidos, muchos de los cuales viven en zonas ecológicamente vulnerables... como indígenas de América...*

65 *El cumplimiento de todas estas tareas exigirá la reorientación de la tecnología el vínculo clave entre los humanos y la naturaleza... la capacidad de innovación tecnológica tiene que ser mucho mayor en los países en desarrollo para que puedan responder con mayor eficacia a los retos del desarrollo sostenible... la orientación del desarrollo de la tecnología debe ser cambiado a prestar mayor atención a los factores ambientales.*

66 ... *el grueso de la investigación y el desarrollo mundial aborda algunos de los problemas urgentes frente a estos países, como la agricultura de tierras áridas o el control de las enfermedades tropicales. No se hace lo suficiente para adaptar las innovaciones recientes en la tecnología de materiales, ahorro de energía, tecnología de la información, la biotecnología y de las necesidades de los países en desarrollo. estas lagunas deberán ser objeto de mejorar la investigación,*

Unidad Comunal Forestal Agropecuaria y de Servicios (UCFAS), que nació en 1988 con el interés de fabricar muebles de madera que brindarán un mayor valor agregado y generaran más y mejores empleos para la comunidad de Ixtlán (Vazquez y Portales, 2014).

En México las prácticas agropecuarias que implican el uso inadecuado del fuego para la agricultura, quemas intencionales en zonas forestales y problemas de litigio por la tenencia de la tierra, entre otras, son los causantes de aproximadamente el 40% de los incendios forestales en el país (INEGI y CONAFOR, 2015). Aparte de las prácticas que se consideran "a propósito" cuando el interés económico se disfraza de incendio.

En 2010 México emitió 383,671 de 24,126,416, es decir, 5.9% del total (ONU, 2012). Además de que internamente existen ciudades en donde la circulación de automóviles se hace cada vez más frecuente por la alta concentración de gases tóxicos.

En 2008 los países "menos desarrollados" representaron el 50% de las emisiones mundiales de CO2, pero en parte debido a la producción de bienes para los países ricos. Países "menos desarrollados" 80% de la población, solo contribuyen con 20% de las emisiones (ONU, 2012). En consumos como agua, transporte, combustible, además de desechos sólidos y basura electrónica que en México no es común reciclar.

Un indicador que refleja la evolución de las carencias sociales de las entidades federativas entre 2012 y 2014 es el número de carencias promedio. Si bien las carencias promedio se redujeron a nivel nacional entre 2012 y 2014, el comportamiento de las entidades fue heterogéneo. La evolución de las carencias y del ingreso al interior de cada entidad federativa explica la evolución de la pobreza y de la pobreza extrema (CONEVAL, 2015) situación que guarda el país.

Es importante enfatizar que la evolución de la pobreza total es la combinación de la evolución de la pobreza de todas estas dimensiones: Rezago educativo pasó de 1990 a 2014 de 26.6% a 18.7%; el acceso a los servicios de salud pasó de 58.6% en el año 2000 a 18.2% en el 2014 (CONEVAL, 2015).

El uso de internet creció con fuerza en América Latina pero acusa un fuerte rezago en la adopción y desarrollo de nuevas tecnologías que debe superar aceleradamente si quiere retomar el crecimiento económico, advirtió la Cepal (CEPAL, 2015). América Latina enfrenta un "punto de inflexión": o adopta rápidamente medidas que le permitan superar sus rezagos en materia tecnológica o se quedará atrás en cuanto a desarrollo económico, coincidieron expertos en el segundo día de la Conferencia de la Ciencia, Innovación y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) de la Cepal, que se desarrolla en San José (CEPAL, 2016). México como país latinoamericano no es la excepción.

La investigación y desarrollo (I+D) de la región es "ínfima", según la Cepal. El gasto en este rubro en América Latina se encuentra "estancado" desde 2004 y representa solo 2.8% del gasto mundial. En Estados Unidos, líder en esta materia, esta cifra llegó a más del 35% del total en 2012 (CEPAL, 2015). La mayoría de estos recursos se concentra en investigación, mientras que en los países avanzados predomina el desarrollo experimental. Como consecuencia, el nivel de patentes de la región sigue siendo "muy bajo" (CEPAL, 2015).

diseño, desarrollo y capacidades de extensión en el Tercer Mundo.

67 La mayoría de la investigación tecnológica de las organizaciones comerciales se dedica a productos y procesos innovaciones que tienen el valor de mercado. Se necesitan tecnologías que producen "bienes sociales", como la mejora de la calidad del aire o el aumento de la vida... costos de la contaminación o la eliminación de residuos (Shiyang, Hongxia, y Ning, 2014).

5. El comercio internacional... las necesidades de divisas animan a muchos países en desarrollo para talar árboles más rápido que bosques pueden regenerarse... los patrones de comercio también pueden fomentar las políticas y prácticas de desarrollo insostenibles...

52 La transformación de ciertas materias primas - la pulpa y el papel, aceite, y alúmina, por ejemplo - pueden tener efectos secundarios ambientales sustanciales... en el caso de las exportaciones de los países en desarrollo, dichos costos son asumidos en su totalidad en el país, principalmente en forma de costos de los daños a la salud humana, los bienes, y los ecosistemas

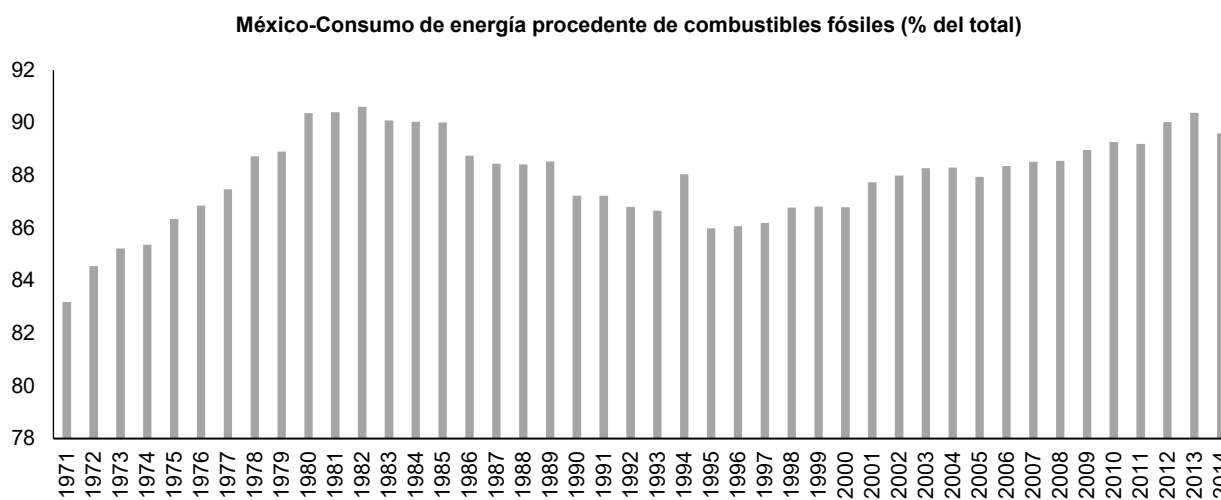
El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología ha realizado enormes esfuerzos para poder contribuir al desarrollo sustentable, a través de la tecnología y la innovación, con convocatorias que tratan de vincular la incipiente relación entre la empresa social y la tecnología.

En el comercio internacional, México ha tratado de diversificar sus exportaciones; sin embargo, los ingresos por petróleo aún son parte importante, las remesas que envían los trabajadores en el exterior, y bienes manufacturados. La mayoría de los trabajadores en el exterior abandonaron las zonas rurales y el trabajo de campo.

En la Tabla 2, se observa que a casi treinta años, el país ahora tiene una situación compleja que resolver para poder llegar a desarrollarse y de manera sustentable, sin embargo tiene posibilidades en el corto plazo para aprovechar, anclando los temas sociales, culturales y tecnológicos en la educación, a través de políticas implementadas con el órgano rector de la ciencia en México el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Fuente: elaboración propia.

Con base a los datos que el Banco Mundial proporciona, el consumo de combustibles fósiles parece que se ha mantenido constante, en la Figura 4 se puede observar que el porcentaje con base 2008, se incrementó entre 1971 y 1981, pero disminuye en 1993 y desde 1995 vuelve a aumentar de forma sostenible, es decir, no se ve un incremento sostenido, sino más bien constante en los últimos treinta años; el país consume cada vez más energía procedente de combustibles fósiles como gasolinas, entre otras cosas por el elevado número de automóviles que desde esa fecha circulan en el país.

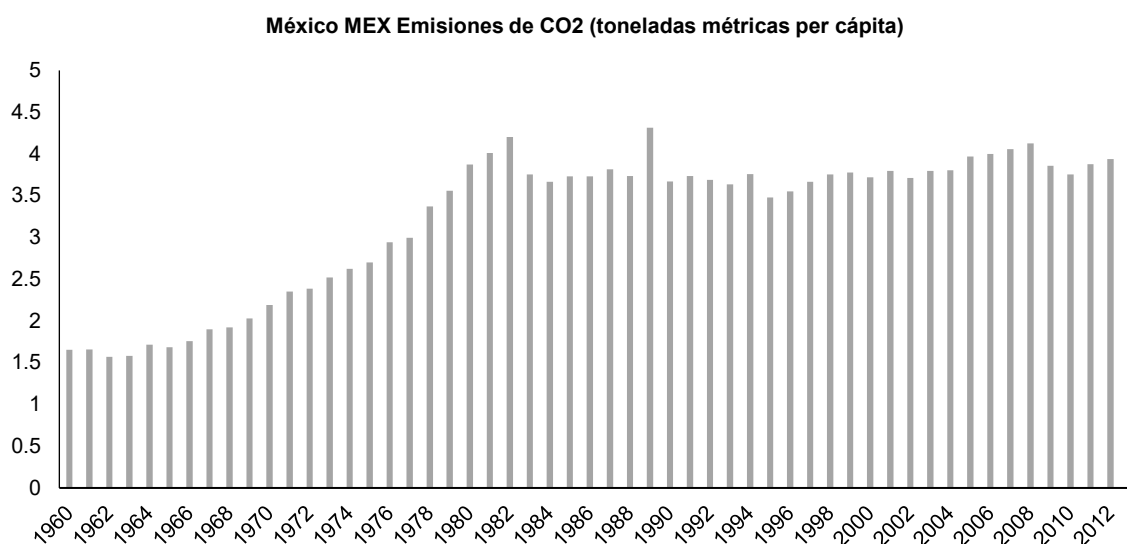
Figura 4: Consumo de Energía de Combustibles Fósiles Como el Petróleo



En la Figura 4 se puede observar que el porcentaje con base 2008, se incrementó entre 1971 y 1981, pero disminuye en 1993 y desde 1995 vuelve a aumentar de forma sostenible, es decir, no se ve un incremento sostenido, sino más bien constante en los últimos treinta años, el país consume cada vez más energía procedente de combustibles fósiles como gasolinas, entre otras cosas por el elevado número de automóviles que desde esa fecha circulan en el país. Fuente: elaboración propia.

Las emisiones de CO2 en México son emitidas por distintos grupos de estratos sociales, incluyendo los niveles bajos que ocupan vehículos de modelos antiguos y altamente contaminantes. En un país tan desigual y con un nivel educativo con baja calidad, casi todos contaminan. Al parecer las emisiones de CO2 se han manteniendo constantes en los últimos treinta años, tal cual muestra la Figura 5, lo que mantiene al país como uno de los países en desarrollo que más aporta, con el 5.9% de las emisiones a nivel mundial (ONU, 2012).

Figura 5: Emisiones de CO2 en los Últimos Treinta Años Han Sido Constantes



Al parecer las emisiones de CO2 se han manteniendo constantes en los últimos treinta años, tal cual muestra la Figura 5, lo que mantiene al país como uno de los países en desarrollo que más aporta, con el 5.9% de las emisiones a nivel mundial (ONU, 2012). Fuente: elaboración propia con datos del Banco Mundial.

En la Figura 6 se muestra el consumo de energía eléctrica que al tener un crecimiento sostenido y secular se observa que es debido en gran parte a los cada vez más usados aparatos electrónicos.

Un ejemplo de mecanismos que coadyuvan a mitigar la pobreza y practicar el Desarrollo Sustentable son las empresas sociales (Easterly & Miesing, 2007; Seelos & Mair, 2007), las cuales se caracterizan por emerger desde una perspectiva local, donde comunidades o grupos sociales ponen en marcha una idea de negocio que genera beneficios económicos, sociales y ambientales para sus miembros, a la par que atiende a las problemáticas de desempleo, exclusión, marginación y falta de acceso a mercado que dan como resultado condiciones de pobreza. Los emprendimientos sociales cuentan con dos elementos claves, el primero es el objetivo social, el cual hace referencia a la necesidad de incidir positivamente en alguna problemática que se presente en un grupo o sector de la sociedad (Yunus, 2010). El segundo elemento es la capacidad que tiene para dar solución a problemas locales; en donde el modelo de negocio se orienta hacia la solución permanente de una problemática, creando equilibrios que garanticen un beneficio permanente (Bugg-Levine, Kogut y Kulatilaka, 2012).

Figura 6: Consumo de Energía Eléctrica, en Tendencia Secular de Crecimiento

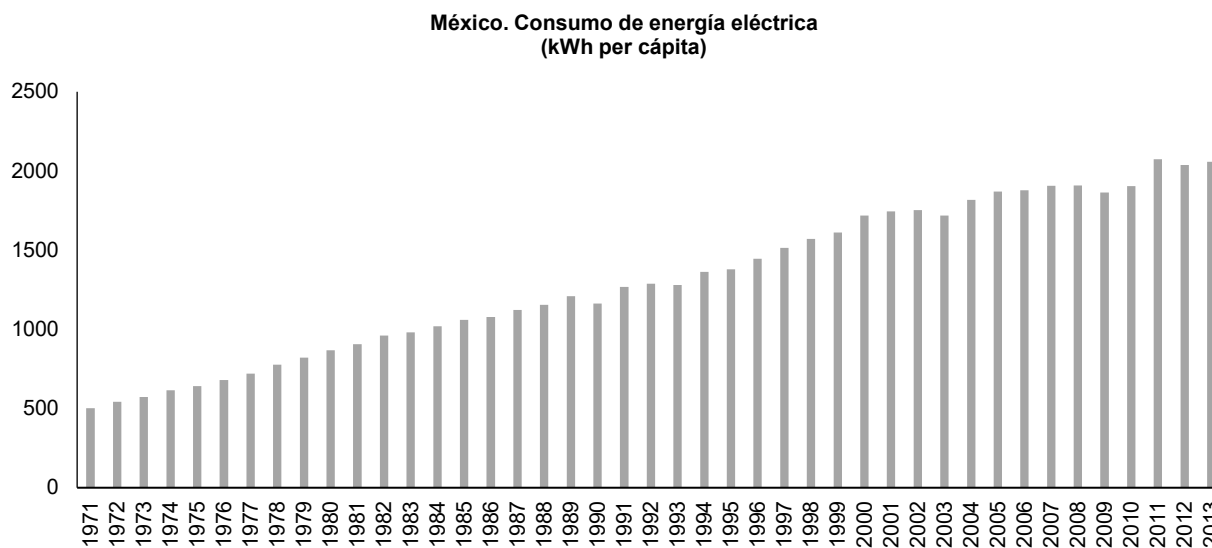


Figura 6 muestra el consumo de energía eléctrica que al tener un crecimiento sostenido y secular se observa que es debido en gran parte a los cada vez más usados aparatos electrónicos. Fuente: elaboración propia con datos del Banco Mundial.

Las empresas sociales ofrecen una solución sustentable que permite a la comunidad hacer uso de su autonomía, creatividad y solidaridad: afrontar las problemáticas de condiciones de exclusión y marginación en que se ven inmersas. Dicha solución, generalmente, se ve reflejada en el cambio de patrones en el acceso al mercado, el liderazgo y empoderamiento local, y la generación de alianzas intersectoriales. Los cambios en patrones permiten reducir la exclusión y marginación que dan origen a la pobreza crónica, al desarrollar competencias en sus miembros, fomentando la generación de nuevos emprendimientos sociales, atendiendo a nuevas problemáticas sociales y dando un mayor bienestar social y una mejora en las condiciones de vida de la comunidad. Las empresas sociales han crecido significativamente en todo el mundo, sin embargo, los esfuerzos para sistematizar, medir y documentar estas iniciativas y sus impactos económicos, sociales y ambientales han sido aislados, sobre todo en las zonas rurales indígenas.

CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

En la actualidad parece que el cuidado del medio ambiente es una cuestión que preocupa a todos y cada uno de los países y existen muchos organismos que están suscribiendo acuerdos para minimizar el impacto ambiental que ya nos está afectando, pero que para generaciones futuras será lamentable; y uno de tantos factores que lo afectan es el uso indiscriminado de recursos. La palabra “parece” es significativa para el caso de México porque es un asunto que está bien documentado, y el país ha firmado muchos acuerdos, sin embargo, a lo largo de los últimos treinta años ha mostrado avances débiles en el desarrollo sustentable, las características sociales y económicas del país han propiciado consecuencias graves para el medio ambiente del país. Parece que el cuidado del medio ambiente preocupa pero no ocupa del todo al país. Las recomendaciones macroeconómicas para mejorar en lo posible la compleja situación social, económica y ambiental, tendrá que apoyarse en su propia cultura. y las medidas adoptadas por todas las organizaciones públicas y privadas en el área respectiva.

Los museos destacan entre estas organizaciones debido a la relación con el papel que tienen en este proceso de desarrollo sostenible (Pop, 2015). La concientización de un cambio sostenible en los museos es de suma importancia, ya que el patrimonio cultural gestionado por museos representa una forma de conocer las características y la historia de una comunidad y la mejora de la comprensión de una cultura y estilos de vida diferentes (Scott, 2007). Mexico necesita reencontrar sus valores y su identidad. Mediante su función de

conservación y preservación del patrimonio en el tiempo, los museos contribuyen a asegurar la sostenibilidad tanto del entorno natural como el cultural (Blagoeva-Yarkova, 2012). En el caso particular de México y debido a la gran riqueza cultural que aún posee, al deteriorarse la identidad se descomponen aspectos trascendentales de una sociedad compleja, que aunada a la desigualdad económica y pobreza genera violencia y provoca aún más deterioros ambientales. Por otro lado, la educación sin intención de mercado, pero con visión de negocio social, que permita entre otras cosas la generación de innovaciones tecnológicas enfocadas a la sociedad, que permitan redistribuir la riqueza y atacar la corrupción que afecta al país. La educación que permita elevar el conocimiento para la mejora del desarrollo humano y devuelva la armonía a la sociedad y al medio ambiente (WEF, 2013).

Dentro de las estrategias de sustentabilidad son los jóvenes los que tienen un papel protagónico creando ventajas competitivas enfocadas al cuidado del medio ambiente y la cultura de los nativos de las diversas zonas, en ese sentido son los jóvenes becarios del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, los que tendrán un papel protagónico para poder alcanzar las declaraciones del documento “*Our Common Future*” emitido hace casi treinta años.

REFERENCIAS

Blagoeva-Yarkova (2012), The Role Of Local Cultural Institutions For Local Sustainable Development. The Case Study Of Bulgaria, *Trakia Journal of Sciences*, Vol. 10, No 4, pp 42-52, 2012

Bugg-Levine, Kogut y Kulatilaka (2012), A New Approach To Funding Social Enterprises: unbundling societal benefits and financial returns can dramatically increase investment. *Harvard Business Review*, (1-2), 118.

CEPAL (2015), Consultado el 2 de noviembre de 2016 en: <http://www.cepal.org/es/temas/agenda-2030-desarrollo-sostenible>

CONEVAL (2015), CONEVAL Informa los Resultados de la Medición de Pobreza 2014. Consultado el 11 de noviembre del 2016 en: http://www.coneval.org.mx/SalaPrensa/Documents/Comunicado005_Medicion_pobreza_2014.pdf

Dey. P. y Teasdale, S. (2013), Social Enterprise and Dis/identification, *Administrative Theory & Praxis* Vol. 35 , Iss. 2.

El Economista (2016), Consultado el 3 de noviembre del 2016 en: <http://prodigy.msn.com/es-mx/el-tiempo/noticias-principales/19-datos-sobre-la-lucha-contra-el-cambio-clim%C3%A1tico/ar-AAjRLyE?li=AAa7cMo&ocid=spartanntp>

Gro Harlem Brundtland (1987), *Our Common Future*, ONU. Consultado el 8 de noviembre del 2016 en: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Iacovelli, Anacleto (2012), “La vida de San Francisco de Asis”, Casa Editrice Francescana Assisi, Italia.

INECC (2015), consultado el 2 de noviembre de 2016 en: <http://www.gob.mx/inecc>

INEGI y CONAFOR (2015), Estadísticas a Propósito del día Internacional de los bosques (21 de marzo). Consultado el día 11 de noviembre del 2016 en: <http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/bosques0.pdf>

Moffatt, I. (2000), Ecological footprints and sustainable development. *Ecological Economics* 32 (2000) 359–362.

ONU, PNUMA (2012), Informe sobre la disparidad en las emisiones 2012. Consultado el 12 de octubre del 2016 en:
http://www.unep.org/publications/ebooks/emissionsgap2012/portals/50143/Emissions2012_Exec%20Summary_SP.pdf

Ougolnitsky, G. (2014). Game theoretic formalization of the concept of sustainable development in the hierarchical control systems. *Annals Of Operations Research*, 220(1), 69-86. doi:10.1007/s10479-012-1090-9.

Plan Nacional de Desarrollo (2013-2018) consultado el 5 de noviembre de 2016 en:
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5299465

Pop, I. L., & Borza, A. (2015). Sustainable Museums for Sustainable Development. *Advances In Business-Related Scientific Research Journal*, 6(2), 119-131.

PNUMA (2016), Consultado el 2 de noviembre de 2016 en:
http://www.pnuma.org/documentos/UNEP_Sustainable_Development_ESPANOL.pdf

PROMÉXICO (2014), consultado el 1 de noviembre de 2016 en:
<http://www.promexico.gob.mx/desarrollo-sustentable/medio-ambiente-y-desarrollo-sustentable-son-los-objetivos-principales-de-green-solutions.html>

Scott, D. (2008), América Latina: estrategias para enfrentar los retos de la globalización, *Nueva Sociedad* 214 (Mar/Apr, 2008): 104-112.

Seelos, C., & Mair, J. (2007). Profitable Business Models and Market Creation in the Context of Deep Poverty: A Strategic View. *Academy Of Management Perspectives*, 21(4), 49-63.
doi:10.5465/AMP.2007.27895339

SEMARNAT (2016), Consultado el 5 de noviembre de 2016 en:
<https://www.gob.mx/semarnat/articulos/acuerdo-historico-contra-el-cambio-climatico?idiom=es>

Shiyang, D., Hongxia, Y., & Ning, Q. (2014), Exploration into Architectural Design under the Concept of Sustainable Development. *Applied Mechanics & Materials*, 716-717431-434.

Universidad Autónoma de Nuevo León (2014), Desarrollo Sustentable, consultado on line el 1 de septiembre del 2015 en: <http://sds.uanl.mx/el-concepto-desarrollo-sustentable/>

Vázquez-Maguirre, M., & Portales, L. (2014), La empresa social como detonadora de calidad de vida y desarrollo sustentable en comunidades rurales. (Spanish). *Pensamiento & Gestión*, (37), 255-284.

World Economic Forum (2013), *The Future Role of Civil Society*, Ed. WEF & KPMG International.

Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. *Long Range Planning*, 43(Business Models), 308-325.
doi:10.1016/j.lrp.2009.12.005

Zufferey, N. (2012), Introducción. *El Taoísmo y la religión taoísta*. IAEU, Barcelona, España.

BIOGRAFÍA

Rufina Georgina Hernández-Contreras, Licenciada en Economía y en Contaduría Pública, Maestra en Docencia Universitaria, Master Internacional en Cultura Sociedad y Economía China, cDra en Planeación Estratégica y Dirección de tecnología, becaria CONACYT, Miembro del Padrón de Investigadores BUAP. Correo electrónico: ghernandez_0727@hotmail.com.

Karla Liliana Haro-Zea, es Profesora Investigadora de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) con Posdoctorado en Desarrollo Sostenible. Candidato a Investigador Nacional por el Sistema Nacional de Investigadores y Miembro del Padrón de Investigadores BUAP. Correo electrónico: kharozea@gmail.com.

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

José Luis Gutiérrez Ramírez, es Maestro en Gobierno y Administración por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), se desempeña como Coordinador del Consejo de Docencia en la BUAP, cuenta con un Master Certificate in Strategic Organizational Leadership and Management. Correo electrónico: jlgutierrez1981@hotmail.com.

Edith Gabriela Espinosa Crispín, es estudiante de la Lic. en Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), cuenta con un intercambio académico en *Incheon University* en Corea del Sur, es miembro del programa Jóvenes Investigadores de la BUAP. Correo electrónico: htideybag_13@hotmail.com.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y COMPETITIVIDAD EN EL ECUADOR

Betzabé del Rosario Maldonado Mera, Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE
Giovanna Josefina Lara Burbano, Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE
Azucena Maribel Maya Carrillo, Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE

RESUMEN

El estudio se basó en un análisis descriptivo y de correlación de la actividad emprendedora temprana y el índice de competitividad en el Ecuador durante el período 2009-2014. El objetivo es identificar el aporte de esta actividad en los factores que sustentan el índice de competitividad global. La actividad emprendedora en el Ecuador registra en este periodo los niveles más altos de toda la región. No obstante, los emprendimientos son motivados por la necesidad con ligeros cambios hacia la oportunidad. El índice de competitividad en el Ecuador ha ido escalando posiciones rápidamente, sin embargo se mantiene como una economía fundamentada en la eficiencia y no en la innovación. Los resultados muestran que los avances observados en los niveles de competitividad pueden explicarse por el comportamiento de la actividad emprendedora en el Ecuador, cuya correlación es directa y significativa. Sin embargo, este comportamiento suele ser característico en economías poco competitivas. Lo cual sugiere la necesaria formulación de políticas y estrategias que desde una visión holística propicien un mejoramiento sostenido de los factores de innovación que impactan a la competitividad.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Competitividad, Innovación

ENTREPRENEURSHIP AND COMPETITIVENESS IN ECUADOR

ABSTRACT

The study was based on a descriptive and correlational analysis of early entrepreneurial activity and the competitiveness index in Ecuador for the period 2009-2014. The objective is to identify the contribution of this activity in factors which contribute to competitiveness global index. The entrepreneurial activity in Ecuador registers, for this period, the highest levels of the entire Region. Notwithstanding this fact, entrepreneurships are motivated by necessity, with slight changes towards opportunity. The competitiveness index in Ecuador has progressed rapidly. Nevertheless, it remains an economy based on efficiency, not innovation. The results show that behavior of entrepreneurial activity in Ecuador can be explained by the observed progress in the levels of competitiveness. The correlation is direct and significant. However, this behavior is usually characteristic in uncompetitive economies. This suggests the necessity to formulate policies and strategies that, from a holistic perspective, lead to a sustained improvement of innovation factors that impact competitiveness.

JEL: L2, L26, M1, M13, O32

KEYWORDS: Entrepreneurship, Competitiveness, Innovation

INTRODUCCIÓN

La actividad emprendedora tiene incidencia directa en la competitividad de un país en la medida que aporte a lograr mayores niveles de progreso y bienestar económico (Larroulet y Ramírez, 2008). Por lo tanto, para lograr mayores niveles de competitividad se requiere una sociedad más emprendedora y para ello es necesario activar el potencial de las personas, de las empresas y del entorno en el que se desarrollan. En la última década países en desarrollo registran un incremento significativo en el dinamismo empresarial, aun cuando distan mucho de otros cuyas economías abiertas y globales utilizan como estrategia central el apoyo a la innovación y emprendimiento. Lo que se traduce en mayores niveles de capacidad de introducir innovación en los mercados. En países avanzados, emergentes o en desarrollo, se observa el creciente interés por apoyar la creación de nuevos emprendimientos innovadores y con alto potencial de desarrollo, tanto desde las políticas públicas como desde iniciativas del sector privado (Pezzini, 2015). En el Ecuador a partir del año 2010 se redefinió la política que rige el sector productivo a través del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Este se orienta a generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento con la finalidad de potenciar el cambio de la matriz productiva a través del desarrollo de la ciencia y tecnología. Además contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores (Asamblea Nacional, 2010). El Código regula el rol del Estado en el desarrollo productivo y crea un marco legal que busca generar las condiciones para mejorar la competitividad del sector privado.

En este contexto se realizó el análisis de la actividad emprendedora observada en el Ecuador durante el periodo 2009 – 2014 y en qué medida ha contribuido al incremento de la innovación, de la productividad, generación de oportunidades de empleo y demás factores que configuran en el índice de competitividad. Se inició la investigación con una revisión de literatura especializada alrededor de los términos de emprendimiento y competitividad. Posteriormente, informes oficiales del Global Entrepreneur Index, el índice de competitividad y bases de datos de empresas ecuatorianas, con los cuales se realizó el estudio. El resto del manuscrito está organizado como sigue. En la sección de revisión literaria se enfatizan estudios sobre la importancia otorgada al emprendimiento en los últimos tiempos y la consecuente evolución de las políticas de los gobiernos que lo incentivan. Aportes como el de J. Timmons cuya perspectiva al definir la actividad emprendedora, brida el fundamento para introducir al estudio, factores que lo estimulan y características que deberían reunir los emprendedores. Así se encuadran los términos innovación y creatividad, que dan paso para destacar el aporte de Michael Porter con la definición de competitividad, por su importancia en la definición del índice de competitividad global. A continuación se describe la metodología y las variables involucradas en el estudio. Inmediatamente se presentan los resultados por separado de la actividad emprendedora con datos obtenidos del índice global de emprendimiento y del índice de competitividad global, seguidamente el análisis de correlación entre la actividad emprendedora y el índice de competitividad. Para finalizar se exponen las conclusiones derivadas de la investigación y las referencias respectivas.

REVISIÓN DE LITERATURA

Emprendimiento, Actividad Emprendedora e Innovación

A partir del siglo XVIII el estudio del emprendimiento despertó el interés de investigadores de diferentes áreas de conocimiento, cuyos aportes son importantes en el impulso que toma en las últimas décadas. El emprendimiento se reviste de importancia al vincularlo directamente con el crecimiento económico generación de riqueza, por lo que los gobiernos ponen sus esfuerzos en políticas que estimulan esta actividad. Pese a las múltiples investigaciones realizadas desde varios enfoques teóricos, no se logra explicar en su totalidad las razones que impulsan a los individuos a emprender y en este sentido por qué unos lo hacen y otros no (García, Déniz, & Deybbi, 2015). Sin embargo es evidente que en todos los países del mundo, se observa formas diversas de apoyo al emprendimiento, que van evolucionando desde apoyos

convencionales de capital semilla y de riesgo, hasta apoyos integrados que además del financiamiento incorporan otros servicios (Pezzini, 2015). Esta dinámica da como resultado que se estimule la creatividad para generar emprendimientos innovadores y con alto potencial de desarrollo, como estrategia para que su impacto influya en el crecimiento económico de un país.

En esta línea la creación y consolidación de nuevas empresas constituye uno de los pilares más importantes que dinamiza la actividad económica en todos sus ámbitos. Entre estos, la generación de empleo, la dinámica de los mercados y la innovación (Contín, Larraza, & Mas, 2009). Aun cuando muchos son los agentes que intervienen en la creación de nuevas empresas, en última instancia depende de la acción del emprendedor (Shane, Locke, & Collins, 2003). Así el emprendimiento se asocia a la creación de empresas, que a decir de varios autores requieren para su desarrollo exitoso, que quien lo lleva a cabo reúna ciertas características particulares. Mora (2013) coincide con algunos estudios en que la necesidad de logro, control interno y autoestima son fundamentales en un emprendedor.

Si se pone el acento en emprendimientos que incorporan conocimiento e innovación, Duarte (2013) aporta con su estudio e identifica factores determinantes en la actitud emprendedora investigativa. Los elementos intrínsecos se podrían agrupar en dos dimensiones, cognoscitivas y psicológicas. Entre las primeras se destacan la capacidad de innovar y de gestionar factores del entorno, y entre las psicológicas, la capacidad de comunicación, identificar oportunidades de investigación, compromiso y motivación al logro. La actividad emprendedora definida como un proceso de aprovechamiento de una oportunidad aun cuando los recursos sean controlados o limitados, sugiere el predominio de la oportunidad sobre los recursos (Timmons, 1994). De una manera más amplia la actividad emprendedora se precisa como cualquier intento de crear un nuevo negocio. Se incluyen la generación de autoempleo, la creación de una nueva empresa o la consolidación de una ya existente. Iniciativas que pueden surgir y ser implementadas por una sola persona o por un equipo que se congrega independientemente o dentro de una empresa en pleno funcionamiento (Reynolds, Hay, & Camp, 1999).

En las últimas décadas se ha incrementado el interés por el estudio de temas relacionados al emprendimiento, factores que lo estimulan y características que deben reunir para generar un real impacto en el crecimiento económico de las naciones. Los resultados se conciben como una herramienta confiable y útil para quienes definen las políticas de gobierno y de las comunidades empresariales (Matiz, 2006). En esta línea es importante diferenciar qué tipo de emprendimiento aporta verdaderamente a la competitividad de un país. En consecuencia se introducen los términos innovación y creatividad desde la perspectiva que están asociados al desarrollo del espíritu emprendedor. Su acción deberá impulsar la transición de las pequeñas empresas a una fase de productividad sostenida, es decir generar empresas innovadoras con alto componente de valor agregado (Utami & Lantu, 2014). En este contexto, investigaciones realizadas denotan que se ha transitado de una economía basada en el capitalismo administrativo a una basada en el emprendedor (Baumol, Litan & Schramm, 2008).

En suma, el emprendimiento, la innovación y la creatividad son factores claves que impulsan el desarrollo de los mercados, el sistema productivo y la cohesión social, que a su vez impactan en el crecimiento económico de los países (Neira, Potela, Cancelo, & Calvo, 2013). Según el Global Entrepreneurship Monitor GEM el proceso emprendedor depende básicamente de dos factores, entornos nacionales que brinden oportunidades para gestar iniciativas emprendedoras y escenarios políticos, sociales y culturales apropiados para su exitoso desarrollo (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Villa, 2013). Ambos se conjugan para configurar un ambiente que propicia la actividad emprendedora e incrementan la capacidad para aprovechar las oportunidades. Esta dinámica finalmente es la que contribuye al crecimiento económico y competitividad (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015). El informe del GEM (2005) pone el acento en tres objetivos fundamentales, medir el grado de variación de la actividad emprendedora entre los países objeto de estudio, identificar los factores que determinan el nivel de actividad emprendedora y reconocer las políticas públicas que impulsan en el aumento de la actividad emprendedora. Los indicadores del

informe se orientan a información relevante asociada a las nuevas empresas, uno de estos que permite jerarquizar los países y las regiones en una medida global de la cantidad y calidad del proceso de formación empresarial es el Global Entrepreneur Index, GEI. Este Índice se construye en base a datos obtenidos del GEM, complementados por datos de fuentes secundarias tales como el Banco Mundial, UNESCO, Foro Económico Mundial entre otras (Acz, Autio, & Szerb, 2015).

Competitividad

Uno de los principales exponentes es Michael Porter, que define a la competitividad como la capacidad de una nación para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, lo que repercute en mejorar el nivel de vida de la población. Siendo el aumento de la productividad el único camino seguro para lograrlo (Porter, 1990). El Foro Económico Mundial se basó en esta definición para expresarla como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan la productividad de un país. Utiliza el Índice de Competitividad Global ICG para medir la capacidad de un país para alcanzar un crecimiento económico sostenido en el mediano plazo. El ICG se compone de 12 pilares: Instituciones, Infraestructura, Ambiente macroeconómico, Salud y Educación básica, Educación superior y Entrenamiento, Eficiencia en el mercado de bienes, Eficiencia en el mercado laboral, Sofisticación en el mercado financiero, Disponibilidad y uso de nuevas tecnologías, Tamaño de mercado, Sofisticación de negocios e Innovación (World Economic Forum, 2014). Los resultados de estas investigaciones aplicando los factores señalados, permiten observar que los pilares influyen de diferente manera dependiendo de la etapa de desarrollo económico en la que se encuentra el país. En una primera etapa, las economías son impulsadas por requerimientos básicos, los países dependen de su dotación de recursos naturales y mano de obra no calificada.

Prevalcen estrategias basadas en precios, la propuesta de valor y diferenciación en productos es escasa, lo que produce una consecuente baja productividad que se traslada a precarias condiciones salariales. La siguiente etapa es la de economías promovidas por la eficiencia, las estrategias se sustentan en optimizar procesos y diferenciación en productos. En este tipo de economías se pone énfasis en la educación superior formal y continua especializada, eficiencia en mercados de bienes, financieros y laborales, diversificación de mercados nacionales e internacionales, visión para aprovechar los desarrollos tecnológicos. En esta economía se ubica actualmente al Ecuador. Finalmente, en la etapa de economías impulsadas por innovación, prevalece la estrategia de diferenciación, por lo tanto la propuesta de valor impulsa la diversificación, sofisticación y calidad de los productos y servicios. Las empresas compiten con base en sus niveles de innovación y sofisticación empresarial (World Economic Forum, 2014). Las investigaciones realizadas por el GEM en el 2005, sobre un número importante de países con características diferentes de crecimiento económico y otras variables relacionadas a la actividad emprendedora, permitieron determinar algunas conclusiones importantes. Países de ingresos medios generalmente muestran mayores porcentajes de emprendimientos nacientes, respecto a los de ingresos altos. La motivación de los emprendedores en los primeros es la necesidad, lo que difiere significativamente de los segundos, en los cuales su motivación radica en la oportunidad. También se concluye que en los emprendimientos nacientes las posibilidades de sobrevivir son altas en los países con ingresos altos, debido a mejores condiciones del entorno.

METODOLOGÍA

El estudio se basó en una revisión bibliográfica especializada en el tema de emprendimiento, competitividad y los informes técnicos del GEM y Banco Mundial. A partir de esta información se realizó un análisis descriptivo de los índices de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) y de Competitividad del Ecuador. Posteriormente con el uso de la herramienta SPSS, se realizó un análisis bivariado entre estos indicadores para establecer su interrelación a través del coeficiente de correlación lineal de Pearson, para el período 2009 a 2014. Para el análisis se consideraron los valores del Índice de Competitividad Global ICG registrados en los reportes generados por el Foro Económico Mundial WEF. Ecuador no reportó dato en el año 2014, por lo que el valor correspondiente a este año fue estimado a partir de una regresión lineal en

donde se consideran las tasas de crecimiento anual, dadas por la pendiente de la recta. En la Tabla 1 se muestran los componentes del ICG, los pilares y valores registrados para el Ecuador en los informes del WEF.

Tabla 1: Factores y pilares del Índice de Competitividad Global (ICG)

Factores	Pilares	Cómo Se Miden
Requerimientos Básicos	Entorno Institucional	Marco legal y administrativo que configura el entorno dentro del cual las personas, las empresas y los gobiernos interactúan para generar ingresos y riqueza.
	Infraestructura amplia y suficiente	Una infraestructura que garantice el funcionamiento eficaz de la economía de un país. De esta depende la ubicación de la actividad económica, tipos, sectores.
	Estabilidad macroeconómica	Entorno macroeconómico estable para el desarrollo empresarial.
	Salud y Educación básica	Inversión en salud y educación para garantizar condiciones mínimas de contar con mano de obra saludable. La educación de calidad incrementa la eficiencia del trabajador.
Eficiencia	Educación superior y entrenamiento	Tasas de matrícula y calidad de la educación superior incrementa las posibilidades de especializar al talento humano, para ascender en la cadena de valor superando las barreras de procesos productivos e incrementar actividades con mayor valor agregado.
	Eficiencia en el mercado de bienes	Entorno saludable que impulse la eficiencia de los mercados internos e internacionales.
	Eficiencia en el mercado laboral	Entorno que facilite la movilidad ágil de talentos disponibles y su interrelación con los agentes empresariales. Sueldos, incentivos, etc.
	Sofisticación en el mercado financiero	Entorno saludable para canalizar recursos financieros a los proyectos de inversión empresarial con los más altos índices de rentabilidad esperada y minimización de riesgos.
	Disponibilidad y uso de nuevas tecnologías	Agilidad con la que la economía incorpora la tecnología disponible para mejorar productividad.
Innovación	Tamaño de mercado	Entorno saludable para incentivar la apertura de fronteras comerciales.
	Sofisticación de negocio	Favorece una mayor eficiencia en la producción de bienes y servicios. Conduce al aumento de la productividad, mejorando así la competitividad de un país.
	Innovación Tecnológica	Entorno propicio para la actividad innovadora, con el apoyo de los sectores público y privado.

En esta tabla se describe los 12 pilares que integran el Index Global Competitiveness, ICG. Para fines de reporte se agrupan en tres factores, anualmente el World Economic Forum, WEF, presenta el informe de evaluación. Cada uno de los factores representa la situación de un país en términos de nivel de competitividad de su economía. Fuente: Elaboración propia en base al Informe del ICG del WEF.

Los datos del Global Entrepreneur Index GEI se obtuvieron del informe anual elaborado por el Global Entrepreneurship and Development Institute GEDI durante el período 2013 - 2015. En primera instancia se revisó el comportamiento de los tres subíndices y 12 pilares que lo conforman y luego se analizó su relación con el ICG. En la Tabla 2 se observa los subíndices y pilares en los cuáles se sustenta la investigación del GEI.

Tabla 2: Subíndices y Pilares Global Entrepreneur Index

Subíndice	Pilares	Componentes del Pilar
Actitudes Emprendedora	Percepción de Oportunidades	Oportunidad (GEM) y Tamaño de Mercado (Nivel de Urbanización).
	Habilidades para inicio de Empresas	Habilidades (GEM) y Educación Universitaria país.
	Aceptación del Riesgo	Miedo al Fracaso (GEM) y Riesgo Empresarial.
	Networking	Conocimiento de Emprendedores (GEM) y Uso de Internet.
Habilidades Emprendedoras	Apoyo Cultural	Reconocimiento Emprendedor (GEM) y Corrupción (GEM) – Transparencia Internacional.
	Emprendimiento por Oportunidad	Tasa de Motivación por Oportunidad (GEM) e Índice de Libertad (Foro Económico Mundial y Heritage Foundation).
	Absorción tecnológica	Actividad Emprendedora sector tecnológico (GEM) y Absorción de Tecnología (GEM).
	Capital Humano	Nivel de Educación (GEM) y Capacitación de Recursos Humanos.
Aspiraciones Emprendedoras	Competencia	Emprendedores en sectores con poca competencia (GEM) y Medida de Dominancia del Mercado (Concentración Empresarial).
	Innovación de Productos	Emprendedores con nuevos productos (GEM) y Transferencia de Tecnología.
	Innovación de Procesos	Emprendedores con nuevas tecnologías (GEM) y Gasto doméstico en I+D.
	Alto Crecimiento	Emprendedores con potencial de crecimiento (GEM) y Estrategia de Negocios (Foro Económico Mundial).
	Internacionalización	Capacidad de Exportación (GEM) y Nivel de Internacionalización o globalización (KOF Swiss Economic Institute).
	Capital de Riesgo	Inversionistas Ángeles (GEM) y Acceso a Capital de Riesgo (GEM).

En esta tabla se describe los subíndices y pilares que integran el Global Entrepreneur Index GEI, que anualmente se presentan en el informe elaborado por The Global Entrepreneurship and Development Institute, Este Índice se construye en base a datos obtenidos del Global Entrepreneurship Monitor GEM, complementados por datos de fuentes secundarias tales como el Banco Mundial, UNESCO, Foro Económico Mundial entre otras, por cada uno de los países objeto de estudio. Fuente: Elaboración propia en base al Informe Global Entrepreneur Index.

La información de la Tasa de Actividad Emprendedora TEA se obtuvo del informe Global Entrepreneurship Monitor GEM. Se observó que el Ecuador no reportó datos del año 2011 por lo que se estimó el valor de este año utilizando la misma metodología anterior. Para el estudio de correlación se utilizó en índice de correlación lineal de Pearson que se calcula partir de la expresión [1].

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (ICG_i - \overline{ICG})(TEA_i - \overline{TEA})}{\sqrt{[\sum_{i=1}^n (ICG_i - \overline{ICG})^2][\sum_{i=1}^n (TEA_i - \overline{TEA})^2]}} \tag{1}$$

Donde:

ICG = Índice de Competitividad Global
 TEA = Actividad Emprendedora Temprana

n = 6 (años analizados)

Los valores de las variables para el análisis de correlación se muestran a continuación en la Tabla 3.

Tabla 3: Valores de ICG y TEA – Ecuador

Año Indicador	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ICG (%)	3.56	3.65	3.82	3.94	4.18	4.29
TEA (%)	15.8	21.3	23.0	26.6	36.0	32.6

En esta tabla se presentan los valores del índice de Competitividad Global registrados en los reportes anuales del WEF para el Ecuador, así mismo los de Actividad Emprendedora Temprana obtenidos de los reportes del GEM. El periodo de análisis observado en el estudio es desde el 2009 hasta el 2014. Los valores no registrados debido a que Ecuador no reportó información se estimaron en base a una regresión lineal, tanto para el ICG año 2014, como para el GEM año 2011. Fuente: Elaboración propia con valores de ICG y TEA, obtenidos de los reportes WEF y GEM respectivamente.

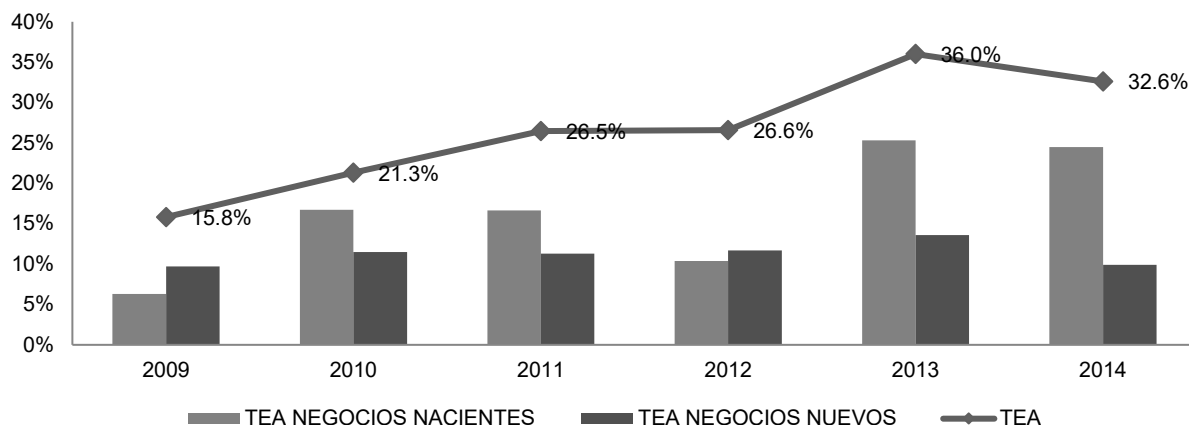
Finalmente, para explicar el comportamiento observado al establecer la relación de las dos variables, se realizó un análisis de la información sobre las empresas ecuatorianas registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del país SUPERCIAS. El directorio anual de empresas contiene datos relevantes para el estudio tales como, fecha de constitución, objeto social, estado social, tipo de empresa, actividad económica, número de empleados, capital suscrito y total de ventas.

RESULTADOS

Los resultados de la TEA conforme los datos del GEM, en los últimos 5 años Ecuador se ubica dentro de las diez primeras posiciones entre más de 70 países investigados. En la Figura 1 se observa un crecimiento sostenido de la TEA, lo que se podría atribuir a los distintos programas y políticas de apoyo al emprendimiento y productividad, impulsadas por instituciones públicas y privadas. Asimismo, se observa un incremento importante de la TEA en el 2013 (36%) respecto a los registrados en años anteriores, en el 2014 disminuye a un 32,2%. Sin embargo, aun cuando la dinámica empresarial ha mejorado, la tendencia según los reportes GEM se mantiene, en cuanto a la presencia mayoritaria de negocios nacientes respecto a los nuevos que se van consolidando. Las empresas que registran desde 0 hasta 42 meses de funcionamiento se consideran en su fase inicial o naciente, y como empresas establecidas si superan los 42 meses.

En consecuencia, se podría manifestar que la actividad emprendedora en el Ecuador se caracteriza principalmente por negocios nacientes que no han logrado transitar a una fase de productividad sostenida. Pese a que en la última década es evidente la firme acción del Estado de impulsar el emprendimiento e innovación, en la fase inicial los emprendedores desisten por falta de incentivos financieros, falta de continuidad a las acciones derivadas de las políticas públicas implementadas, competidores más fuertes, falta de innovación o por que encontraron nuevas oportunidades de trabajo (Maya, Lara, & Maldonado, 2015). En términos generales, es necesario que el apoyo público o privado contemple cuatro componentes básicos, innovación, financiamiento, desarrollo de talento empresarial y talento laboral (Ortega & Kamiya, 2013). Dimensiones que se consideran de manera fragmentada y no desde una visión integral y de conjunto. El estudio se centró en analizar la relación entre la TEA y el ICG dejando para una segunda fase profundizar en los factores que influyen en la tendencia observada de los emprendimientos nacientes.

Figura 1: Comportamiento Índice de Actividad Emprendedora Temprana Periodo 2009-2014



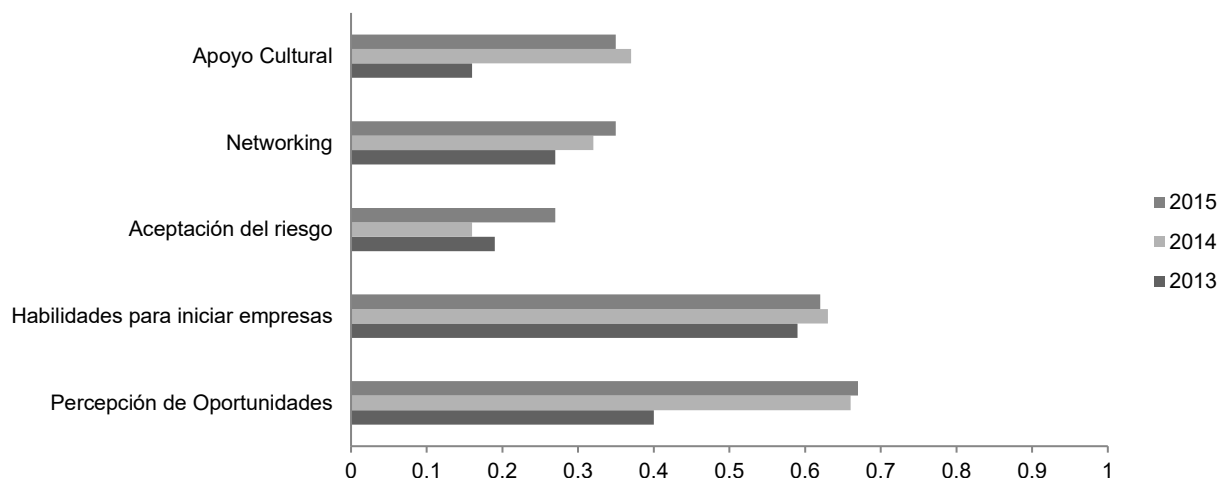
Esta figura muestra el comportamiento de la actividad emprendedora TEA en el Ecuador en los últimos años, notándose un incremento representativo de este indicador en el 2013 respecto a los años anteriores. Para el año 2014 el índice disminuye. En todos los años estudiados se mantiene la característica de un mayor porcentaje de negocios nacientes que de negocios nuevos. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2009-2014

Por otro lado, según el análisis de la información del Directorio de Compañías de la SUPERCIA (2015), aproximadamente un 87% de empresas nacientes registran como actividad económica la de servicios y comercialización de bienes de consumo y un mínimo porcentaje son negocios cuya actividad podría relacionarse con procesos productivos que involucran innovación tecnológica. Un elemento importante dentro del proceso de generación de nuevos emprendimientos es el tipo de motivación, la situación de desarrollo económico determina la necesidad de emprender para salir de una situación emergente. Otro tipo de motivación es visualizar una oportunidad de mejorar el nivel de ingresos o incrementar su independencia, o ambas (Lasio, Caicedo, Ordeñana, & Villa, 2013). En el Ecuador, la motivación de emprender por necesidad evoluciona a partir del 2012, año en el cual alcanzó el 10,4%, en el 2013 subió a 13,2%. Mientras que en el 2014 la motivación para emprender cambió hacia la oportunidad de mejora y mixta, alcanzado un porcentaje de 11,4% y 11,6% respectivamente. No obstante, este cambio de motivación observado, los tipos de emprendimiento mantienen la orientación hacia actividades que generan únicamente autoempleo sin perspectivas de crecimiento a mediano plazo. Para el periodo de análisis, un promedio de 67.5% registran actividad económica orientada hacia los consumidores, que se caracterizan por ventas al detalle y servicios poco especializados.

Del análisis de los datos del Global Entrepreneur Index GEI se destacan dos subíndices importantes a partir de los cuales se podría describir la situación del emprendimiento en el Ecuador, el de Actitudes Emprendedoras y el de Habilidades Emprendedoras. El primero compuesto por cinco pilares que caracterizan la dinámica observada en los diferentes países, percepción de oportunidades, habilidades para iniciar empresas, aceptación del riesgo, networking, apoyo cultural. El segundo, está caracterizado por el emprendimiento por oportunidad, absorción tecnológica, capital humano y competencia. Para el caso ecuatoriano, el subíndice de Actitudes Emprendedoras se ubica en puesto 63 de 130 países con un puntaje de 37.4 (Lasio, Caicedo, Xavier, & Izquierdo, 2014). Este resultado se explica a través del análisis de dos pilares que predominan durante el periodo de estudio. La percepción de oportunidades, que a su vez combina el emprendimiento por oportunidad y el tamaño de mercado. Evalúa la existencia de clientes para nuevos emprendimientos, siendo este uno de los factores donde el país ha tenido el pilar con mayor crecimiento. Las habilidades para iniciar empresas, que combina la percepción de tener habilidades necesarias para emprender y el nivel de educación universitaria de cada país. Para el caso ecuatoriano, el resultado podría explicarse por el incremento en la inversión en educación superior que ha pasado de una

asignación del Producto Interno Bruto del 0.72% en el 2006 al 2.12% en el 2014 (Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, 2014). En suma en la Figura 2 se muestra el comportamiento de los pilares que configuran el subíndice de Actitudes Emprendedoras cuyos valores oscilan entre 0 y 1. La percepción de oportunidades y las habilidades para iniciar empresas son las que mantienen una puntuación con mayor aproximación a 1, tendencia que se mantiene en los tres años analizados. Es decir, la relación que generan estos dos pilares configura la dinámica del comportamiento de las actitudes emprendedoras de los ecuatorianos.

Figura 2: Subíndice de Actitudes Emprendedoras

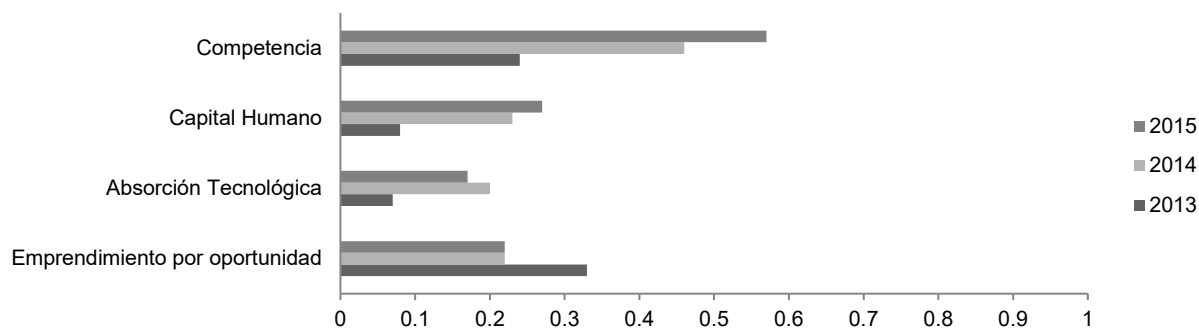


Esta figura muestra la composición de los pilares que integran las Actitudes Emprendedoras en el Ecuador, que tienen un valor que fluctúa entre 0 y 1. Se observa que la Percepción de Oportunidades y las Habilidades para iniciar empresas, son las que mantienen una puntuación con mayor aproximación a 1. Es decir, la relación que generan estos pilares permite evidenciar el comportamiento de las actitudes emprendedoras en los ecuatorianos. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Global Entrepreneur Index Ecuador 2013-2015.

El subíndice de Habilidad Emprendedora, tiene una valoración de 27, ubicándose en el puesto 103 de 130 países (Lasio, Caicedo, Xavier, & Izquierdo, 2014). En la Figura 3 se muestra el comportamiento de los pilares que lo integran. Se observa que mientras en el 2013 se destacan los pilares Emprendimiento por Oportunidad y Competencia, en el 2014 y 2016, es notable el pilar Competencia. Este combina la percepción del emprendedor de tener pocos competidores y el nivel de concentración o dominancia del mercado. Comportamiento que se podría atribuir a la normativa expuesta a través de la Ley de Control del Poder de Mercado a partir del 2014.

El segundo pilar mejor puntuado en estos dos últimos años es el Capital Humano, lo cual coincide con la definición de políticas orientadas a brindar capacitación continua. Sumado a las que procuran el mejoramiento sostenido del sistema educativo en su conjunto (CEAACES, 2016). El emprendimiento por oportunidad combina la motivación por emprender y la libertad económica, la primera variable tuvo un ligero cambio hacia la oportunidad en el año 2013, sin embargo, el nivel no supera el 35%. Además, si se observan los datos de la SUPERCIA, los emprendimientos son de subsistencia y no de innovación. El Subíndice de Aspiraciones Emprendedoras representa uno de los principales desafíos a los que se enfrenta el Ecuador, el valor obtenido fue de 20.1 ubicándolo en el puesto 117 de 130 investigados, (Lasio, Caicedo, Xavier, & Izquierdo, 2014) siendo este el de menor resultado obtenido entre los subíndices. En la Figura 4 se observa los pilares que lo integran, Innovación de Productos, Innovación de Procesos, Alto Crecimiento, Internacionalización y Capital de Riesgo. Se destaca la Innovación de los Productos, la cual combina la declaración de los emprendedores de crear novedad en los productos que realizan y la transferencia de tecnología. Para el análisis este comportamiento es característico en economías de eficiencia, donde se busca replicar productos ya existentes a menor precio y combinarlo con variables de transferencia de tecnología.

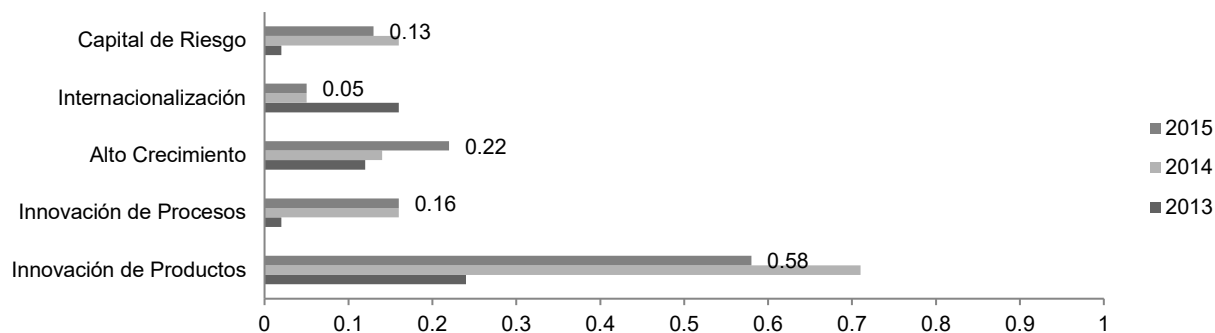
Figura 3: Subíndice Habilidad Emprendedora



Esta figura muestra el comportamiento de los pilares que integran las Habilidades Emprendedoras, los cuales tienen una valoración entre 0 y 1. El pilar Competencia es el que registra la mayor incidencia en este subíndice, así también, se destaca el Capital Humano. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Global Entrepreneur Index Ecuador 2013-2015.

La Innovación de Procesos combina la declaración de los emprendedores sobre el uso de tecnología y el gasto doméstico de I+D. Los resultados de este pilar son menores al 0.2, pero mucho mayores que los observados en el 2013, en donde son casi nulos. Esto podría explicarse debido a que los esfuerzos realizados en inversión de I+D van de la mano con la estrategia a largo plazo de transformar al Ecuador en un país generador de conocimiento y tecnología. La fase inicial contempla el fortalecimiento del sistema educativo, infraestructura investigativa en universidades y sobre todo formación de talento humano. Se espera evidenciar resultados favorables en los próximos años, de tal modo que el desarrollo tecnológico y de investigación impacten significativamente en el sistema productivo y económico del país (SENPLADES, 2013). La internacionalización es un pilar que combina la declaración de la capacidad de exportación y el nivel de internacionalización, este resultado en lugar de tener un mayor crecimiento en los últimos años disminuyó, siendo el peor situado de la región. Constatando con los datos de la SUPERCIA, los emprendimientos y las empresas en Ecuador se enfocan al mercado local. El capital de riesgo por su parte tiene un resultado bajo ya que no existen suficientes fuentes de financiamiento para emprendedores y pocos inversionistas ángeles que apuesten a la generación de emprendimientos competitivos.

Figura 4: Subíndice Aspiraciones Emprendedoras



Esta figura muestra el comportamiento de los pilares que integran las Aspiraciones Emprendedoras, los cuales tienen una valoración entre 0 y 1. La innovación en los productos es la predisposición que tiene el emprendedor de hacer productos novedosos y transferencia tecnológica, en economías de eficiencia se tiende a replicar productos existentes a menor precio, este es el pilar que mayor crecimiento registra en los dos últimos años. El capital de riesgo, el alto crecimiento y la innovación en procesos han evolucionado en menor medida, pero la internacionalización registra un decremento en los dos últimos periodos. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Global Entrepreneur Index Ecuador 2013-2015

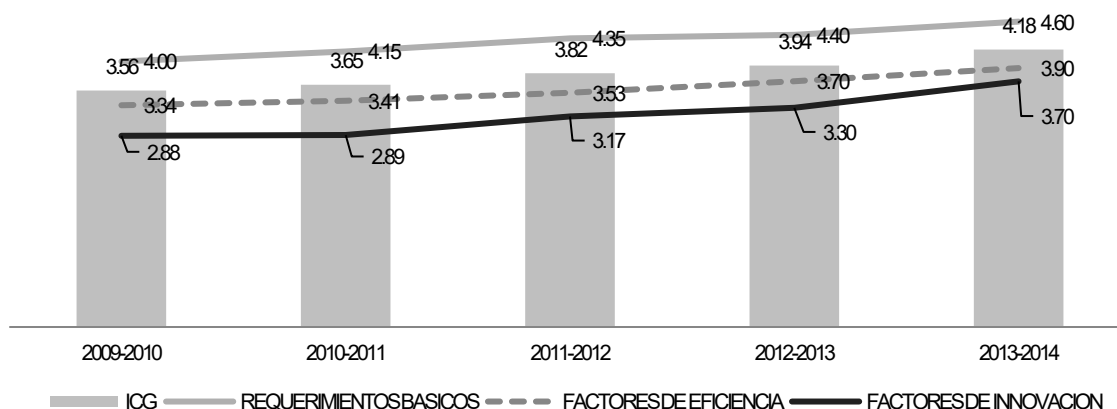
Complementariamente, los indicadores del denominado Doing Business evalúan si el entorno configurado por las políticas públicas favorece la concreción y desarrollo sostenido de los emprendimientos. Según este informe, el Ecuador se ubica en el puesto 115 entre 189 países, resultados que muestran que el entorno es

medianamente favorable (Grupo Banco Mundial, 2015). Lo cual podría explicar este comportamiento y pese a observar una actividad emprendedora creciente en el Ecuador y aun cuando predomine la oportunidad, el nivel de innovación es bajo. En consecuencia, su aporte al crecimiento económico del país es poco representativo (Lara, Maya, & Maldonado, 2015). Por otro lado, Escobar (2014) identificó en su estudio, que el 75, 8% de emprendimientos nacientes o pequeñas empresas deben invertir sus propios recursos en innovación, frente a un mínimo porcentaje que logran apoyo privado o público para financiar sus iniciativas de innovación. Para mejorar el ambiente emprendedor y de innovación, se debería poner énfasis en tres aspectos, regulaciones ágiles y flexibles, financiamiento a emprendimientos nacientes y formación de emprendedores con capacidad de innovación.

Índice de Competitividad Global ICG

Según los resultados obtenidos de los Reportes de Competitividad Global (RCG), durante el período 2009 a 2013, el Ecuador escaló rápidamente 34 posiciones, es así que en el 2009 se ubicó en la posición 105 entre 133 países y para el 2013 se ubicó en la posición 71 entre 148 países. El gran salto en competitividad empezó en el año 2012 cuando el Ecuador saltó de la posición 101 a la 86, es decir, subió 15 posiciones en relación con el año anterior. Este salto se explica en gran medida a la mejora en factores de eficiencia y en factores de innovación (Wong, 2013). En el año 2013 vuelve a dar un salto de otros 15 puestos en el ranking del ICG para ubicarse en el puesto 71. Esta vez, aunque todos los factores y pilares que lo componen se incrementaron el que más se destacó fue el factor de innovación (Aleman, 2014). En la Figura 5 se muestra el aporte de los factores que componen el ICG durante el período 2009 a 2013. Si bien se observa un crecimiento sostenido del ICG en su conjunto, aún el Ecuador no ha pasado de ser considerado un país con una economía basada en factores de eficiencia. Para dar el salto cualitativo y cuantitativo hacia una economía basada en factores de innovación, se requiere proponer estrategias que desde una visión holística consideren los factores y pilares que componen el ICG.

Figura 5: Índice de Competitividad Global ICG Por Factores



En esta figura se observa el comportamiento creciente que en su conjunto ha tenido el ICG, sin embargo al analizar los indicadores que lo componen, el mayor aporte corresponde a los que definen el factor de eficiencia, seguido de los agrupados en el factor de requerimientos básicos y en menor medida los de innovación. Fuente: Elaboración propia con datos de los Reportes de Competitividad Global Ecuador 2009-2014

En el factor de requerimientos básicos, el ICG pasó de 4,0 en 2009 a 4,60 en el 2013 ubicándose en el ranking 62. Pese a que todos los pilares de este factor se incrementaron el que más influyó fue el de Salud y Educación Primaria con 5.90. Según indica el Informe del OEI, el Ecuador y Guatemala se destacaron por haber disminuido notablemente su tasa de analfabetismo en alrededor de un 11,5% y por otra parte, el porcentaje de culminación de la educación primaria supera el 90% (Organización de Estados Iberoamericanos, para la educación, Ciencia y Cultura OEI, 2014). Según Aleman (2014) es necesario una mejora sostenida en este ámbito para lo cual se debería procurar progresos en algunas condiciones

macroeconómicas, especialmente en las políticas relacionadas con la dinamización del sector externo e inversión extranjera. En cuanto al factor de eficiencia, el ICG pasó de 3,34 en el 2009 a 3,90 en el 2014, ubicándose en la posición 81. El pilar fundamental dentro de este factor es el Educación Superior que ha tenido un crecimiento significativo durante este período. Este resultado podría explicarse en la medida en que el gasto en educación como porcentaje del PIB que ha realizado el Ecuador en los últimos años se ha incrementado considerablemente. Siendo inclusive superior al de toda la Región y equiparable a países desarrollados. Dicho gasto se ve reflejado por ejemplo en el número de becas para estudios en el exterior, que en el año 1996 era de apenas 237 pasando a cerca de 14.000 en el 2013 (Guapatín & Schwartz, 2014).

Finalmente, el ICG en cuanto al Factor de Innovación pasó del 2,88 en el 2009 a 3,60 en el 2014, ubicándose en el puesto 63. Los pilares que sostienen este factor son, Sofisticación de los Negocios e Innovación, siendo el primero el que más contribuyó. Este pilar analiza la calidad de las redes de negocios del país, así como las estrategias de las firmas individuales. Respecto a la innovación, cabe mencionar que en el 2011 el gasto total en actividades de ciencia, tecnología e innovación alcanzó los US\$1.210 millones, cifra que representa el 1,58% del PIB. Por otro lado, el 58% de empresas que se auto denominan innovadoras se dedican en su mayoría a actividades de servicios y manufactura. El 36,8% hace innovación en procesos, el 36,2% innova en sus productos, el 21,35% innova en su comercialización, y finalmente el 20,9% utiliza métodos de innovación organizacional (SENESCYT - INEN, 2014).

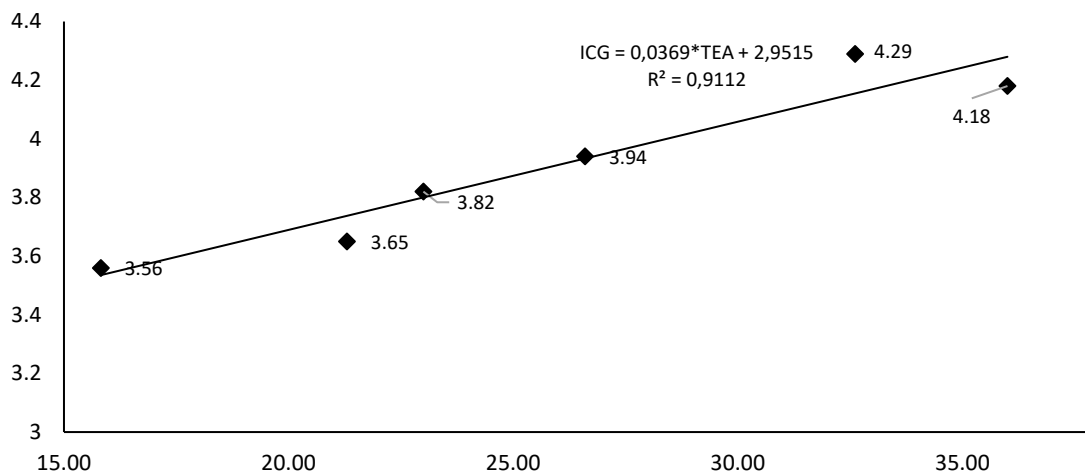
Índice Global Emprendedor (GEI) e Índice de Competitividad Global (ICG)

Los pilares que conforman el subíndice de Aspiraciones Emprendedoras del GEI y tienen una alta relación con el ICG son, la Innovación de productos, innovación de procesos, alto crecimiento, internacionalización y capital de riesgo. Mientras que los que obtuvieron mayor crecimiento en GEI y guardan baja relación con el ICG son, la percepción de oportunidades, la competencia, el potencial del mercado y la Innovación de Producto. Es decir, las acciones que se realicen para mejorar estos pilares tendrán una mayor influencia en el indicador de competitividad, siendo una de las estrategias fundamentales la inversión en Educación Superior, la sofisticación de los mercados e innovación.

Actividad Emprendedora Temprana TEA y Competitividad

Se observa una alta correlación lineal directa (0.95) entre la TEA e ICG, sin embargo, este resultado aparentemente favorable debe ser analizado a profundidad ya que según el reporte GEM del 2015, la TEA es más alta en economías menos competitivas y ubica al Ecuador en este tipo de economías. En Ecuador, si bien la TEA es alta, los negocios que se generan son pequeños, poco innovadores, con orientación al mercado interno y por ende poco competitivos. En la Figura 6 se observa la tendencia de correlación entre las dos variables mencionadas.

Figura 6: Correlación Entre Tasa de Actividad Emprendedora Temprana TEA e Índice de Competitividad Global ICG



En esta figura representa la relación lineal directa entre la Tasa de Emprendimiento Temprana TEA y el Índice de Competitividad Global ICG, donde se refleja una alta correlación con un valor del índice de correlación de Pearson de 0,9. Fuente: Elaboración propia con el uso del SPSS.

En términos generales, los resultados muestran la existencia de relación entre la actividad emprendedora temprana y el índice de competitividad global. Lo cual demanda profundizar el análisis de los factores que componen este índice, para advertir qué aun cuando la tendencia de estos indicadores es creciente, el Ecuador se considera un país de economía emergente que depende de factores de eficiencia. La contribución de esta investigación radica en que el análisis integrado de los indicadores mencionados puso en evidencia la necesidad de reorientar las políticas públicas y privadas hacia una mejora de los factores de innovación. Por considerar que contribuyen a elevar los niveles de competitividad, propiciando la transferencia de tecnología que permita lograr una mayor sofisticación en los negocios.

CONCLUSIONES

En el Ecuador la predisposición por iniciar un nuevo negocio es creciente y si bien en los dos últimos años se observa un cambio hacia una motivación por oportunidad, prevalece la motivación por necesidad. Las iniciativas que surgen no logran consolidarse en nuevas empresas y aquellas que se establecen pertenecen en su mayoría al sector de comercio al detalle y servicios poco especializados, con enfoque a un mercado local. Lo cual sugiere la necesaria formulación de políticas y estrategias que desde una visión holística y de conjunto contemplen al menos tres ejes básicos, regulaciones ágiles y flexibles, financiamiento a emprendimientos nacientes y formación de emprendedores con capacidad de innovación.

Los estudios sobre actividad emprendedora e índice de competitividad global son abordados de manera independiente por diferentes organizaciones, por lo que los datos podrían inducir lecturas parciales. Esta investigación integra en el análisis las dos perspectivas para identificar la correlación entre las variables señaladas. Los resultados mostraron que la dinámica continua en la TEA incide en el mejoramiento sostenido del índice de competitividad global. Pero el análisis detallado de los factores que componen este indicador puso en evidencia que la innovación tecnológica no se ha potenciado. Es aquí en donde aflora la importancia del presente estudio en la medida que moviliza la reflexión hacia la necesidad de reorientar las políticas públicas y privadas, para incrementar la capacidad de innovación de los emprendedores e impulsar emprendimientos con alto valor agregado.

La mayor limitante en el desarrollo de la presente investigación fue la falta de información integrada, producto del escaso trabajo articulado entre los distintos actores públicos y privados en torno a esta temática. Aun cuando a partir del 2013 surgen iniciativas aisladas por conformar un ecosistema de innovación y emprendimiento en el país, recién en el 2016 se coordinan acciones en procura de su afianzamiento. Sin duda esta iniciativa contribuirá a mejorar los niveles de competitividad, por lo que se abre la oportunidad para ampliar la investigación hacia la evaluación de los impactos en el desarrollo económico del país. Es importante que sobre la base del presente estudio se profundice en el análisis de las políticas de apoyo al emprendimiento adoptadas en el marco de la estrategia de largo plazo que propone el Ecuador, para transitar a una economía basada en la generación de conocimiento y desarrollo tecnológico. Así también considerar en futuros estudios los cambios que se vislumbran en los próximos años y que sin duda propiciarán nuevas agendas en los países de la región.

REFERENCIAS

Alemán, F. (2014). *Perspectiva Económica 2014: Un enfoque gerencial*. E+E ESPAÑA Y EMPRESA 2014 | AÑO 4 - N° 1, Guayaquil.

Acz, Z., Autio, E., & Szerb, L. (2015). *Global Entrepreneurship Index*. The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington D.C.

Asamblea Nacional. (23 de Diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*, Registro Oficial N.351. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>

Baumol, W. (1990). *Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive*. *Jornal of political Economy*, p. 893-921.

Banco Interamericano de Desarrollo (2015). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Retraído 20 de abril 2015, de Banco Interamericano de Desarrollo: Web site: www.iadb.org/pub

Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (2010). Registro Oficial República del Ecuador N.351. Quito, Ecuador, Diciembre, p.7

Contín, I., Larraza, M., & Mas, I. (2009). *Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos*. *Revista de Empresa*, 10-19. Recuperado el 2016, de www.revistadeempresa.com

Duarte, S. (2013). *Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay*. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 8(23), 67-87.

Escobar, A. (2014). *El uso de las TICs en las PYMES ecuatorianas*. Quito: PUCE Ecuador.

García, A., Déniz, M., & Deybbi, C. (2015). *Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo*. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieep>

GEM. (2005). *Informe Ejecutivo GEM 2005 Centro de Entrepreneurship IAE - [Global Entrepreneurship Monitor]*. Escuela de Dirección y Negocios - Universidad Austral. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/document.asp?id=448>

Guapatín, C., Schwartz, L. (2014). Análisis del Sistema Nacional de Innovación, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington D.C.

Grupo Banco Mundial (2015). Doing Business, Obtenido 15 Junio 2015, Banco Mundial Web site: www.espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/ecuador/#starting-a-business

Instituto Nacional de Estadística y Censos - Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo,(2013). Encuesta Nacional de Actividades de Ciencia Tecnología e Innovación 2013, SENESCYT, Ecuador.

Lara, G., Maya, M., & Maldonado, B. (2015). Relación entre la actividad emprendedora, desempleo y crecimiento económico en Ecuador. CLADEA.

Larroulet y Ramírez, C. M. (2008). Emprendimiento: factor clave para la nueva etapa de Chile. En P. C. Durán (Ed.), Emprendimiento e Innovación en Chile, Una Tarea Pendiente. Santiago de Chile, Chile: Universidad del Desarrollo. Obtenido de <http://www.cepchile.cl>

Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Villa, R. (2013). Global Entrepreneurship Monitor. Guayaquil, Ecuador: ESPAE ESPOL.

Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2014). Global Entrepreneurship Monitor. Guayaquil, Ecuador: ESPAE ESPOL.

Matiz, F. (2006). Emprendimiento como un pilar para la competitividad de las naciones. Revista EAN(57), 119-129.

Maya, A., Lara, G., & Maldonado, B. (2015). Influencia de las políticas y programas de fomento a la actividad emprendedora en el Ecuador. En R. Giordano, IX Workshop de la Red EmprendeSUR (págs. 871 - 888). Mar del Plata: Universidad FASTA.

Mora, R. (2013). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. Revista Escuela en Administración de Negocios(71), 70-83.

Neira, I., Potela, M., Cancelo, M., & Calvo, N. (2013). Social and human capital as determining factors of entrepreneurship in the Spanish Regions. Investigaciones regionales, 26, 115 - 139. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/259192825>

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación (OEI), (2014), Miradas sobre la Educación Superior en Iberoamérica, Liagrafic S.L., Madrid.

Ortega, D., & Kamiya, M. (2013). Políticas para el emprendimiento, el empleo y la competitividad. Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva.

Pezzini, M. (2015). Start - Up América Latina: Construyendo un futuro innovador. Monterrey: OECD Development Centre Studies.

Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. Harvard business review, 68(2), 73 - 93.

Reynolds, P., Hay, M., & Camp, R. (1999). Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report. London: London Business School, Babson College.

Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (2014). Obtenido 30 de Diciembre 2014. de Educación Superior del Ecuador Web site: www.educacionsuperior.gob.ec/logros-2014-la-base-que-sostendra-el-proyecto-de-innovacion-social-en-2015/

Shane, S., Locke, E., & Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.

SUPERCIAS. (2015). Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Obtenido 4 de junio. de Portal de información/ Directorio de Compañías:
http://appsevs.supercias.gob.ec/portalInformacion/sector_societario.zul

Timmons, J. (1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Chicago: Irwin.

Utami, R. M., & Lantu, D. C. (2014). Development Competitiveness Model for SmallMedium Enterprises among the Creative Industry in Bandung. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 305 - 323.

Wong, S.(2013). Perspectivas sobre el Gran Salto en Competitividad, E+E ESPAÑA Y EMPRESA 2014 | AÑO 3 - Nº 1, Guayaquil.

World Economic Forum. (2014). *Global Competitiveness Report*. p. 4

BIOGRAFÍA

Betzabé de Rosario Maldonado Mera es Magíster en Gestión de Organizaciones, Docente Investigadora de la Universidad de las Fuerzas Armadas – Ecuador. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas, Av. General Rumiñahui, Sangolquí, Ecuador. Correo electrónico brmaldonado@espe.edu.ec

Giovanna Josefina Lara Burbano es Magíster en Gestión de la Calidad y Productividad. Docente Investigadora de la Universidad de las Fuerzas Armadas – Ecuador. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas, Av. General Rumiñahui, Sangolquí, Ecuador., Correo electrónico: gjlara@espe.edu.ec

Azucena Maribel Maya Carrillo es Magíster en Negocios y Administración (MBA). Docente Investigadora de la Universidad de las Fuerzas Armadas – Ecuador. Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas, Av. General Rumiñahui, Sangolquí, Ecuador. Correo electrónico: ammaya@espe.edu.ec

MOTIVACIÓN INTERNA DE LOS EMPRENDEDORES EN EL PROCESO DE INCUBACIÓN EMPRESARIAL

Susana Margarita Ibars Hernández, Instituto Tecnológico de Veracruz
Elsa Elena Corona Mayoral, Instituto Tecnológico de Veracruz
Perfecto Gabriel Trujillo Castro, Instituto Tecnológico de Veracruz
Adalberto Torreblanca Zorrilla, Instituto Tecnológico de Veracruz
Blanca Esthela Zazueta Villavicencio, Instituto Tecnológico de Agua Prieta

RESUMEN

En este artículo investigamos si la motivación de origen causal percibido interno, tiene incidencia en la permanencia en el proceso de incubación empresarial de los emprendedores en el Instituto Tecnológico de Veracruz (ITV). La población está constituida por los Emprendedores que han participado en el proceso de incubación de empresas, en el periodo 2006-2015. La recolección de los datos se hizo a través de un cuestionario cuyas preguntas fueron elaboradas a fin de conocer la variable motivación (de origen causal percibido interno) representada en dos categorías: Motivación interna (pasión) y Motivación externa de causa percibida interna (compromiso). Los resultados muestran que, existe una correlación baja entre la motivación interna de los Emprendedores hacia la permanencia en el proceso de incubación en las fases de pre incubación e incubación y existe una correlación moderada en la fase de post incubación. Además, los Emprendedores que terminaron el proceso de incubación tienden a tener mayor pasión por su proyecto que compromiso personal al mismo. Se concluye que el Emprendedor no muestra una motivación interna representativa hacia el proceso de incubación, solo se limita a cumplir con el mismo, de ahí que este estudio nos sugiere agilizar el proceso de incubación en el ITV. Se recomienda otro estudio para conocer los requerimientos específicos del Emprendedor.

PALABRAS CLAVE: Pyme, Emprendedor, Espíritu Emprendedor, Incubación, Motivación

ENTREPRENEUR'S INTRINSIC MOTIVATION IN THE BUSINESS INCUBATION PROCESS

ABSTRACT

This article investigates whether the motivation of perceived internal causal origin impacts performance in the process of business incubation of entrepreneurs at the Technological Institute of Veracruz (ITV). The population is entrepreneurs who have participated in the process of incubation of businesses, for the period 2006-2015. Data collection was done through a questionnaire whose questions were created to identify how the variable motivation (perceived internal causal origin) is represented in two categories: internal motivation (passion) and external motivation of internal perceived cause (commitment). The results show a low correlation between motivation for internal incubation and hatching of the entrepreneurs to stay in the process of incubation in the phases of pre, and moderate post incubation phases. In addition, entrepreneurs who ended the incubation process tended to have a greater passion for their project. We conclude that entrepreneurs do not show a representative internal motivation towards the incubation process. They only comply with it. This study suggests expediting the process of incubation in the ITV.

JEL: J23, L26, M130, M150

KEYWORDS: SMEs, Entrepreneur, Entrepreneurship, Incubator, Motivation

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, “Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MI Pymes) constituyen más del 90% del tejido empresarial en la mayoría de los países del mundo. En México, las MI Pymes aportan alrededor del 34.7% de la Producción Bruta Total y generan 73% de los empleos, lo que significa más de 19.6 millones de puestos laborales”. Por otra parte, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), en su publicación en el año 2003, titulada Mercado Laboral de Profesionistas en México. Escenarios y prospectiva 2000-2006-2010, ya había reportado la tendencia prospectiva de la sobre oferta de profesionistas en nuestro país, en relación con las oportunidades de empleo profesional para la primera década del siglo XXI. En estudios realizados por la Dirección General de Educación Superior Tecnológica (DGEST) se detectaron problemas de empleabilidad en los nuevos profesionistas y una mínima iniciativa para emprender un negocio; en promedio solo 2.5% de ellos había iniciado un negocio propio.

Es así como surge la iniciativa en el Tecnológico Nacional de México (TNM) primeramente de ofrecer a los estudiantes y egresados del Sistema Nacional de Educación Tecnológica, la alternativa de incubar sus ideas de negocios y de prototipos tecnológicos y, posteriormente, de consolidar los proyectos empresariales viables que estén vinculados a las necesidades del mercado y de motivar a los estudiantes a la generación de sus propios empleos. En el Instituto Tecnológico de Veracruz, se incubaron durante 2006 y 2007, 20 proyectos de los cuales permanecen 6, es decir una tasa de supervivencia del 30%; en total hasta el 2015 se incubaron 50 proyectos con una tasa deserción del 54%. Es este contexto lo que proporciona la relevancia de conocer las causas de deserción desde la perspectiva de la motivación interna de los emprendedores en el proceso de incubación de sus proyectos, proceso que incrementa la probabilidad de permanencia de la empresa ya que tiene como propósito determinar la factibilidad de la idea de negocio y en caso de pedir un préstamo, respaldarlo con el plan de negocio. El propósito de presente trabajo es conocer si la motivación de origen causal percibido interno denominadas: Pasión y Compromiso, tiene incidencia en la permanencia en el proceso de incubación empresarial de los emprendedores.

REVISIÓN LITERARIA

Motivación

La motivación produce, he aquí la importancia de la misma y el porqué de su estudio. Las personas pueden estar motivadas debido a que ellas valoran una actividad o debido a que hay una fuerte coerción externa (Deci, 2000). Gusto-compromiso & miedo. De acuerdo la teoría de la Motivación Humana los factores que originan la motivación son de índole endógeno y exógeno (Quevedo, Izar & Romo, 2010); es decir que se origina en virtud de causas internas del individuo o de manera externa a éste. Las personas que tienen una motivación auténtica tienen más interés y confianza y muestran más emoción, comparadas con aquellas cuya motivación es únicamente controlada para una acción; esto se refleja en un incremento en su creatividad, su desempeño y persistencia. (Deci & Ryan, 1991; Sheldon, Ryan, Rawsthorne, & Ilardi, 1997) como en una elevación de la vitalidad (Nix, Ryan, Manly, & Deci, 1999), la autoestima (Deci & Ryan, 1995), y el bienestar general (Ryan, Deci, & Grolnick, 1995). Ryan y Deci, en la “Teoría de la autodeterminación y la Facilitación de la Motivación Intrínseca, el Desarrollo Social y el Bienestar” se refieren a básicamente dos tipos de motivación: intrínseca y extrínseca. En la primera

“la novedad y el desafío, la tendencia inherente a buscar, a extender y ejercitar las propias capacidades, a explorar, y a aprender son las que prevalecen. El constructo de la motivación intrínseca describe esta inclinación natural hacia la asimilación, el alcanzar dominio, el interés espontáneo, y la exploración que son tan esenciales para el desarrollo cognitivo y social que

representan una fuente principal de disfrute y vitalidad a través de toda la vida” (Csikszentmihalyi & Rathunde, 1993; Ryan, 1995) (citado por Ryan, Deci, 2000).

En la segunda, la motivación extrínseca, la que se refiere al desempeño de una actividad a fin de obtener algún resultado separable de la misma, Ryan y Deci la subdividen de acuerdo a como son reguladas, así se tienen aquellas:

Reguladas externamente: Al ejecutar una conducta de este tipo, los individuos la asumen como controlada y buscan la satisfacción de una demanda externa o la obtención de una recompensa que pudieran o no obtener. De regulación introyectada. Cuando se introduce dentro de uno la regulación, pero no se acepta como algo de uno mismo.

A través de la identificación: Esta modalidad supone el otorgamiento - en forma consciente - de un valor a una meta conductual; al hacerlo así, dicha acción se acepta o se apropia al mismo tiempo que se convierte en algo importante para el individuo.

Regulación integrada. “La integración ocurre cuando las regulaciones de identificación son totalmente asimiladas por el yo, lo cual significa que ellas han sido evaluadas e introducidas dentro de la congruencia con los otros valores y necesidades de uno.” (citado por Ryan, Deci, 2000).

En las 2 últimas la motivación extrínseca se vincula a una aceptación personal y a un sentimiento de elección en menor o mayor medida (obligación autoimpuesta). Marulanda, Montoya & Vélez (2014) concluyen en su estudio denominado “Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento” que, si bien influyen los incentivos externos, la creación de empresas está mayormente determinado por la percepción del individuo hacia su interior como a la viabilidad externa.

Emprendedores

El diccionario de la Real Academia define la palabra emprendedor como un adjetivo y significa “Que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”. De acuerdo con el modelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), (Naranjo y Campos, 2011) “la actividad emprendedora es un proceso que da inicio desde el momento en que los emprendedores potenciales —aquellos con las habilidades, capacidades y motivación para serlo— llevan a cabo acciones para poner en marcha un negocio. Durante los primeros tres meses de realizar dichas actividades son considerados como emprendedores nacientes; posteriormente y hasta los 3.5 años de creada, la empresa se considera como nueva, después de lo cual se cataloga como un negocio establecido”. Por otra parte, Naranjo y Campos comentan que son los jóvenes los que más participan en la actividad emprendedora teniéndose que el 6.3% de los jóvenes entre 18 y 24 años son dueños de una empresa nueva y el 62% de las empresas de actividad temprana son de personas entre 25 y 44 años.

Centro de Incubación Empresarial

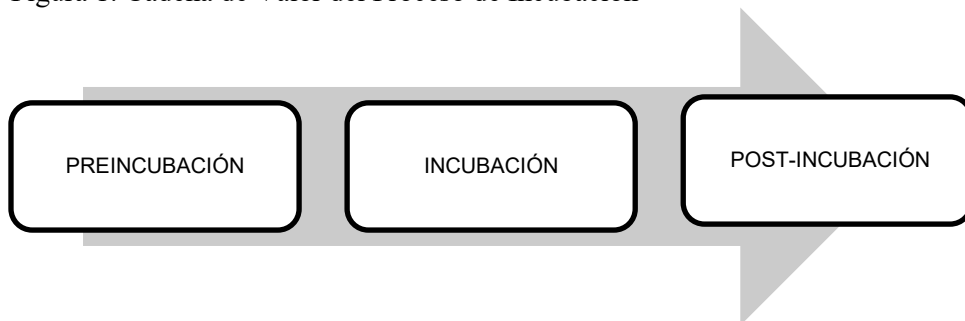
La creación de la incubadora del Instituto tecnológico de Veracruz en el año 2006 fue resultado de la propuesta de Secretaría de Economía y del Instituto Politécnico Nacional para transferir el modelo de Incubación de empresas de base tecnológica. La capacitación se llevó a partir de agosto 2005 en las instalaciones del ITV y concluyeron en diciembre del mismo año. Durante 2006 se incubaron 20 empresas con el Modelo del IPN, apoyadas por 12 consultores con amplia experiencia en el aspecto empresarial. Se logró la adecuación de las instalaciones de la incubadora, así como el equipamiento de la misma. El 17 de noviembre de 2006 a través del oficio CIEB/662/2006 se entrega la conclusión satisfactoria de la transferencia del modelo a “Centro de Incubación de empresas de base tecnológica”, incubadora de empresas del Instituto Tecnológico de Veracruz, en el Estado de Veracruz, con Folio FP 2006-351. El

Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Instituto Tecnológico de Veracruz (CIIE.IT.Veracruz) obtuvo el reconocimiento of. No.210.2012.0661 con fecha 14 de agosto del 2012, como una incubadora de Tecnología Intermedia, que opera desde su creación, en 2006, en: Miguel Ángel de Quevedo 2779, Colonia Formando Hogar, Veracruz, Ver. CP 91897 Objetivo General del CIIE.IT.Veracruz es “Propiciar la creación de empresas y la generación de más y mejores empleos contribuyendo al desarrollo tecnológico, a la innovación y a la generación de valor agregado en bienes y servicios”.

Proceso de Incubación Empresarial de los CIIE’S.

El “Modelo de Incubación de Empresas del Tecnológico Nacional de México” (MIde del TNM), es operado por el Centros de Incubación e innovación Empresarial del Instituto Tecnológico de Veracruz (CIIE.IT.Veracruz) el cual tiene como objetivo principal promover la creación de empresas que generen fuente de empleos para detonar la economía local, regional y nacional. Se incluye una fase previa llamada Modelo Talento emprendedor, la cual, debe realizarse durante 8 semanas dando como resultado el modelo de negocios. Esta etapa, que se considera intrínseca al modelo, tiene como objetivos principales desarrollar la creatividad y la cultura empresarial entre las comunidades de jóvenes estudiantes; requisitos indispensables para hacer evolucionar una empresa. También se considera necesaria para asegurar un flujo de proyectos de empresas a las incubadoras. La cadena de valor del proceso de incubación está constituida por tres etapas: preincubación, incubación y post-incubación.

Figura 1: Cadena de Valor del Proceso de Incubación



Preincubación: (Selección de idea de negocio). En la primera etapa del “MIde del TNM” tiene como objetivo identificar y evaluar tanto el perfil del emprendedor, como el potencial que tiene su idea de negocio para transformarse en una empresa con alto potencial de permanencia en el mercado por la propuesta de valor de sus productos y/o servicios; Lo anterior se hace a través de una evaluación interna conformada por los consultores del CIIE y una evaluación externa conformada por empresarios locales que fungan como aliados estratégicos en la validación de las ideas de negocio. Esta etapa dura 15 días hábiles y el producto es el emprendedor aceptado como incubando.

Incubación: Es la segunda etapa del “MIde del TNM”; tiene como objetivo fortalecer las competencias empresariales del incubando a través de actividades de tutoría, capacitación y consultoría enmarcadas dentro de tres procedimientos. De esta forma se espera que el incubando sea capaz de diseñar un modelo de negocio sustentable con la asesoría de consultores expertos en diversas áreas importantes para toda empresa tales como: mercadotecnia, diseño gráfico, tecnologías de la información, producción, organización, finanzas y marcos fiscal y legal. Esta etapa dura 3 meses y el producto es el plan de negocio de la empresa. La etapa de incubación termina formalmente con la graduación de la empresa.

Post-incubación: Es la tercera etapa del “MIde del TNM”; su objetivo es lograr la formación de una empresa que muestre su crecimiento a través de las ventas. Está constituida por actividades variadas, enfocadas al seguimiento de la empresa recién graduada que la evaluarán con base en diversos indicadores

de desempeño tanto operativos como de ventas y capacidad generadora y de conservación de empleos. La etapa de posincubación llega a su fin cuando se declara a la empresa incubada como un Caso de Éxito del MIDE del TNM, lo cual ocurre en seis meses.

METODOLOGÍA

Para esta investigación se hizo un estudio con un diseño correlacional (Buendía, Colás y Hernández, 1997) donde no se manipularon las variables ni el contexto real de investigación. No se consideró significativo el sexo del emprendedor (Kirdwood, 2003). Se tomó en consideración como variable independiente la *motivación* (de origen causal percibido interno): operacionalizada como las actitudes hacia la creación de un proyecto de negocio y como variable dependiente la *permanencia en el proceso de incubación*. Se determinó la relación entre la motivación y la permanencia en el proceso de incubación. Se parte de la concepción general de que mientras más alta es la motivación (de origen causal percibido interno) hacia la creación de un proyecto de negocio más alta será la probabilidad de que termine el proceso de incubación. Se busca responder a las preguntas de investigación: ¿Existe una relación entre las actitudes motivacionales de los emprendedores hacia su proyecto y su permanencia en el proceso de incubación? ¿Cuáles son las actitudes motivacionales hacia su proyecto más comunes reportadas por los emprendedores?

Sujetos del estudio: La población está constituida por los emprendedores (N= 50) que han participado en el proceso de incubación de empresas del Instituto Tecnológico de Veracruz, en el periodo 2006-2015. Las preguntas fueron aplicadas el primer semestre del 2015 vía telefónica (5%) y de manera presencial (95%), respondiendo el 100% de los emprendedores encuestados. El proceso de incubación tiene una duración máxima de 6 meses.

Instrumento

La recolección de los datos se hizo a través de un cuestionario validado por expertos. Se les pidió a los participantes reportar su componente motivacional hacia la apertura de un negocio. Las preguntas fueron elaboradas a fin de conocer la variable *motivación* (de origen causal percibido interno) representada en dos categorías: Motivación interna (pasión) y Motivación externa de causa percibida interna (compromiso). La Tabla 1 muestra las preguntas aplicadas a los emprendedores por categoría.

Tabla 1: Preguntas Aplicadas a los Emprendedores por Categoría

Categorías	Preguntas Aplicadas
Actitudes representadas por la pasión del Emprendedor	1. El negocio representa <i>el proyecto de mi vida</i> 2. Estoy dispuesto a invertir mis bienes para el logro de mi proyecto 3. Si el proyecto ofrece menor ingreso que otra alternativa. ¿De todos modos lo llevo a cabo? 4. El proyecto lo realizo porque <i>me hace sentir bien</i> .
Actitudes representadas por compromiso del Emprendedor	5. El proyecto lo considero un deber o un compromiso personal

Esta tabla muestra las preguntas que se aplicaron a los 50 emprendedores que participaron en el proceso de incubación en el Instituto Tecnológico de Veracruz en el periodo 2006-2015. Estas preguntas fueron categorizadas de acuerdo a las actitudes representadas por: pasión y compromiso. Fuente: Elaboración propia

Estas preguntas midieron la variable en escala de Likert. La escala usada fue del 1 al 4, en donde:

- 1 = totalmente en desacuerdo
- 2 = en desacuerdo
- 3 = de acuerdo
- 4 = totalmente de acuerdo

Con el fin de obtener el grado de permanencia en el proceso de incubación, se hace una investigación en los registros del Centro de Incubación para conocer la fase en que abandonaron el proceso de incubación, si es que lo hicieron. Para determinar su validez, el cuestionario fue revisado bajo la modalidad de juicio de expertos (una psicóloga y una pedagoga) con el objeto de determinar la pertinencia del contenido de los ítems. Según los especialistas, existe concordancia en la validez de los mismos.

RESULTADOS

Se clasificaron los Emprendedores de acuerdo a la etapa del proceso de incubación al que llegaron, estableciéndose así tres grupos: Pre incubación, Incubación y Pos incubación. Para determinar la relación entre la variable independiente – *motivación* de origen causal percibido como interno – y la variable dependiente – la *permanencia en el proceso de incubación*, es así como se calcula la media de los puntajes por cada pregunta del cuestionario por emprendedor. Para calcular los puntajes de la variable dependiente se identifican las actividades clave por fase del proceso de incubación, otorgándose a la primera fase un valor de 30 puntos, a la segunda fase 60 puntos y a la tercera fase 10 puntos. La Tabla 2 muestra los puntajes otorgados por actividad por fase del proceso de incubación.

Tabla 2: Escala de Puntos Otorgados Por Fase del Proceso de Incubación

Fase: Pre-Incubación		Fase. Incubación		Fase. Post-Incubación		Total, de puntos asignados al proceso
Actividades clave	puntos	Actividades clave	puntos	Actividades clave	Puntos	
Registro	5	Estudio de Mercado	10	Puesta en marcha	5	
Evaluación interna	10	Estudio técnico	10	Seguimiento	5	
Evaluación externa	15	E. Económico-financiero	20			
		Plan de Negocios	10			
		Graduación	10			
Puntos Totales	30	Puntos Totales	60	Puntos Totales	10	100

Esta tabla muestra los puntajes otorgados a cada una de las actividades clave que conforman las fases del proceso de incubación del Tecnológico Nacional de México, relacionadas con la variable dependiente: permanencia en el proceso de incubación, a fin de correlacionarlas posteriormente con la variable independiente: motivación. Fuente: Elaboración propia

Para responder a la primera pregunta de investigación: ¿Existe una relación entre las actitudes motivacionales de los emprendedores hacia su proyecto y su permanencia en el proceso de incubación? Se calculó el coeficiente de correlación de Pearson (r) entre estas dos variables para cada uno de los grupos de Emprendedores. La Tabla 3 muestra los resultados del coeficiente de correlación de Pearson entre la motivación y la fase del proceso de incubación.

Tabla 3: Correlación R de Pearson Entre las Variables de Motivación y Permanencia en el Proceso de Incubación

Escala Cualitativa	Número de Casos	R de Pearson
Pre-incubación 0-30	14	0.268
Incubación 31-90	18	0.237
Post-incubación 91-100	18	0.415

En esta tabla se muestra el número de casos de emprendedores que terminaron cada una de las fases del proceso de incubación en el Instituto Tecnológico de Veracruz, así como el coeficiente de correlación de Pearson calculado entre las variables de motivación, de origen causal percibido como interno y permanencia en el proceso de incubación de acuerdo a la fase correspondiente. Fuente: Elaboración propia

Como referencia para el análisis de estas correlaciones, se siguió el criterio de Davis (1971). La Tabla 4 – contiene el criterio establecido por Davis para la relación entre dos variables dicotómicas. Según este criterio, existe una correlación baja entre la motivación interna de los Emprendedores hacia la permanencia en el proceso de incubación en las fases de pre incubación e incubación y existe una correlación moderada en la fase de post incubación (r= 0.415). Aun cuando los Emprendedores que llegaron a la fase de post

incubación presentan una motivación moderada no cumplen con el puntaje requerido por el centro de incubación para concluir su proceso.

Tabla 4: Magnitud de Relación de la Correlación de Pearson

R	ADJETIVO
0.70-0.99	Muy alta
0.50-0.69	Sustancial
0.30-0.49	Moderada
0.10-0.29	Baja
0.01-0.09	Inexistente

Esta Tabla muestra las interpretaciones sugeridas por Davis de las medidas de asociación entre dos variables dicotómicas. Entendiéndose como variable dicotómica aquella que solo puede tomar dos valores. En donde R es el intervalo de magnitud de relación de la correlación de Pearson al cual se le asignó un adjetivo que define a dicho intervalo. Fuente: Davis, 1971

Con respecto a la segunda pregunta de investigación: ¿Cuáles son las actitudes motivacionales hacia su proyecto más comunes reportadas por los emprendedores? Se calculó la media y la desviación típica de los 5 ítems seleccionados para esta variable dividida en las sub escalas: pasión y compromiso. En la Tabla 5 se muestra que los emprendedores que terminaron el proceso de incubación tienden a tener mayor pasión por su proyecto (Media = 3.2) que compromiso personal al mismo (Media 2.68).

Tabla 5: Media y Desviación Típica Para la Sub Escala de la Variable *Motivación*.

Actitudes Motivacionales Hacia la Permanencia en el Proceso de Incubación	Media Típica	Desviación Típica	N
Pasión por el proyecto	3.20	0.989	50
Compromiso por el proyecto	2.68	1.04	50

En esta tabla se muestra que los emprendedores que terminaron el proceso de incubación en el Instituto Tecnológico de Veracruz tienden a tener mayor pasión por su proyecto (media 3.20) que compromiso personal al mismo (media 2.68). También se muestra la desviación típica por actitud motivacional. Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los ítems correspondientes a las dos sub escalas por separado, tenemos para la sub escala pasión, el resultado de la media más alta está relacionada con la pregunta: “El proyecto lo realizo porque me hace sentir bien”. Este resultado muestra que, el que el proyecto los haga sentir bien representa la primera razón de permanencia en el proceso de incubación. La Tabla 6 muestra las medias típicas, así como las desviaciones típicas de las actitudes analizadas en el cuestionario.

Tabla 6: Media y Desviación Típica de Actitudes Manifestadas por la Pasión del Emprendedor.

Actitudes	Media Típica	Desviación Típica	N
El negocio representa el proyecto de mi vida	3.02	0.992	50
Estoy dispuesto a invertir mis bienes para el logro de mi proyecto	3.08	0.995	50
Si el proyecto ofrece menor ingreso que otra alternativa. ¿De todos modos lo llevo a cabo?	3.34	0.976	50
El proyecto lo realizo porque me hace sentir bien.	3.36	0.993	50
Global	3.20	0.989	50

Tabla que muestra la media típica y la desviación típica de las actitudes expresadas por los emprendedores incubados en el Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Instituto Tecnológico de Veracruz para la variable motivación en su categoría: motivación interna (pasión). Así se tiene que, por ejemplo: “El proyecto lo realizo porque me hace sentir bien” es la actitud con una media mayor por lo que representa la primera razón de permanencia en el proceso de incubación. La columna N representa el número de encuestas realizadas. Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la segunda sub escala, la media de 2.68 de la pregunta «¿El proyecto lo consideró un deber o un compromiso personal?» es menor que cualquiera de las medias de las preguntas de la primera sub escala lo que muestra que el compromiso personal tiene bajo impacto sobre la permanencia en el proceso de incubación. La Tabla 7 muestra la media típica, así como las desviaciones típicas de las actitudes manifestadas por el compromiso del emprendedor.

Tabla 7: Media y Desviación Típica de Actitudes Manifestadas por el Compromiso del Emprendedor

Actitudes	Media Típica	Desviación Típica	N
El proyecto lo considero un deber o un compromiso personal	2.68	1.040624773	50

Tabla que muestra la media típica y la desviación típica de las actitudes expresadas por los emprendedores incubados en el Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Instituto Tecnológico de Veracruz para la variable motivación en su categoría: motivación externa de causa percibida interna (compromiso). Así se tiene que, por ejemplo: ¿El proyecto lo consideró un deber o un compromiso personal? es menor que cualquiera de las medias de las preguntas de la tabla 6, lo que muestra que el compromiso personal tiene bajo impacto sobre la permanencia en el proceso de incubación. Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Los resultados de este estudio señalan que existe una correlación baja entre la motivación interna de los Emprendedores incubados en el Instituto Tecnológico de Veracruz hacia la permanencia en el proceso de incubación en las fases de pre incubación e incubación y existe una correlación moderada en la fase de post incubación ($r= 0.42$). En cuanto a las actitudes más comunes del emprendedor hacia su proyecto se tuvo que: los emprendedores que terminaron el proceso de incubación tienden a tener mayor pasión por su proyecto (Media = 3.2) que compromiso personal al mismo (Media 2.68). De alguna forma esto corrobora los resultados obtenidos por Headd (2003) que indica que las tasas de supervivencia de negocio creadas por emprendedores por razones personales son mayores que los iniciados por otras razones; así como los resultados obtenidos por Simón et al. (2012), que dice que el riesgo de cerrar es superior entre los empresarios por necesidad que por oportunidad (entre 1.5 y 1.8 veces). De ahí que este estudio nos sugiere agilizar el proceso de incubación en el Instituto Tecnológico de Veracruz ya que el Emprendedor no muestra interés en el mismo aun cuando sienta pasión por su proyecto, solo se limita a cumplir con el proceso como requisito para la obtención de financiamiento. Se sugiere otro estudio para conocer los requerimientos específicos del Emprendedor.

Limitaciones

Dentro de las limitaciones están el número reducido de empresas incubadas que fueron analizadas, aunque si bien es verdad que fueron el 100% del total de ellas, los que obliga a tener cautela en los resultados obtenidos.

REFERENCIA

- Buendía L., Colás P., y Hernández F. (1998). Métodos de investigación en psicopedagogía. Madrid: McGraw-Hill.
- Csikszentmihalyi, M., & Rathunde, K. (1993). The measurement of flow in everyday life: Toward a theory of emergent motivation. In J. E. Jacobs (Ed.), *Developmental perspectives on motivation* (pp. 57-97). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Davis, J.A. (1971). *Elementary survey analysis*. Englewood, New Jersey: Prentice-Hall.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation: Vol. 38. Perspectives on motivation* (pp. 237-288). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1995). Human autonomy: The basis for true self-esteem. In M. Demis (Ed.), *Efficacy, agency, and self-esteem* (pp. 31-49). New York: Plenum.

Headd, B. (2003). Redefining Business Success: Distinguishing Between Closure and Failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61

Kirkwood J. (2003) The motivation of entrepreneurs, ICSB 48° World Conference, Belfast, North Ireland, 15-18 June

Marulanda, A., Montoya, I. & Vélez, J. (2014) Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento (p 232). *Revista: Pensamiento y gestión* No. 36

Naranjo, E. y Campos, M. (2011) Monitor Global de la Actividad Emprendedora. (p. 8) GEM y Tecnológico de Monterrey, México

Nix, G., Ryan, R. M., Manly, J. B., & Deci, E. L. (1999). Revitalization through self-regulation: The effects of autonomous and controlled motivation on happiness and vitality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 266-284.

Plan nacional de desarrollo 2013-2018.

Quevedo, L. M., Izar, J. M. & Romo, L. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18 (46), 57-63

Ryan, R. M., Deci, E. L. (2000). La Teoría de la Autodeterminación y la Facilitación de la Motivación Intrínseca, el Desarrollo Social, y el Bienestar. *American Psychologist*, 55, 68-78.

Ryan, R. M., Deci, E. L., & Grolnick, W. S. (1995). Autonomy, relatedness, and the self: heir relation to development and psychopathology. In D. Cicchetti & D. J. Cohen (Eds.), *Developmental psychopathology: Theeo' and methods* (pp. 618-655). New York: Wiley.

Sheldon, K. M., Ryan, R. M., Rawsthorne, L., & Ilardi, B. (1997). Trait self and true self: Cross-role variation in the Big Five traits and its relations with authenticity and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1380-1393.

Simón, V. Revuelto, L. & Medina, A., (2012) The influence of education, experience, and entrepreneurial motivation on the survival of start-up companies. *estud.gerenc.* [online]. 2012, vol.28, n.spe, pp.237-262. ISSN 0123-5923

Tecnológico Nacional de México (2009) Manual del modelo de incubación de empresas MIDE_SNET

Tecnológico Nacional de México (2014) Manual del Modelo Talento Emprendedor

RECONOCIMIENTO

Los autores agradecen la información proporcionada por los emprendedores para contestar el cuestionario. Asimismo, agradecen los comentarios de los árbitros y editores del IBFR. Los cuales contribuyeron a mejorar la calidad de la información.

BIOGRAFÍA

Susana Margarita Ibars Hernández: Es Doctora en Educación por la Universidad la Salle de Costa Rica, profesora del área de Ingeniería industrial en el Instituto Tecnológico de Veracruz (ITV), con Maestría en

Administración de la universidad Cristóbal Colon de Veracruz, consultora certificada por CONOCER, directora de incubadora de empresas ITV. Se puede contactar en el Instituto Tecnológico de Veracruz, Calz. Miguel Ángel de Quevedo 2779, Veracruz, México. Correo electrónico susanaibars@yahoo.com

Elsa Elena Corona Mayoral: Es Doctora en educación por la Universidad la Salle de Costa Rica, con Maestría en Desarrollo Regional, profesora del área de Ingeniería industrial en el Instituto Tecnológico de Veracruz (ITV), consultora, coordinadora de la incubadora de empresas del ITV. Se puede contactar en el Instituto Tecnológico de Veracruz, Calz. Miguel Ángel de Quevedo 2779, Veracruz, México. Correo electrónico elsaelenacorona@hotmail.com

Perfecto Gabriel Trujillo Castro: es Doctor en Ciencias jurídicas, administrativas y de la educación. profesor del área económico-administrativa en el ITV, Maestría en Administración de la universidad Cristóbal Colon de Veracruz, Consultor de la incubadora de empresas del Instituto Tecnológico de Veracruz. Se puede contactar en el Instituto Tecnológico de Veracruz, Calz. Miguel Ángel de Quevedo 2779, Veracruz, México. Correo electrónico tecnito2009@prodigy.net.mx

Adalberto Torreblanca Zorrilla: Ingeniero Industrial por el Instituto Tecnológico de Veracruz profesor tiempo completo de la carrera de Ingeniería Industrial del ITV, Jefe de Depto. de Desarrollo Académico, representante de Dirección en los Sistemas de Gestión (Calidad y Ambiental), auditor en sistemas de gestión de calidad y ambiental. Se puede contactar en el Instituto Tecnológico de Veracruz, Calz. Miguel Ángel de Quevedo 2779, Veracruz, México. Correo electrónico torreblancaz@hotmail.com

Blanca Esthela Zazueta Villavicencio: Maestra en Ciencias del comercio exterior por el I.T. Cd. Juárez, profesora del área económico-administrativa en el Instituto Tecnológico de Agua Prieta (ITAP), consultora, directora de incubadora de empresas ITAP, integrante del cuerpo académico en formación denominado Desarrollo y Gestión Empresarial en el ITAP. Se puede contactar en el Instituto Tecnológico de Agua Prieta, Sonora carretera a Janos y Av. Tecnológico, Sonora, México. Correo electrónico bzazueta23@hotmail.com

PROCESO DE VALORACIÓN DE RIESGOS PARA RANCHOS MARINOS DE ENGORDA DE ATÚN ALETA AZUL: EVIDENCIA DE BAJA CALIFORNIA

José de Jesús Moreno Neri, Universidad Autónoma de Baja California
María del Mar Obregón Angulo, Universidad Autónoma de Baja California
Santiago Alejandro Arellano Zepeda, Universidad Autónoma de Baja California

RESUMEN

El propósito de este estudio es la identificación y análisis de los riesgos relevantes para lograr los objetivos en los ranchos marinos dedicados a la engorda de atún aleta azul ubicados en el estado de Baja California, además es un mecanismo base que determina la forma en que tales riesgos deben ser manejados. Este tipo de empresas enfrenta una serie de riesgos que ponen en peligro su permanencia y con ello la pérdida de beneficios económicos y la generación de empleos para la región, por esa razón estos deben mitigarse a través de medidas eficaces y oportunas. El estudio consiste en información directa obtenida de estas empresas con relación a los riesgos existentes. Los resultados señalan la relevancia de la valoración de riesgos y el beneficio de determinarlos de manera oportuna para evitar que estas amenazas se concreten e impidan el cumplimiento de sus objetivos.

PALABRAS CLAVE: Riesgos, Objetivos, Ranchos Marinos

VALUATION OF RISKS PROCESSES FOR MARINE RANCHES OF FATTENING BLUEFIN TUNA: EVIDENCE FROM BAJA CALIFORNIA

ABSTRACT

The purposes of this research is to identify and analyze relevant risks to accomplish the marine farm's goals concerned with blue fin tuna fattening located in the State of Baja California, it also determines the way in which such risks should be handled. This kind of enterprises face risks that endanger their permanence and with it the loss of economic benefits and the production of new employments in the region. For this reason, the enterprises should mitigate effective and appropriate measurements. This research focuses on direct information obtained through the enterprises based on the risks in existence. The results express the risk relevance, assessment and the benefit to determine them sufficiently soon to avoid menaces and the breach of objectives.

JEL: A10, M11, M42

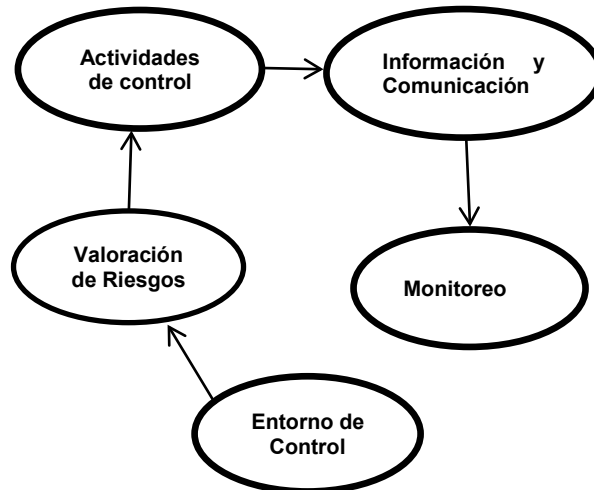
KEYWORDS: Risks, Objectives, Marine Ranches

INTRODUCCIÓN

El control interno, es una herramienta administrativa que surgió por la necesidad de suprimir de manera importante la multitud de riesgos a que están expuestas las organizaciones. Conforme se da un aumento en la producción, los empresarios se ven imposibilitados para atender personalmente sus negocios ocasionando con ello la delegación de autoridad y esto hace necesario la creación de

sistemas y procedimientos para prevenir o disminuir fraudes y errores, haciéndose sentir la necesidad de contar con controles internos en la gestión de los mismos. La situación actual de las empresas con respecto a sus controles internos es de preocupación para sus directivos, ya sea en menor o mayor grado, desde diferentes puntos de vista y por esta misma razón se plantea una perspectiva de los componentes del control interno (Figura No.1), y específicamente refiriéndose al segundo que es “Valoración de riesgos”, el cual identifica y analiza los riesgos relevantes para la entidad, y la información que se obtenga sirva de base para determinar la forma de cómo estos riesgos deben ser tratados, principalmente a través de la aplicación de actividades de control.

Figura 1: Componentes del Control Interno



Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), indica cinco componentes para la mejora del control interno en las organizaciones y este trabajo hace hincapié en la Valoración de Riesgos (Elaboración Propia. En base a Libro: Guía para el uso de las Normas Internacionales de Auditoría en Auditorías de Pequeñas y Medianas Empresas, IMCP, 2012.

La necesidad de aplicar procedimientos de control interno, no es ajeno para las empresas dedicadas a la acuicultura y esta es el único y verdadero modelo sostenible, debido a su tasa de crecimiento en comparación con otras especies, los peces marinos son el futuro de la acuicultura. Y en el puerto de Ensenada, Baja California se realiza el engrasamiento de atún aleta azul, actividad que es posible debido a las características especiales que tiene el puerto. El cultivo de atún aleta azul, es en la actualidad el resurgimiento de la actividad pesquera para el puerto de Ensenada, después de la crisis de este sector por los embargos atuneros que los Estados Unidos impusieron a México en 1980 y 1990. En los años ochenta se contaba con tecnología de punta para la pesca del atún y en Ensenada se ubicaba la mayor flota pesquera de México, la cual debido a estas dificultades emigró a los puertos de Mazatlán, Sinaloa y Manzanillo, Colima, quedando muy reducida la actividad pesquera (Solana-Sansores, Rafael, Dicante, Irma, & Arredondo-Uribe, Lourdes P., 2009). El investigador y catedrático pesquero Jorge Flores Olivares (2009), coincide que los ranchos originalmente se establecieron y diseñaron para cultivar atún aleta azul, aprovechando las bondades del puerto de Ensenada, es una zona bañada por la corriente fría de California y la especie se desarrolla en zonas frías y no cálidas como las aguas de Sinaloa.

Flores Olivares indica que una parte muy importante en el desarrollo del cultivo de atún aleta azul es el alimento, el cual se hace principalmente con sardina Monterrey y la zona de Baja California tiene un potencial elevado de biomasa. La zona de los cultivos se ubica en las costas del Océano Pacífico en las Bahías de Salsipuedes, Todos Santos y El Playón, que se encuentran ubicadas en el municipio de Ensenada, Baja California a 70, 120 y 125 kilómetros de la frontera con Estados Unidos respectivamente. Las oficinas administrativas y de apoyo de estas empresas se encuentran en El Sauzal de Rodríguez

delegación del mismo municipio de Ensenada. En el Océano Pacífico de Baja California se ubicaron 12 empresas de las cuales sólo 2 se encuentran activas, todas en Ensenada, (Tabla 1). Estas empresas se encuentran establecidas en Punta Banda, Salsipuedes y Puerto Escondido donde se estabilizan y alimentan con sardina y macarela, hasta alcanzar el peso. Se cosecha para su exportación a Japón, Corea y China en un 90%, con la visión de comercializarlo en Europa (Del Moral-Simanek, Raúl Jesús, & Vaca-Rodríguez, Juan Guillermo, 2009).

Tabla 1: Concesiones Actuales Autorizadas Para la Cría de Atún Aleta Azul en el Pacífico Mexicano

No	Compañía	Localización	Inversión	Condición
1	Acuicultura de Baja California, S. A. de C. V.	Bahía de Salsipuedes	Japonés	Activa
2	Administradora Pesquera del Noroeste, S. A, de C. V.	Punta Banda	Mexicana	Revocada
3	Baja Aqua Farms, SA de CV	Punta Banda y Bahía de Salsipuedes	USA	Activa
4	Bajamachi, SA de CV	Isla Todos Santos	Islandés / USA/México.	Inactiva
5	Darcuicola, SA de CV	Bahía de Salsipuedes	Japonés	Revocada
6	Intermarketing de México, SA de CV	Bahía de Salsipuedes	Japonés	Revocada
7	Maricultura del Norte, SRL de CV	Puerto Escondido	Japonés/México	Inactiva
8	Mexican Bluefin, SA de CV	Bahía de Salsipuedes	Islandés	Inactiva
9	Operadora Pesquera de Oriente, SACV	Bahía de Salsipuedes	Japonés	Revocada
10	Rancho Marino Guadalupe, SA de CV	Bahía de Salsipuedes e Isla de Cedros	Islandés	Inactiva
11	Tunamax, SA de CV	Bahía Soledad	Japonés	Inactiva
12	Servax Bleu, S. de R. L. de CV	Puerto Escondido	Japonés	Activa

Esta tabla muestra las empresas con concesión para el cultivo de atún aleta azul, así como su lugar de ubicación, origen de su inversión y condición actual. De estas solo 2 se encuentran activas, como lo son: Baja Aqua Farms y Servax Bleu. Elaboración propia. Fuente: Del Moral, 2009 y Pedersen, 2010.

Su actividad es criar organismos silvestres que se capturan en el medio ambiente natural por un periodo aproximado a los cinco meses, y se engordan en corrales flotantes, figura 2, anclados en áreas marinas que se solicitan en concesión, de acuerdo a lo establecido el artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, debido a que estos se ubican en la zona marina perteneciente al mar territorial propiedad de la nación y es la federación a quién corresponde el otorgamiento de permisos para instalación y operación (Mexican Bue Fin, 2005).

El objetivo del estudio es: Identificar, analizar y valorar los riesgos internos y externos que enfrentan los ranchos marinos para la engorda de atún aleta azul, en un nivel de riesgo aceptable y con ello propiciar el logro de los objetivos en este tipo de empresas. Los objetivos específicos, para verificar de qué manera las empresas estudiadas identifican y valoran los riesgos relacionados con los mismos, Indagar la forma en que estas identifican los riesgos para lograr sus objetivos y que su análisis sea base para determinar cómo deben ser administrados y analizar si en la valorización de sus riesgos consideran el potencial por el fraude. Este estudio servirá para identificar y valorar los riesgos, contribuyendo en la mejora de los procesos productivos, una vez que los riesgos son valorados se está en posibilidad de determinar las actividades de control para su manejo, apoyando con ello el logro de los objetivos y metas de estas empresas. Como tal, este estudio determina como beneficiarios a los clientes, accionistas y directivos de las mismas logrando con ello un buen producto que compita en los mercados internacionales En cuanto a su trascendencia, este estudio se realiza con el sector acuícola de Baja California, el cual es una fuente relevante para su economía, generando recursos importantes y fuentes de trabajo, por ello se pretende la mejora de los procesos productivos a través de la valoración de los riesgos de estas empresas, buscando el cumplimiento de los objetivos para que estas sean sólidas y se fortalezca su permanencia.

Figura 2: Corrales Flotantes Anclados en Áreas Marinas



Corrales flotantes anclados en Puerto Escondido, en la Península de Todos Santos al Sur de Ensenada, generalmente se busca lugares donde se les proteja de fenómenos naturales. Fuente: Propia

La forma en la que se organiza este estudio es la siguiente: en la sección de revisión literaria se conforma por el marco teórico, donde se habla de los antecedentes de estudios y la fundamentación legal; después en la metodología se señalan los métodos y técnicas utilizados en el trabajo, así como el tipo de estudio y la recolección de la información tanto primaria como secundaria; más adelante se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del componente de control interno valoración de riesgo y finalmente, se plantean las conclusiones en función de los resultados obtenidos.

REVISIÓN LITERARIA

El control interno es la solución de la Dirección para aminorar los factores que se identifican como riesgos, y es por esa razón su relevancia para la empresa moderna y para los profesionales encargados de implantarlo. Por ello una vez que se fijan los objetivos, se está en posibilidad de identificar y valorar hechos potenciales que implican alcanzarlos (IMCP, 2012). La valoración de los riesgos es un procedimiento constante que apoya a una entidad a prevenir sucesos negativos y de esta forma considerar una serie de resultados para medir una posición y las magnitudes de un sistema. Sin embargo, pareciera que las organizaciones se han constituido más por hacer y con base en la experiencia, que por estudios de planes de negocios y diseño organizacional. Esto ocasiona que los sistemas de control interno no respondan a las necesidades organizacionales (Viloria, 2005).

El riesgo se define como “la combinación de probabilidad de un suceso y de su consecuencia” (González, 2015), constituyéndose precisamente el riesgo en función de su posibilidad y su efecto en la incertidumbre sobre los objetivos, considerándose a este como una desviación en lo que se espera obtener. Las empresas de cualquier tamaño enfrentan diversos riesgos, que pueden ser internos y externos y por tanto son estas quienes deben asumírselos. El Informe COSO II señala que la valoración de riesgos involucra un proceso dinámico e interactivo para identificar y analizar riesgos que afectan el logro de objetivos de la entidad, dando la base para determinar cómo los riesgos deben ser administrados, toda vez que para su desarrollo es necesario asumir riesgos prudentes, la dirección debe identificar y analizar los riesgos, cuantificarlos y prever las probabilidades de que ocurran así como las posibles consecuencias

(Diz & Serrantes, 2015). PricewaterhouseCoopers hace el señalamiento referente a la importancia de COSO II en cuanto a la preocupación por evaluar y mejorar el proceso de administración de los riesgos (Bertoni, E., Polesello, M., Sánchez, M. y Troila, J., 2014).

“Actualmente, con el aceleramiento del ritmo de cambio, la mayoría de las organizaciones adoptan este nuevo enfoque que les permite mejorar sus prácticas de control interno o decidir encaminarse hacia un proceso más completo de gestión de riesgo. De esta forma mejoran su capacidad de aprovechar oportunidades, evitar riesgos y manejar la incertidumbre, creando valor a sus distintos “grupos de interés”.

Por otra parte, los océanos son fuente de recursos suficientes para alimentar a la población mundial, y el crecimiento de esta ha incrementado la demanda de tal forma que rebasa de manera importante lo que se obtiene de los mares. En la acuicultura, se tiene el complemento para cubrir de gran forma la demanda mundial, a través del cultivo de diferentes especies acuáticas, avalando la seguridad alimentaria mundial, generando empleos y divisas, ya que es la industria alimentaria que ha tenido una tasa de crecimiento del 11 %, la mayor en los últimos 10 años (Avilés-Quevedo, S., & Vázquez-Hurtado, M. 2006) La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en su libro denominado “El estado mundial de la pesca y acuicultura 2016” (LA, C. A., & LA, A. Y., 2016 p. 3), indica la relevancia de la acuicultura para la alimentación a nivel mundial:

“Ante la estabilidad de la producción de la pesca de captura desde finales de la década de 1980, la acuicultura ha sido la desencadenante del impresionante crecimiento del suministro de pescado para el consumo humano (Tabla 2). Si bien la acuicultura proporcionó solo el 7 % del pescado para consumo humano en 1974, este porcentaje aumentó al 26 % en 1994 y al 39 % en 2004. China ha desempeñado una importante función en este crecimiento, ya que representa más del 60 % de la producción acuícola mundial. Sin embargo, el resto del mundo (a excepción de China) también se ha visto beneficiado al haberse duplicado con creces su proporción de acuicultura en el suministro general de pescado para consumo humano desde 1995”.

Tabla No. 2: Producción Mundial de la Pesca de Captura y la Acuicultura 1950-2014

Año	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2014
Pesca	19,232	34,740	63,854	68,451	85,999	94,738	93,942	94,630
Acuicultura	639	2,029	3,526	7,348	16,840	41,725	97,129	101,090

Esta tabla muestra el crecimiento de la acuicultura a partir de la década de los noventa con un 26% y para el 2004 ya se tenía un 39%, representando un complemento importante para el consumo humano. Fuente: FAO, 2016. (Producción pesquera mundial por captura y acuicultura 1950-2014 p. 25).

Según estudios realizados por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) indican que la oferta mundial per cápita de pescado alcanzó un margen de 20 kg en 2014, y esto debido a un fuerte crecimiento de la acuicultura, que actualmente proporciona la mitad de todo el pescado destinado al consumo humano, y a una ligera mejora de la situación de determinadas poblaciones de peces como consecuencia de una mejor ordenación pesquera. El pescado sigue siendo uno de los productos alimenticios más comercializados del mundo y más de la mitad del valor de las exportaciones pesqueras procede de países en desarrollo. En la tabla No. 3 se indica los cinco países productores y principales grupos de especies cultivadas a nivel mundial, estos son; China, Indonesia, India, Viet Nam y Filipinas, la producción de estos, representa un 82.9% (LA, C. A., & LA, A. Y., 2016 pp. 2 y 29).

Tabla 3: Cinco Productores y Principales Grupos de Especies Cultivadas en 2014 (en Miles de Toneladas)

País	Peces de Escama							
	Acuicultura Continental	Acuicultura Marina/Costera	Acuicultura Continental	Acuicultura Marina/Costera	Otros Animales Acuáticos	Total de Peces	Plantas Acuáticas	Producción Acuícola Total
China	26,030	1,190	13,419	3,994	840	45,471	13,326	58,797
Indonesia	2,858	782	44	614		4,298	10,077	14,375
India	4,391	90	14	386		4,881	3	4,884
Viet Nam	2,478	209	199	506	5	3,397	14	3,411
Filipinas	299	373	41	75		788	1,550	2,338
Subtotal de los 5 productores	36,056	2,644	13,717	5,575	845	58,835	24,970	83,805
	83%	42%	85%	81%	94%	80%	91%	83%
Mundo	43,559	6,303	16,113	6,915	894	73,784	27,307	101,091

Esta tabla muestra los cinco países, que son productores principales del Sector Acuícola, vemos que todos son asiáticos, es una tabla de elaboración propia, en base a información que proporciona la: (LA, C. A., & LA, A. Y., 2016 p. 29). en: <http://www.fao.org/3/a-i5555s.pdf>. Donde se presentan los 20 países principales del Sector Acuícola.

La acuicultura en México creció 32.2 por ciento al pasar de 245,760 toneladas en 2013 a 325,000 en 2014, principalmente en especies como mojarra, trucha, ostión, carpa y camarón, según datos proporcionados por el Consejo Técnico de la Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca (CONAPESCA, 2015). En la República Mexicana el engrasamiento de atún aleta azul inició en 1994 con la emisión de la primera Concesión Acuícola Comercial para la engorda de esta especie en las inmediaciones de la Isla de Cedros, B.C., empleando jaulas flotantes. Fue en el año de 2003, cuando se encontraban en operación cinco empresas y otras seis obtenían su concesión. La producción anual de atún aleta azul en 2009, reportó una producción anual de 2,640.21 toneladas y para el 2010 esta se redujo a 1,918 toneladas, en ambos años operaron seis títulos de Concesión Acuícola comercial de cuatro instalaciones marinas o ranchos atuneros. El atún aleta azul engordado en jaulas de Baja California es destinado principalmente al mercado japonés de sashimi (DOF, 2012). El desarrollo de la acuicultura ha tenido beneficios importantes para la economía de Ensenada, ya que es una fuente importante para la obtención de divisas y generación de empleos. Como se observa en la tabla número 4, el valor de la producción acuícola del atún aleta azul en 2015 importó \$ 618.6 millones de pesos, cercano a los 32 millones de dólares (SIPESCA/CONAPESCA, 2016).

Tabla 4: Producción Acuícola de Baja California en 2015

Producción de Especies en Acuicultura	Volumen en Toneladas	Valor en Pesos (Miles de Pesos)
Abulón	20	\$3'826
Almeja	12	\$652
Atún aleta amarilla	1	\$53
Atún aleta azul	7,250	\$618'644
Camarón	289	\$16'299
Corvina	106	\$7'325
Lobina	17	\$2'394
Ostión	2,661	\$38'052
Ostras	319	\$11'665
Sargazo	20	51
Totales	10,695	\$698'961

La tabla muestra la producción acuícola obtenida en el ejercicio 2015, en el Estado de Baja California, resaltando de forma importante la producción de atún aleta azul. Fuente: SIPESCA/CONAPESCA, 2016.

Esta información indica las necesidades que tienen este tipo de empresas de contar con sistemas y procedimientos de control, donde este trabajo aporta grandes beneficios al realizar una valoración de sus riesgos y determinar que herramientas de control interno son las que específicamente requieren para cumplir con sus objetivos y metas, dado que esta actividad atraviesa por un auge económico importante en la entidad generando una derrama económica de 74 millones de dólares anuales y 250 empleos directos

(Del moral y Vaca, 2009), por ser una de los mejores pescados en el planeta, por ello es necesario mantenerlas operando eficientemente para lograr su permanencia.

METODOLOGÍA

Esta investigación responde a un diseño descriptivo de carácter cualitativo, en el cual se obtiene información de dos empresas ubicadas en el Municipio de Ensenada, también se emplea la consulta de casos documentados en bibliografía especializada sobre el tema, donde se analizan los elementos considerados información relevante para la valoración de los riesgos necesarios para lograr los objetivos propuestos en los ranchos marinos dedicados al engrasamiento de atún aleta azul. El estudio analógico se sustentó en información indirecta, obtenida de referencias bibliográficas y electrónicas: lectura y análisis de la información que se genera en relación al tema, identificar la base de datos de las granjas atuneras localizadas en el estado para seleccionar las más confiables y que se pueda obtener información más completa de la valoración de los riesgos para determinar las herramientas de control interno aplicadas para el logro de sus objetivos.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la aplicación del método descriptivo consistente en; análisis de fuentes importantes de expertos relacionados con el tema y la aplicación de encuestas en base a los elementos del componente de control interno “Valoración de riesgos”, son las que a continuación se describen: a).- especificación de objetivos con suficiencia para reconocer y valorar los riesgos, b).- identificación de los riesgos para lograr sus objetivos y c).- consideración del potencial de fraude. Para la “especificación de objetivos con suficiencia para el reconocimiento y valoración de riesgos”, se hace necesario conocer el objetivo de cada una de las empresas estudiadas, porque se requiere valorizar sus riesgos y para ello se tiene que tener plenamente identificado su propósito, (Tabla 5). Identifica fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para determinar si la organización está expuesta a riesgos generados por ella misma o provenientes del entorno (Quijano, 2005).

Tabla 5: Objetivos de las Empresas Que Operan Ranchos Marinos Para Engorda de Atún Aleta Azul

Baja Aqua Farms, S. A. De C. V.	Servax Bleu, S. De R. L.
Objetivo principal: Explotar, procesar y comercializar productos pesqueros y acuícolas, con el fin de satisfacer la demanda de clientes extranjeros a través del cultivo de tunidos y proporcionarle un valor agregado para incrementar su precio de venta y su comercialización en los mercados de Japón y Estados Unidos.	Objetivo principal: engordar atún aleta azul en jaulas flotantes circulares y venderlo al mercado Japonés.

Esta tabla señala los objetivos principales de las dos empresas que se encuentran activas y que operan en el Estado de Baja California. Elaboración propia. Fuente Baja Aqua Farms y Servax Bleu en 2016.

La engorda de atún aleta azul, es una actividad que se perfila con un gran potencial de crecimiento y contribuye a la seguridad alimentaria y al desarrollo económico de la región, aun así tienen grandes desafíos para su desarrollo. Un análisis FODA a este tipo de empresas, (Tabla 6) muestra de manera puntual la situación actual de estas (Meza, 2015). De esta forma se identifica si los riesgos son propios o los genera el entorno.

Tabla 6: Análisis FODA a Ranchos Marinos Para Engorda de Atún Aleta Azul

Fortalezas	Debilidades
Producto de calidad en los mercados internacionales. Tecnología de punta en el proceso de captura, engorda, cosecha y comercialización del atún aleta azul. Condiciones naturales y climáticas adecuadas para el cultivo del atún aleta azul. Personal comprometido con su actividad (buzos vaqueros). Elevada proyección internacional del producto (Generación de valor de estas empresas). Centros de Investigación y desarrollo especializados y gran capacidad de investigación. Interés en elevar el consumo “per cápita” del producto por la técnica de cultivo.	Mortandad del 20% Políticas administrativas insuficientes Reducido número de centros de engorda de atún. Controles internos bajos, vulnerables al fraude. Escasa interacción del sector en sectores similares en otros países. Matriz de capacidades deficiente No hay descripción de puestos
Oportunidades	Amenazas
Sector emergente y de futuro con capacidad de crecimiento. Nuevas tecnologías a desarrollar y capacidad de investigación disponible. Excelentes perspectivas de crecimiento de la producción. Mercados emergentes para el atún aleta azul cultivado. Acuicultura sostenible y/o ecológica. Mejor medio ambiente. Oportunidades de financiamiento y en investigación y desarrollo. Creciente importancia de los valores nutricionales de los alimentos. Demanda mundial de los productos. Potencial crecimiento del sector con actividades gastronómicas y de turismo.	Escases de sardina para alimentarlos, provoca su exportación y con ello posibles enfermedades. Procesos administrativos lentos para la puesta en marcha de actividades de investigación y desarrollo. Competencia desleal de los productos importados desde países terceros. Lobos marinos que rompen las redes y mordisquean el producto, haciéndolo perder su valor. Crecientes requisitos medio ambientales, limitados a captura de 3000 toneladas anuales. Posible impacto de cambio climático. Riesgos sanitarios, aparición de fenómenos y plagas que afectan a las especies.

En esta tabla se muestra una descripción de la Fortalezas y Debilidades, así como las Oportunidades y Amenazas que se identificaron en los ranchos marinos para engorda de atún aleta azul. Elaboración propia en base a información obtenida de Baja Aqua Farms y Servax Bleu en 2016.

En la “identificación de los riesgos para lograr sus objetivos”, se puntualizan los riesgos probables que están y los que no están bajo control de la organización, así como su orden de importancia y principales causas, para ello se relacionan los principales riesgos que se tienen identificados en las granjas marinas para engorda de atún aleta azul que se ubican en las bahías de Ensenada, Baja California (Tabla 7).

Tabla 7: Identificación de Riesgos en Ranchos Marinos Para Engorda de Atún Aleta Azul

Orden de Importancia	Riesgo Identificado	Causa
1º.	Escasez de ejemplares del tamaño requerido en los últimos dos años.	Producción reducida, las jaulas de 10 al 30% de su capacidad.
2º.	Limitación de captura de juveniles a 3000 toneladas, Comisión Interamericana de Atún Tropical (CIAT), para la recuperación de la especie.	Esto provoca que esta industria no desarrolle su capacidad instalada.
3º.	Sobre explotación de la sardina, alimento básico para la manutención de los atunes.	Importación de sardina con el riesgo de importar enfermedades tanto al producto en cultivo como a los peces que rondan por las jaulas.
4º.	Riesgos sanitarios, aparición de fenómenos y plagas que afectan a las especies.	Grado de mortandad del 20%, considerado alto.
5º.	Controles internos bajos.	Vulnerable a fraudes, robos y malversaciones.
6º.	Políticas administrativas insuficientes.	No operan con base a normas y esto afecta sus procesos y estructura.
7º.	No se tiene descripción de puestos.	No se definen las actividades para cada puesto afectando su estructura.
8º.	Matriz de capacidades se encuentra en forma deficiente.	No se determinan correctamente las competencias para cada puesto
9º.	Procesos administrativos lentos para la puesta en marcha de actividades de investigación y desarrollo.	Es baja la inversión en investigación y desarrollo sustentable.
10º.	Roedores que rompen las redes y mordisquean el producto, (Lobos marinos).	Se pierde el valor de producto afectado.
11º.	Impacto de cambio climático (Mar de fondo).	El fuerte oleaje genera microorganismos que asfixian a las especies.

En esta tabla se identifican los principales riesgos identificados en los ranchos marinos para engorda de atún aleta azul que se ubican en el Estado de Baja California. Elaboración propia. Fuente; Información proporcionada por las empresas Baja Aqua Farms y Servax Bleu en 2016.

Para “considerar el potencial de fraude”, se determina los procesos más riesgosos y los que pueden tener un mayor efecto sobre la gestión de la organización y de esta manera establecer los lineamientos o directrices institucionales para tomar decisiones para el cumplimiento de los objetivos y metas (Tabla 8).

Tabla 8: Riesgos Con Mayor Efecto Sobre La Gestión de la Organización.

Nivel de Riesgo	Riesgo Con Mayor Efecto Sobre la Gestión
Alto	Control interno bajo, se debe fortalecer para contar con un sistema de información financiera confiable y salvaguardar los bienes contra fraudes, robos y malversaciones.
Alto	Políticas administrativas insuficientes. Se requiere normar las actividades a través de criterios que orienten las acciones realizadas.
Alto	No se cuenta con descripción de puestos. Es necesario definir las actividades que debe realizar cada puesto y no caer en situaciones de confusión en cuando a lo que le corresponde realizar a cada persona.
Medio	Matriz de capacidades se encuentra en forma deficiente. La determinación de las competencias necesarias para cada puesto es un complemento de la descripción de puestos, necesario para definir a la persona ideal para cada puesto.

En esta tabla se identifican los riesgos con potencial de fraude reconocidos en los ranchos marinos para engorda de atún aleta azul que se ubican en el Estado de Baja California, de menor a mayor grado de afectación. Elaboración propia. Fuente: Información proporcionada por las empresas Baja Aqua Farms y Servax Bleu en 2016.

CONCLUSIONES

Al realizar un análisis detallado de los riesgos de estas empresas, fue posible identificarlos y valorarlos con un nivel aceptable, y de esta manera contar con información para determinar cómo deben ser administrados a través de definir las actividades de control para mitigarlos, con el fin de lograr sus objetivos propuestos. El estudio realizado se sustentó en información indirecta, obtenida de referencias bibliográficas y electrónicas relacionadas con el tema, con esto se identificó una base de datos de las granjas atuneras localizadas en el estado seleccionando las más confiables, además se utilizó el método descriptivo para obtener información de las dos empresas con concesión y que se encuentran activas, así como datos importantes de expertos que proporcionaron información para identificar y valorar los riesgos que amenazan a estas empresas. Se consideró llevar el estudio con la aplicación de encuestas considerando los elementos del componente de control interno “Valoración de riesgos”, de tal forma que se realizó la especificación de objetivos con suficiencia para reconocer y valorar los riesgos, así como identificar los riesgos para lograr sus objetivos y considerar el potencial de fraude.

En lo que se refiere a “especificación de objetivos con suficiencia para el reconocimiento y valoración de riesgos”, este tipo de empresas tienen bien definidos sus objetivos y en cuanto al análisis de Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), se tienen identificados los riesgos generados por ella, así como los que provienen del entorno. De estos se observa que, varios de ellos se refieren a aspectos administrativos y principalmente a deficiencias en el Control Interno. Por otra parte se tienen riesgos generados en el entorno que tienen gran relevancia y por ello deben considerarlos en sus planes. De la identificación de los riesgos para lograr sus objetivos se tienen definidos de acuerdo a su importancia y vemos que el principal es, la escasez de especies juveniles y que en virtud de esto, la Comisión Interamericana de Atún Tropical ha sugerido reducciones en su captura que provoca que las jaulas estén ocupadas hasta en un 30%, provocando con ello que esta industria no se desarrolle completamente, así como también se tiene que la manutención de la especie se vea amenazada por la sobre explotación de la sardina y que esta tenga que ser obtenida de países lejanos teniéndose el riesgo de que se importen enfermedades tanto al producto en cultivo como a los peces que rondan las jaulas.

A nuestro juicio vemos que este tipo de empresas deben invertir en investigación, sobre todo para resolver el problema de escasez de atún juvenil y realizar intentos por tener una especie sustentable, toda vez que

se nos mencionó que es complicado debido a que el atún necesita la vida libre en el mar para su crecimiento, por otro lado tenemos que el Instituto de Investigaciones Oceanológicas de la Universidad Autónoma de Baja California ha desarrollado un alimento balanceado para la manutención de los cultivos, solo que los productores prefieren que sea a base de sardina o macarela para que no pierda su calidad y competitividad en los mercados.

Respecto a considerar el potencial de fraude, se tiene que este tipo de empresas mantienen procedimientos de control interno bajos y con ello se vuelven más vulnerables a fraudes, robos y malversaciones, por ello se recomienda fortalecer estos procedimientos para la salvaguarda de los bienes y contar con sistema de información financiera veraz y confiable para tomar decisiones más acertadas. También se observa que no hay descripción de puestos, por esto se hace necesario que se ponga atención a este elemento por parte de las dos empresas, ya que se maneja mejor el personal al señalarle de manera formal las actividades que va a desarrollar, de la matriz de capacidades al igual requiere su atención de manera que definan sus estándares de competencia y las capacidades que requiere el personal para cumplirlos.

También se recomienda vigilar los porcentajes de mortandad en los tunidos, ya que se tienen en porcentajes altos, para ello se sugiere realizar monitoreos frecuentes, documentar cualquier síntoma y aplicar medidas inmediatas, ya que en algunas ocasiones se les presentan problemas serios que provocan una mortandad importante, por ello se hace necesario la aplicación de medidas correspondientes Control Interno que son indispensables. Las limitaciones para la realización de esta investigación, se dieron por la existencia de solo dos empresas activas de 12 que operan ranchos marinos, en virtud de que a más empresas mayor información, toda vez que la obtención de datos ha sido complicada, porque la información administrativa es confidencial y sabemos que parte de ella no fue proporcionada. Además, por las altas mareas que ocasiona el fenómeno “mar de fondo” provocó daños importantes a estas y debido a ello los directivos limitaron acercamientos a las mismas, lo cual dificultó nuestras visitas por mar a los ranchos de cultivo, complicando los trabajos de campo. Las futuras investigaciones tenderán a cubrir cada uno de los componentes del control interno que se aprecian en la figura 1 de este trabajo, por ello las próximas estudios estarán dirigidos principalmente a completar el ciclo de estos componentes como lo son: las actividades de control, la información y comunicación y el monitoreo en los ranchos marinos. Así como realizar estudios tendientes a determinar las causas del cierre de estas empresas y su efecto económico en la región.

BIBLIOGRAFIA

Avilés-Quevedo, S., & Vázquez-Hurtado, M. (2006). Fortalezas y debilidades de la acuicultura en México. *EN MÉXICO*, 69.

Bertoni, E., Polesello, M., Sánchez, M. y Troila, J. (2014). COSO I y COSO II una propuesta integrada. Universidad Nacional del Cuyo y Facultad de Ciencias Económicas. Mendoza, Argentina.

CONAPESCA, (2015). Aumento producción acuícola 32.2 por ciento en 2014. Recuperado el 12 de octubre de 2015 en sitio web: <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/2012/Paginas/2015B351.aspx>

Del Moral-Simanek, Raúl Jesús, & Vaca-Rodríguez, Juan Guillermo. (2009). Captura de atún aleta azul en Baja California, México: ¿pesquería regional o maquiladora marina? *Región y sociedad*, 21(46), 159-190. Recuperado en 17 de junio de 2015, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252009000300007&lng=es&tlng=es.

Diz, J. L. C., & Serantes, N. P. (2005). Responsabilidad social y control interno. *Revista Universo Contábil*, 1(2), 86-101.

DOF, (2012). Acuerdo mediante el cual se aprueba la actualización de la Carta Nacional Acuícola, publicado 17 de mayo de 2012, pp. 9 y 10. Recuperado el 14 de septiembre de 2016 en sitio Web: http://dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5249902

FAO (2016). Estadísticas de Pesca y Acuicultura. Recuperado noviembre 15 de 2016, en: http://www.fao.org/fishery/static/Yearbook/YB2014_CD_Master/root/aquaculture/a0.pdf

Flores Olivares J. (2009). Los Ranchos Atuneros no se pueden instalar en Sinaloa. *Panorama Acuícola*, 14-5, 79.

González, H. (2015). ISO 9001:2015 Enfoque basado en riesgos. *Calidad y Gestión*. Recuperado el 10 de octubre de 2016 en sitio web: <https://calidadgestion.wordpress.com/2015/08/10/iso-90012015-enfoque-basado-en-riesgos/>

IMCP (2012). Guía para el uso de las Normas Internacionales de Auditoría en auditorías de Pequeñas y Medianas Empresas, Volumen 1, segunda edición, pág. 67.

LA, C. A., & LA, A. Y. (2016). El estado mundial de la pesca y la acuicultura. Contribución a la seguridad alimentaria y la nutrición para todos. Roma. pp. 2, 3 y 29. Recuperado el 26 de noviembre de 2016, en: <http://www.fao.org/3/a-i5555s.pdf>

Meza, S. (2015). Análisis FODA en la acuicultura. *Panorama Acuícola Magazine*. Recuperado el 30 de noviembre de 2016 en sitio web: http://www.panoramaacuicola.com/columnas/en_su_negocio/2015/03/17/analisis_foda_en_la_acuicultura.html.

Mexican Bue Fin (2005). Manifestación de impacto ambiental para el proyecto de engorda y comercialización de atún aleta azul en la bahía de Salsipuedes, B. C., p. 9. Recuperado el 22 de noviembre de 2016, en: <http://sinat.semarnat.gob.mx/dgiraDocs/documentos/bc/estudios/2005/02BC2005P0004.pdf>

Pedersen, E. (2010). La Maricultura y su Potencial en el Cultivo de Peces. El Caso del Atún. Recuperado el 28 de diciembre de 2015, en: <http://www.amena.org.mx/memorias/EP.pdf>

Quijano, R. C. M. (2005). Autoevaluación del sistema de control interno. *AD-minister*, (6), 82-95.

SIPESCA/CONAPESCA. (2016). Reporte de Producción Pesquera y Acuícola de Baja California. Sistema Nacional de Información para el Desarrollo Rural Sustentable, p. 2. Recuperado el 28 de julio de 2016 en sitio web: [http://www.sepescabc.gob.mx/x/estadisticas/docs/PRODUCCION_PESQUERA_Y_ACUICOLA_DE_B_C_2015-\(PRELIMINAR_31MAR2016\).pdf](http://www.sepescabc.gob.mx/x/estadisticas/docs/PRODUCCION_PESQUERA_Y_ACUICOLA_DE_B_C_2015-(PRELIMINAR_31MAR2016).pdf)

Solana-Sansores, Rafael, Dicante, Irma, & Arredondo-Uribe, Lourdes P. (2009). Dinámica de la flota atunera mexicana del Océano Pacífico Oriental. *Hidrobiológica*, 19(3), 225-232. Recuperado en 30 de julio de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-88972009000300006&lng=es&tlng=es.

Viloria, N. (2005). Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización. *Actualidad Contable Faces*, 8(11), 87-92.

BIOGRAFÍA

José de Jesús Moreno Neri es Maestro en Administración por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada, Baja California, México, Correo electrónico jjmoreno@uabc.edu.mx

María del Mar Obregón Angulo es Maestra en Contaduría por la Universidad Autónoma de Baja California. Profesora Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada, Baja California, México, Correo electrónico marymar@uabc.edu.mx

Santiago Alejandro Arellano Zepeda es Maestro en Impuestos por CETYS Universidad. Profesor Titular Nivel B de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Baja California, adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Boulevard de los lagos y Boulevard Sánchez Zertuche sin número Ensenada Baja California, México, Correo electrónico alejandroarellano@uabc.edu.mx

ACERCAMIENTO A LOS USUARIOS DE SECOND LIFE DE HABLA HISPANA A TRAVÉS DE UN ESTUDIO PSICOGRÁFICO DE TIPO VALUES AND LIFESTYLE (VALS)

Lorena Mariano Gutiérrez, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Héctor Hugo Pérez Villarreal, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
Judith Cavazos Arroyo, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
María del Rocío Gpe. Morales Salgado, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

RESUMEN

En la actualidad es importante conocer el perfil de los consumidores de las plataformas que se están utilizando. Second Life es una plataforma virtual que ofrece un mercado global y emergente que ha sido aprovechado por pocas empresas por falta de información que hay acerca de los usuarios activos. Por ello, esta investigación buscó analizar a los usuarios de esta plataforma, mediante una investigación exploratoria de tipo Values and Lifestyle. Los resultados mostraron que los principales usuarios hispanos son de perfiles innovadores y experimentadores. Motivados por la autoexpresión y la búsqueda de nuevos canales.

PALABRAS CLAVE: Segmentación, Second Life, VALS

AN EXAMINATION OF SECOND LIFE USERS OF HISPANIC SPEECH THROUGH A VALUES AND LIFESTYLE PSYCHOGRAPHIC STUDY

ABSTRACT

It is important to understand the profile of consumers. Second Life is a virtual platform that offers a global and emerging market. This platform has been exploited by few companies due to a lack of information about active users. This research sought to analyze the users of this platform, through an exploratory research of type Values and Lifestyle. The results showed that the main Hispanic users are innovative and experimenters. They are motivated by self-expression and the search for new channels.

JEL: M30, M31, M39

KEY WORDS: Segmentation, Second Life, VALS

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se desarrollaron algunas plataformas apoyadas en riqueza de comunicación, colaboración virtual y creación de contenido 3-D con alto potencial para socialización, entretenimiento, educación e interacción de las marcas con sus consumidores (Zhu, Wang y Jia, 2007). A partir de ello, emergieron con mayor fuerza, la educación virtual y el marketing interactivo digital, aprovechándose nuevos canales que atrajeron un gran número de usuarios por su valor agregado (Barnes y Mattsson, 2011). Pese a su rápido crecimiento, varias de estas plataformas sociales necesitan

renovar y adecuar sus modelos de negocio, a fin de continuar explotando al máximo su potencial (Castelló, 2010) y posibilitar un mayor alcance a consumidores de múltiples contextos, entre ellos los hispanoparlantes, interesados en lo que estas plataformas pueden ofrecer.

El concepto de social media es el top de la agenda de muchos ejecutivos de empresas hoy en día. Las decisiones del mercado son consultadas para identificar las formas y las compañías con las cuales pueden obtener ganancias mediante el uso de las aplicaciones como Wikipedia, YouTube, Facebook, Second Life y Twitter (Kaplan y Haenlein, 2010). Una de las plataformas sociales que ofrece amplios servicios es la red social Second Life, la cual facilita la creación de productos virtuales y el intercambio entre sus miembros como parte de sus ventajas competitivas. Para muchas empresas que buscan incursionar en la web 2.0 o que ya la aprovechan, esta plataforma puede significar una apertura metaverso, pues se puede ajustar a la necesidad de cada empresa a fin de aproximarse fácilmente a un mercado potencial determinado. Justamente, debido a su naturaleza y a que los usuarios utilizan Avatares para representarse, aún es necesario un estudio que permita conocer a fondo a los consumidores potenciales hispanoparlantes. También puede resultar interesante identificar necesidades no satisfechas por estos mismos consumidores. Por tanto, se propone una investigación basada en la metodología VALS (*values and lifestyle*) (valores y estilos de vida, en español), que compare con base a la clasificación de dos metodologías (SBI y Luiz, Robinson y Kassouf), el perfil psicográfico de los avatares hispanoparlantes.

El trabajo se encuentra organizado en cinco secciones. En la primera sección de revisión literaria, se presenta la literatura relevante a las variables que se analizan en el estudio tales como: mundo virtual, Second Life, segmentación psicográfica y VALS. En la metodología, como segunda sección, se describe el objetivo y el proceso de recolección de información. Los resultados que forman parte de la tercera sección detallan los hallazgos más importantes en relación con las dos metodologías utilizadas así como el comparativo entre ellas. En las conclusiones, como cuarta sección, se puntualizan: el cumplimiento del objetivo y las contribuciones de la investigación. La quinta sección contiene las referencias utilizadas en el trabajo y una breve biografía de los autores.

REVISIÓN LITERARIA

Mundo Virtual

La World Wide Web no se define como un sinónimo de Internet, sino como la base del mismo. Aghaei, Nematbakhsh y Khosvari-Farsani (2012) lo definen como un sistema tecno-social para la interacción entre humanos basado en tecnologías de redes. De acuerdo con Shadbolt, Berners-Lee y Hall (2006) la primera generación de la web (la web1.0) se considera como una web de lectura. Empezó como una plataforma para las empresas que querían compartir su información con las personas. La web 2.0 es definida por O'Reilly (2007) como de lectura y escritura, utilizando un conjunto de tecnologías web como los blogs, los sitios de redes sociales y los sitios que comparten video. Sin embargo, la web 3.0 liga toda esa información y las conexiones de las personas en formas tales que harán nuestras experiencias de Internet más relevantes, útiles y divertidas (Kotler y Armstrong, 2012). Esta web está marcada por la disminución en las tareas y decisiones tomadas por los humanos, dejándola en manos de sistemas inteligentes que proporcionan herramientas funcionales para el e-branding y la fidelización de usuarios (Agahei et al., 2012; Küster y Hernández, 2013). Aunque la web 4.0 aún no cuenta con una definición exacta, ya cuenta con características simbióticas, que trata de la interacción entre los humanos y las máquinas (Agahei et al., 2012).

Según Auden (1968) todo ser humano está interesado en dos tipos de mundos: el mundo de primaria o mundo real, donde todo lo se conoce es a través de sus sentidos; y un mundo secundario u obra de arte, donde todo es creado por la imaginación. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2011) declara que la historia de los mundos virtuales se remonta a 1970, donde la

terminología ya era aplicada por la comunidad científica y otros expertos, principalmente en el contexto de la realidad virtual o juegos computacionales. Pero con la creciente popularidad de los mundos virtuales como Second Life, creado por Linden Lab, y World of Warcraft, creado por Blizzards, el término ha tomado popularidad con diferentes tipos de aplicaciones (Jarmon, Traphagan, Mayrath, y Trivedi, 2009). Un mundo virtual ofrece un entorno para un gran número de usuarios y que se entiende como una representación que se basa en el espacio de un mundo virtual que persiste y que puede ser experimentado por numerosos participantes a la vez representados por avatares (Koster, 2004).

Los mundos virtuales son lugares diseñados dentro de los equipos para dar cabida a un gran número de personas (Castronova, 2005). Sin embargo, es importante remarcar que no es necesario un entorno de 3 dimensiones (3D), pues el único requerimiento necesario es que sea en tiempo real y que sea una interacción entre un gran número de usuarios en un entorno simulado (Castronova, 2005). Wyld (2010) lo define como un Metaverso (del inglés metaverse, contracción del meta universo), que es un mundo virtual habitado por personas reales. Implica la convergencia de la realidad física prácticamente mejorada y el espacio virtual físicamente persistente (Smart, Cascio y Paffendorf, 2007). Por tanto, es una fusión que permite a los usuarios experimentar como lo deseen y cuyo mundo virtual persiste aún si el usuario se desconecta (Koster, 2004). El término avatar, según Matchett (2001), se originó del sánscrito avatāra, que significa encarnación o apariencia y manifestación. En el contexto de los mundos virtuales, el término avatar se refiere a la representación gráfica (digitalizada) de un usuario en un mundo virtual (OCDE, 2011). Por lo tanto, se considera más que una etiqueta o título, se cuenta con agencia (capacidad de realizar acciones) y está controlado únicamente por un agente humano en tiempo real (Bell, 2008). Además, esta característica lo hace distinto a las redes sociales como Facebook y Myspace, que a pesar de tener un ambiente persistente, no proveen la utilización del avatar para los usuarios.

Second Life

Second Life (SL) es un mundo en 3D donde todo el mundo que se ve es una persona real y cada lugar que visita es construido por personas como usted y se ha vuelto muy importante para los negocios (Kaplan y Haenlein, 2010). Derryberry (2008) lo clasifica como un juego serio, el cual sirve no solo para socializar, sino también para la formación y el aprendizaje. Al igual que otros mundos virtuales, los usuarios de SL son llamados residentes. Al cual se tiene acceso a través de un programa descargable (Kaplan y Haenlein, 2009). Cada residente es un avatar personalizado, es decir, se les ofrece la posibilidad de ser una réplica de su vida real, una mayor versión con mejoras de ciertos atributos o una identidad completamente diferente. No se tiene restricciones en cuanto al tipo de auto-presentación que se puede crear. Lo que conduce a la situación en que el avatar puede aparecer en cualquier forma posible y rodearse de objetos de su agrado (Kaplan y Haenlein, 2009).

El principal medio de comunicación entre los usuarios es el texto (chat de mensajería instantánea), aunque desde el 2007 se introdujo el chat de voz (Wyld, 2010) y para desplazarse de un lugar a otro, se tiene la posibilidad de volar, caminar, tele transportarse, manejar vehículos (carros, submarinos, etc.). Los usuarios de SL están distribuidos por todo el mundo, siendo los Estados Unidos, Alemania y el Reino Unido los países con mayor número de avatares activos. La economía naciente de SL se describe como un ambiente altamente empresarial (OCDE, 2011). Dicha característica ha permitido que cada vez más empresas se interesen en ingresar a SL como una forma no sólo de vender (ya sea solo en el mundo virtual o en el mundo real), sino también para probar productos o crear una base de datos.

Segmentación Psicográfica

La psicografía describe los perfiles psicológicos de los individuos y sus estilos de vida (Shiffman y Wisenblit, 2015). Los estudios de vida se refieren a las formas distintivas de una sociedad o de alguno de sus segmentos. En conjunto, a estas medidas se les conoce como actividades, intereses y opiniones

(Weinstein y Cahill, 2014). La segmentación psicográfica divide a los consumidores en diferentes grupos según la clase social, el estilo de vida o las características de personalidad. La gente del mismo grupo demográfico podría tener rasgos psicográficos muy diferentes (Kotler y Armstrong, 2012). El concepto de estilo de vida fue utilizado en sus inicios por el psicólogo Alfred Adler hace más de medio siglo, denominando “estilo de vida” aquellas metas que los individuos imponen para sí y los medios que utilizan para alcanzarlas (Weinstein y Cahill, 2014). Sin embargo, algunos (Pérez de Guzmán Moore, 1993) consideran que el nacimiento y primer desarrollo aplicado del concepto de estilo de vida, está asociado al campo del marketing. González (2000) afirma que la definición del concepto de valores, surge como resultado de la evolución de los estudios de vida psicográficos, abarcando el proceso de socialización por el cual el individuo se somete a normas colectivas, las cuales garantizan la integración de un grupo. Considera que su conceptualización parte de valor como eje central, ubicándolo como un modelo colectivo idealizado de pensamiento y de conducta, de carácter abstracto, general y universal (González, 2000).

VALS

Los valores son considerados como una primera expresión de la cultura en la conducta individual (Pérez de Guzmán Moore, 1994). Una manifestación cultural que impregna las individualidades y el proceso de la estructura hacia la acción. Esto constituye el primer eslabón para formar los valores. Tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos, y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores. Los valores son conceptos abstractos, generales y universales, que sustituyen al concepto de motivación-necesidad personal (Rokeach, 1973). El estilo de vida se refiere al patrón de la vida de un individuo, expresado en su psicografía (Kotler y Armstrong, 2007). Perfil su patrón completo de actuación en el mundo y su interacción en él. Implicando medir las principales dimensiones AIO (actitudes, intereses y opiniones) del consumidor, es decir, sus actividades (trabajo, pasatiempo, compras, deportes, eventos sociales), intereses (alimentación, moda, familia y recreación) y opiniones (de sí mismo, temas sociales, de negocios y productos). El estudio original de VALS que significa “*values and lifestyles*” (valores y estilos de vida) fue puesto en marcha por Strategic Business Insights (SBI) en 1978. Este trabajo se basó en el estudio de Arnold Mitchell, quien explicó la fragmentación, la situación económica y social de Estados Unidos en la década de 1960. Estos cambios integraron el método psicográfico a la gestión empresarial y la investigación de mercados. De acuerdo con SBI la clasificación de VALS queda de la siguiente manera: innovadores, pensadores, triunfadores, experimentadores, creyentes, luchadores, creadores y supervivientes.

METODOLOGÍA

Se realizó una investigación exploratoria, transversal y de naturaleza descriptiva, apoyándose en la aplicación de dos herramientas de perfiles psicográficos de tipo VALS. Una de ellas correspondió a SBI y la otra fue de Luiz, Robinson y Kassouf (2011). El instrumento fue aplicado a usuarios de Second Life (SL) de habla hispana que estuvieran dispuestos a participar en la investigación. De esta forma, 27 usuarios mostraron interés y accedieron a responder las 43 preguntas del instrumento, agrupadas de la siguiente manera: 5 preguntas demográficas, 3 preguntas de hábitos de consumo (dentro de Second Life) y 35 preguntas VALS. Los participantes respondieron el instrumento de forma electrónica manteniendo su anonimato. La aplicación se realizó del día 7 de junio al día 30 de agosto del año 2016.

RESULTADOS

Las personas encuestadas pertenecían al grupo hispanoparlante de Second Life. Los resultados provinieron de 10 países distintos. Los países que mayores participantes aportaron fueron España y Argentina con un 22%, seguido de Colombia. La mayoría de las personas tenían un nivel de ingresos mayor a diez mil dólares anuales, de estos un 30% ganaba más de 15 mil dólares anuales. La población

encuestada mencionó que su gasto en SL es menor a los 99 dólares mensuales, esto mostró que la mayoría de los usuarios encuestados (78%) tenía un estilo de compra moderado. Solo un 4% gastaba una cantidad alta, la cual corresponde más de 500 dólares al mes. La frecuencia de compra más recurrida fue de una vez por mes con el 56%, mientras que el siguiente grupo amplio de frecuencia de compra adquiriría productos cuatro o más veces por mes. Los resultados se presentan divididos en dos tablas. La primera muestra la segmentación de acuerdo a SBI, mientras que la segunda es una adaptación del estudio realizado por Luiz et al. (2011), dándole un valor a cada pregunta de acuerdo a palabras clave, esto para poder encontrar un patrón y poder aplicar de manera regular la segmentación de tipo VALS.

Tabla 1: Avatares Según la Clasificación de Acuerdo a SBI

Clasificación	Avatares	Porcentaje
Innovadores	6	22 %
Pensadores	0	0
Triunfadores	0	0
Experimentadores	8	30 %
Creyentes	2	7.5 %
Luchadores	6	22 %
Creadores	3	11 %
Supervivientes	2	7.5 %
Total:	27	100 %

La tabla 1 muestra la clasificación de acuerdo a SBI. Fuente: elaboración propia. En esta tabla se muestran la distribución de los usuarios de SL de acuerdo a la clasificación SBI.

De acuerdo a la tabla 1, la mayoría de los usuarios encuestados pertenecen al grupo de los experimentadores con un 30 % (motivados por el logro), seguido con un 22% de innovadores (motivados por ideales, logros y autoexpresión) y luchadores con un 22% (escasos recursos, motivados por los logros). Dos de los tres grupos de resultados pertenecen a los niveles altos recursos y alta innovación de acuerdo al VALS.

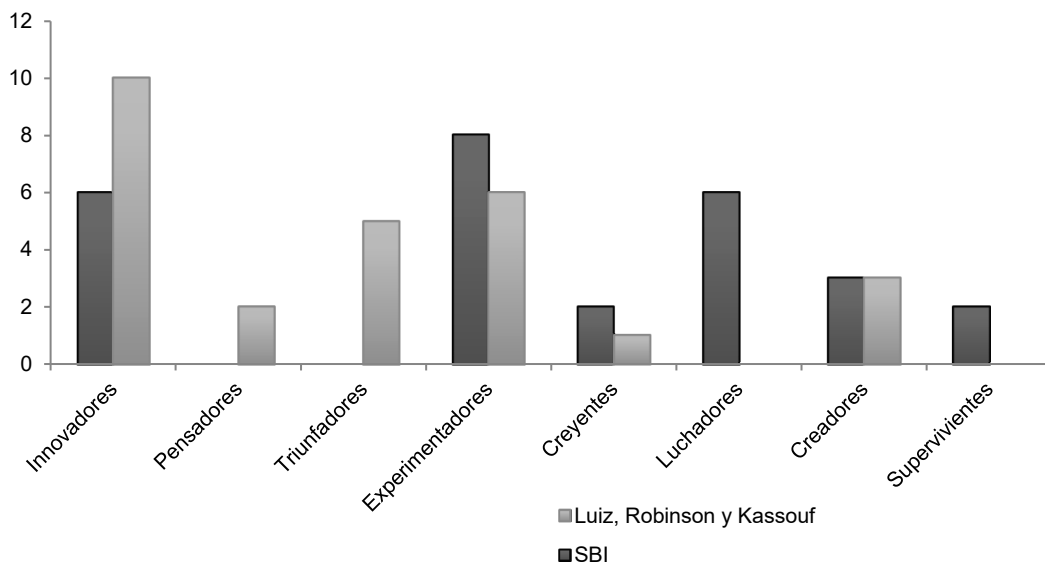
Tabla 2: Avatares Según la Clasificación de Acuerdo a Luiz, Robinson y Kassouf (2011)

Clasificación	Avatares	Porcentaje
Innovadores	10	37 %
Pensadores	2	7.5 %
Triunfadores	5	18.5 %
Experimentadores	6	22 %
Creyentes	1	4 %
Luchadores	0	0
Creadores	3	11 %
Supervivientes	0	0
Total:	27	100 %

La tabla 2 expone la clasificación de resultados de acuerdo a Luiz, Robinson y Kassouf. Fuente: elaboración propia. En esta tabla se muestran la distribución de los usuarios de SL de acuerdo a la clasificación de Luiz, Robinson y Kassouf.

Con base en la investigación de Luiz et al. (2011) y la segmentación de preguntas respondidas, la mayoría de los participantes encuestados pertenecen a la categoría de los innovadores (tienen las tres motivaciones principales: ideales, logros y autoexpresión) (37%), seguidos por los experimentadores (motivados por la autoexpresión) (22%) y los triunfadores (motivados por los logros) (18.5%) en el tercer grupo con mayor número de personas (ver tabla 2). En estos resultados, ninguna persona pertenece al grupo de los supervivientes, así como en los luchadores. Todos los grupos con mayor porcentaje pertenecen a altos recurso e innovación.

Figura 1: Comparativa de Resultados Entre los Diferentes Modelos de Clasificación VALS



En la figura 1 compara los resultados entre los diferentes modelos de clasificación VALS. Fuente: elaboración propia. En esta tabla se muestran la distribución de los usuarios de SL de acuerdo a la clasificación SBI y de Luiz, Robinson y Kassouf (2011).

De acuerdo con la figura 1 de comparación se pueden notar algunas diferencias entre la clasificación de resultados de SBI y de Luiz et al. (2011). En el primer grupo de resultados, el de SBI, la mayoría de los participantes pertenecen a los experimentadores, mientras que en el de Luiz et al. (2011) es el grupo de los triunfadores el que mayor número de personas tiene. Otra diferencia es que en el caso de SBI, los luchadores que son de bajos recursos y baja innovación tienen presencia en la segmentación mientras que en el de Luiz et al. (2011) todas las categorías incluidas son de altos recursos y alta innovación. También es importante señalar que las diferencias de los resultados entre ambas metodologías discrepan en la clasificación de los usuarios. Sin embargo, los resultados muestran una tendencia a clasificaciones homogéneas entre SBI y Luiz et al. (2011). Estos resultados pueden ser de gran utilidad para las empresas, en donde pueden identificar patrones de comportamiento de compra de acuerdo a los valores y estilos de vida de los experimentadores e innovadores. Estos experimentadores (orientados por la acción) son identificados como compradores en la experiencia, en la variedad y en el riesgo propio. Estas son características de las cuales la plataforma de SL detecta un trampolín para cumplir sus expectativas psicológicas. Por otro lado, los innovadores (orientados por altos recursos) generalmente tienen un poder adquisitivo alto, por lo cual si no llegan a obtener lo buscado no implica un riesgo de fracaso. Estas características cumplen uno de los requisitos que determinan el consumo de las marcas en SL.

CONCLUSIONES

Second Life es una plataforma virtual que permite experimentar un mundo sin límites y de la forma que los avatares deseen, al mismo tiempo que las marcas pueden aprovecharlo extendiendo sus mercados. Sin embargo, por las largas horas que los usuarios pasan en el juego y por el tipo de interacción que tienen en ella, ha sido nombrada como un escape para personas que no se sienten en conformidad con el mundo que los rodea. Es decir, ha sido nombrada como una salida del mundo real. Dando como resultado su catalogación como un acto tabú para las personas que no han tenido entrada o conocimiento del mismo. Es por esto, que la presente investigación tuvo como finalidad, conocer a los usuarios de Second Life de habla hispana a través de un cuestionario de tipo VALS (*Values and lifestyles*) el cual tiene como objetivo, agrupar a las personas en 8 grupos y así, poder conocer cuáles son sus necesidades y gustos. Para obtener la agrupación adecuada de los usuarios de Second Life de habla hispana encuestados, se

utilizaron dos bases: la original creada por SBI y los resultados de la investigación realizada por Luiz et al. (2011). Lo cual dio como respuesta dos agrupaciones con un gran parecido.

Por una parte, la agrupación de SBI arrojó como resultado como principal grupo a los experimentadores, innovadores y luchadores. Mientras que, con base en la interpretación de la investigación realizada por Luiz et al. (2011) los resultados fueron, como principal grupo, los innovadores, experimentadores y triunfadores. Los resultados concuerdan en ambas tipologías que la mayor parte son experimentadores e innovadores. Mientras que existe una diferencia notable entre la agrupación de luchadores (clasificación SBI) y triunfadores (clasificación Luiz et al., 2011). Esto muestra que dichos instrumentos arrojan diferentes resultados, aun cuando miden los mismos perfiles. Los resultados muestran un acercamiento hacia el perfil de los consumidores de estilo de vida y valores. Sin embargo, a su vez demuestra que las estructuras psicográficas y las herramientas actuales no ayudan a establecer un parámetro contundente para clasificar a este tipo de consumidor online. Es recomendable seguir perfeccionando los criterios de estos instrumentos en los mercados hispano-virtuales. Por lo cual, se puede afirmar, que los datos obtenidos aunque muestran un panorama exploratorio de los principales grupos de clasificación VALS, no concuerdan entre sí. En el mismo sentido, se podrían ampliar las variables de hábitos de compra dentro de SL. Donde los negocios identificarán una propuesta rentable y de expansión a sus productos a través de los resultados de los comportamientos de compra.

Las limitaciones que tiene este estudio es la inexistencia de un VALS para cada tipo de consumidor proveniente de los países latinoamericanos y España. Por lo que los resultados podrían estar más alineados con las realidades de valores y estilos de vida de cada país. También la representatividad de la muestra puede ser un obstáculo ya que no se tiene una base de datos de los avatares activos de los países hispano-parlantes. Como futuras líneas de investigación es recomendable adicionar variables dentro de la segmentación psicográfica como la personalidad de los avatares. Dicha personalidad puede reflejar alguna tendencia de tipo de segmento de mercado, en donde las empresas puedan enfocar sus esfuerzos del diseño de productos y servicios dentro de la plataforma. También es recomendable investigar las motivaciones que tienen los usuarios de SL para saber el beneficio real buscado en temas de calidad, servicio, precio/valor, relaciones de convivencia entre otros.

REFERENCIAS

- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A., Khosvari-Farsani, H. (2012). Evolution of the World Wide Web: from web 1.0 to web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), 1-10.
- Auden, W. H. (1968). *Secondary worlds: the TS Eliot memorial lectures delivered at Eliot College in the University of Kent at Canterbury, October 1967*. Faber & Faber.
- Barnes, S. J., & Mattsson, J. (2011). Exploring the fit of real brands in the Second Life 1 virtual world. *Journal of Marketing Management*, 27(9-10), 934-958.
- Bell, M. W. (2008). Toward a Definition of Virtual Worlds. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1), 1-5.
- Castelló, A. M. (2010). *Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales online*. España; Editorial Club Universitario.
- Castronova, E. (2005). Real products in imaginary worlds. *Harvard Business Review*, 83(5), 20-2.
- Derryberry, A. (2008). Serious Games: Online Games for Learning. An Adobe White Paper. Recuperado de http://www.adobe.com/resources/elearning/pdfs/serious_games_wp.pdf

- González, A. M. (2000). Los valores personales en el comportamiento del consumidor: Revisión de diversas metodologías aplicadas al marketing. *ESIC Market*, 107. 9-36.
- Jarmon, L., Traphagan, T., Mayrath, M., & Trivedi, A. (2009). Virtual world teaching, experiential learning, and assessment: An interdisciplinary communication course in Second Life. *Computers & Education*, 53(1), 169-182.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009). Consumer Use and Business Potential of Virtual Worlds: The Case of "Second Life". *JMM: The International Journal on Media Management*, 11(3/4), 93-101. doi:10.1080/14241270903047008
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Koster, R. (2004). A virtual world by any other name. *Terra Nova weblog*. Recuperado de http://terranova.blogs.com/terra_nova/2004/06/a_virtual_world.html
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2007). *Marketing, Versión para Latinoamérica (11va ed.)*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing, (14va. edición)*. México: Pearson Educación.
- Küster, I., & Hernández, A. (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la web semántica. *Universia Business Review*, 1(37), 1-10.
- Luiz, E., Robinson, E. y Kassouf, N. (2011). Segmentação psicográfica de consumidores paulistas de produtos de marca própria. *Revista de Administração FACES Journal*, 10(3), 146-166.
- Matchett, F. (2001). *Krishna, Lord or Avatara?: the relationship between Krishna and Vishnu*. New York: Psychology Press.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web2.0: Design patterns and business models for the next generation of software? *Communications & Strategies*. 1, 17
- OCDE (2011). Virtual Worlds: Immersive Online Platforms for Collaboration, Creativity and Learning. *OCDE Digital Economy Papers*, 184.
- Pérez de Guzmán Moore T. (1993). Estilos de vida y teoría social En Kaiero, U. A (Ed). Valores y estilos de vida de nuestras sociedades en transformación: *II Jornadas de Sociología* (pp. 129-146). Bilbao: Universidad de Deusto
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press. (438)
- Shadbolt, N., Berners-Lee, T., Hall, W. (2006). The Semantic Web Revisited. *IEEE Intelligent Systems*, 21(3) 96-101 DOI: 10.1109/MIS.2006.62
- Shiffman, L. & Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del consumidor. (11va. edición)*. Mexico: Pearson Education.
- Smart, E. J., Cascio, J., y Paffendorf, J. (2007). Metaverse roadmap overview: Pathways to the 3D web. Recuperado de <http://www.metaverseroadmap.org/MetaverseRoadmapoverview.pdf>. Accessed, 7(07).

Weinstein, A., y Cahill, D. J. (2014). *Lifestyle market segmentation*. USA: Routledge.

Wyld, D. C. (2010). A Second Life for Organizations: managing in the new, virtual world. *Management Research Review*. 33(6), 529-562.

Zhu, Q., Wang, T., & Jia, Y. (2007, November). Second Life: A new platform for education. In *Information Technologies and Applications in Education, 2007. ISITAE'07. First IEEE International Symposium on* (pp. 201-204). IEEE.

BIOGRAFÍA

Lorena Mariano Gutiérrez es Maestra en Dirección y Mercadotecnia por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Se puede contactar en el Centro Interdisciplinario de Posgrados de la UPAEP, 21 sur 1103, Colonia Santiago, CP 72160, Puebla, Pue, México., correo electrónico l.oremarianogutz@gmail.com

Héctor Hugo Pérez Villarreal es Candidato a Doctor en Economía y Empresa por la Universidad Castilla-La Mancha. Es Profesor e Investigador en los Posgrados de Dirección y Mercadotecnia en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Se puede contactar en el Centro Interdisciplinario de Posgrados de la UPAEP, 21 sur 1103, Colonia Santiago, CP 72160, Puebla, Pue, México., correo electrónico hectorhugo.perez@upaep.mx

Judith Cavazos Arroyo es Doctora en Dirección y Mercadotecnia por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Es Profesora e Investigadora de los Posgrados en Dirección y Mercadotecnia en dicha universidad. Se puede contactar en el Centro Interdisciplinario de Posgrados de la UPAEP, 21 sur 1103, Colonia Santiago, CP 72160, Puebla, Pue, México., correo electrónico judith.cavazos@upaep.mx

María del Rocío Guadalupe Morales Salgado es Doctora en Tecnologías de la Información por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Es Directora Académica de los Posgrados en Tecnologías de la Información y Ciencia de Datos de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Se puede contactar en el Centro Interdisciplinario de Posgrados de la UPAEP, 21 sur 1103, Colonia Santiago, CP 72160, Puebla, Pue, México., correo electrónico mariadelrocio.morales@upaep.mx

DINERO ELECTRÓNICO: BENEFICIOS TRIBUTARIOS

Álvaro Rivera Guerrero, Universidad de Guayaquil
Félix Hablich Sánchez, Universidad de Guayaquil
Logan Berni Moran, Universidad de Guayaquil

RESUMEN

Hoy día en Ecuador en conjunto con el Banco Central del Ecuador, están implementando y alentando el nuevo sistema de pago a través del dinero electrónico. Utilizando el Método Científico basado en una metodología cuantitativa mixta e información cualitativa que nos permite demostrar los principales beneficios de la implementación del sistema de dinero electrónico en empresas privadas dentro del país, sobre las cuales predominan la observación, las estadísticas del comportamiento y la implementación. De este sistema desde su implementación en los sectores económico y social, en ese momento vamos a disuadir la importancia de utilizar el sistema de dinero electrónico en los últimos tiempos. La implementación del Sistema de Dinero Electrónico nos permitirá tener una nueva herramienta de pago para acceder a múltiples beneficios para un entorno económico futuro. Los beneficios van desde un incentivo fiscal ofrecido a ciudadanos legales y naturalizados por el Gobierno Ecuatoriano. Entre uno de los resultados se evidenció que las empresas que apliquen el sistema de dinero electrónico cuentan con más beneficios tributarios que les permiten ser más competitivos.

PALABRAS CLAVE: Dinero Electrónico, Impuestos, Sistema de Pagos, Banco Central del Ecuador

ELECTRONIC MONEY TAX BENEFITS

ABSTRACT

in Ecuador, in conjunction with the Central Bank of Ecuador, firms are implementing and encouraging new payment systems through electronic money. We use a Scientific Method, based on a mixed quantitative methodology and qualitative information, that allows us to demonstrate the main benefits of implementing the electronic money system on private companies within the country. We examine statistics of behavior and implementation of this system. Implementation in the economy allows us to determent the importance of using electronic money system in recent times. Implementation of the Electronic Money System provides a new payment tool to access multiple benefits for a future economic environment. The benefits include a tax incentive offered to legal and naturalized citizens by the Ecuadorian Government. Results show that companies that use the electronic money have more tax benefits that allow them to be more competitive.

JEL: A1, C1, G38, H25

KEYWORDS: Electronic Money, Tax, Payment System, Ecuadorian Central Bank

INTRODUCCIÓN

Esta investigación se concentrara en el beneficio en base a los impuestos tributarios a través del Sistema de Pago mediante Dinero Electrónico en mejora para la economía del país en cuanto a se refiere a los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017 en relación al cambio de la

Matriz Productiva. Ecuador a partir del 17 de noviembre de 2014 puso en marcha el plan piloto de uso de dinero electrónico como medio de pago, sin embargo ¿Qué es el dinero electrónico y cómo opera? ¿Cuáles son sus implicaciones?, ¿Sera rentable el pago mediante dinero electrónico por celulares móviles e internet?, son algunas de las inquietudes generales de la población. Hoy en día el Ecuador ha sufrido en nuestros habitantes fraudes electrónicos, las tarjetas de crédito clonadas, la dolarización, el feriado bancario, lo que ha producido un problema durante los 5 últimos años.

Ahí se enmarca a una desconfianza en usar dinero electrónico mediante un celular o usar internet por las razones que ser perjudicados lo cual muchas personas que no tiene acceso a una cuenta de ahorro y corriente por la suma grande de dinero que deben aperturar una por miedo a perder como sucedió el feriado bancario en el año 2000, pero si se tienen acceso a un celular móvil. Actualmente al no contar con el Sistema de Dinero Electrónico (SDE) dejamos de percibir beneficios tributarios propuestos por el SRI que van muy relacionados con nuestras herramienta con la cual pagamos los Costos y Gastos incurridos en las empresas e instituciones publica o privadas. El Servicio de Rentas Internas, con el respaldo de varias instituciones del Sistema Financiero, pone a disposición de la ciudadanía los canales y servicios que facilitan el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Una de ellas es el dinero electrónico, un sistema que lo impulsa el Banco Central por sus beneficios para la economía del país y las ventajas para los usuarios. Tener una cuenta para el uso de dinero electrónico será una de las claves para acceder a ciertas disposiciones de la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, enviada por el Ejecutivo ayer, con el carácter de económico urgente, a la Asamblea. El dinero electrónico existe en Ecuador desde hace dos años. El Gobierno Nacional lo creó en 2014, a través de la Resolución 005 de la Junta Monetaria. Con la recién aprobada Ley para el Equilibrio de las Finanzas Públicas existen nuevos beneficios para los usuarios de este medio de pago, cuyas transacciones se realizan a través de cualquier teléfono celular. El proyecto de Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas es parte de un programa macroeconómico integral que impulsa el Gobierno Nacional para fortalecer la dolarización, el empleo y defender la producción nacional.

REVISIÓN LITERARIA

El Dinero y sus Conceptualizaciones

El dinero, es muy probablemente una de las invenciones humanas que mayor influencia ha tenido en la historia de la humanidad. No solamente por los impactos que tiene su utilización en la economía, pero también por la influencia que tiene en el comportamiento humano. Antes que un instrumento económico, el dinero es una construcción social, como lo describe George Simmel, filósofo y sociólogo alemán que estudió ampliamente el dinero, quien define al dinero como una institución social, que tiene influencia en la relación directa entre los individuos de la sociedad. (GeorgSimmel, 1978). El dinero, se establece como una construcción y un acuerdo social, lo que para unos puede ser considerado útil para los intercambios económicos, para otros puede no tener ningún valor. (Javier Alejandro Félix Chilibingua, 2016) El parámetro teórico presente en la investigación, será el dinero como una herramienta de pago que usa la sociedad y que está inmerso es las relaciones comerciales que las personas realizan y la importancia del mismo ya sea físico, o como lo vamos analizar en este estudio seria el dinero electrónico que actualmente su uso es respaldado por el Banco Central del Ecuador.

Las Funciones del Dinero

El dinero también adquiere valor por las funciones propias que cumple. Como se explicó previamente, la función principal del dinero y la razón de su creación es la de medio de intercambio económico. Las funciones del dinero han ido cambiando a través del tiempo, de la mano, no solo con las funciones inherentes en sus formas de presentación, sino también en sus acuerdos sociales (Leonardo Wild, 2011), pág. 171. Para Wild, el comportamiento social frente a cada una de sus funciones difiere radicalmente. En

el diseño monetario, si queremos un cierto tipo de función monetaria, debemos escoger un cierto tipo de forma de presentación, que implica crear un acuerdo social que lo sostenga. (Leonardo Wild, 2011), pág. 172. Las funciones del dinero, más conocidas son: su utilización como unidad de cuenta o medida de valor, como medio de intercambio y como reserva o atesoramiento de valor. Wild, define las funciones del dinero de la siguiente manera:

Unidad de cuenta o medida de valor: El dinero cumple una función de unidad contable, que se refiere a la unidad de valor relacional con la que se miden los valores reales de las transacciones.

Medio de intercambio: Es la función principal y original de cualquier sistema monetario, significa poner en circulación el dinero y utilizarlo para obtener bienes y servicios.

Reserva o atesoramiento de valor: Implica la capacidad de un objeto de guardar valor en el tiempo y en el espacio.

El dinero que utilizamos actualmente tiene un problema notable, ya que sus funciones se contraponen. Las personas al asignar valor a un cierto tipo de dinero, cuando el mismo es escaso o es útil o necesario para un grupo social. En este contexto, al adquirir valor el dinero, tiende a ser guardado o atesorado. Esta función se contrapone directamente con la función de medio de intercambio, la cual supone que el dinero se gaste o entre en circulación. Cuando el dinero está cumpliendo su función de reserva de valor, ya no está disponible como medio de intercambio. Ahorrar es entendible desde el punto de vista del propietario en tiempos de inseguridad, pero, desde el punto de vista de la sociedad, perder su medio de intercambio es contraproducente en términos de realizar un comercio eficiente. (Henk Van Arkel, 2010). Un proyecto como el de dinero electrónico, en donde no existe un medio físico con el cual se genere una relación de valor, como es el caso del dinero impreso, tendrá mayor facilidad en utilizar esta herramienta para cumplir la función de medio de intercambio.

La Emisión Monetaria

La discusión del dinero también recae sobre su forma de emisión. A criterio de Thomas Greco, comúnmente se cree que el dinero es creado por el gobierno, a través de los bancos centrales, quienes cumplen la función de la emisión primaria de dinero, pero la verdad es que en la actualidad la mayoría del dinero toma la forma de créditos bancarios que deben ser prestados para entrar en circulación. (Greco, Thomas., 2001), pág. 5, Como se explicará a continuación, una de las evoluciones de las formas de dinero, es el dinero de crédito. El mismo es definido por Wild, como aquel que se emite cuando una institución financiera otorga un crédito a un prestatario, quien asigna valor a este dinero mediante una garantía (Wild, Leonardo., 2011), pág. 55. En la actualidad esta es una de las formas más comunes de emitir dinero, y se la conoce como emisión secundaria de dinero. En esto coincide el economista Bernard Lietaer, uno de los precursores del euro, quien asegura que por razones históricas el derecho a crear dinero fue transferido al sistema bancario como un privilegio, originalmente para financiar guerras en el siglo XVII. (Bernard Lietaer, et al., 2008). El mismo autor señala, que cuando los bancos son privados, como son la mayoría, la creación de dinero es a su vez privada. Por tanto, si el sistema bancario abusa de esta prerrogativa, debería perder este privilegio. Para Lietaer, la lógica no es nueva: “*el dinero es un bien público, y el derecho de su emisión le pertenece, al menos en teoría a los gobiernos*”. (Bernard Lietaer, et al., 2008) pág. 12.

Los conceptos de emisión primaria, y secundaria del dinero, son fundamentales en torno al dinero electrónico. El Banco Central del Ecuador, no busca hacer una emisión primaria de dinero mediante este sistema, ya que el mismo estaría respaldado siempre por dólares, ya emitidos previamente, y que se

entregan como respaldo de la cantidad de dinero electrónico emitida dentro del sistema administrado por el Banco Central.

Tipos de Dinero

A lo largo de la historia de la humanidad, el dinero ha sufrido una constante evolución, teniendo como un factor común, la forma como las sociedades aceptan algo como su forma de hacer transacciones. Desde la creación de las primeras formas de dinero, a partir de las limitaciones que tenía el trueque, hasta la utilización de los últimos avances de la tecnología para hacer transacciones monetarias, las personas son quienes asignan valor a cada tipo de dinero y sus formas de presentación, de acuerdo a la utilidad que representa para cada uno. Dinero de mercancía: Las primeras formas de dinero fueron cierto tipo de mercancías que por sus características propias resultaban atractivas para los mercaderes. Estas personas para intercambiar sus productos, necesitaban principalmente formas de dinero, que tengan durabilidad, sean de fácil transporte, y además puedan ser divisibles. Estas mercancías, servían como dinero tenían valor por sí mismas, y eran demandadas por otras personas. (Greco, Thomas., 2001) pág. 25.

Los objetos que se usaban como dinero variaron de acuerdo al lugar y a la época en que fueron utilizados. Dentro de los ejemplos más utilizados estaban la sal (origen de salario), el oro y la plata, (2) Dinero simbólico: Constituyen notas promisorias, billetes, o monedas hechas de aleaciones de metal que representaban la posesión de cierta cantidad de oro o plata. Su valor radica en el hecho que pueden ser canjeados por lo que representan. (Wild, Leonardo., 2011) pág. 46, (3) Dinero de crédito: es el dinero creado principalmente por el sistema financiero, cuando una entidad otorga un crédito a un prestatario. Por lo general, quien recibe el préstamo, es quien da el valor al dinero emitido por medio de una garantía. (Wild, Leonardo., 2011) pág. 55. En la actualidad, la mayor parte del dinero procede de su creación a través de crédito, (4) Dinero electrónico: Es la última evolución del dinero, mediante la cual se reemplaza el uso de billetes de papel y a las monedas por movimientos electrónicos que reflejan transacciones de dinero. Esta forma de dinero precisa del uso de ordenadores, conexiones de redes, internet, e inclusive tecnología móvil. Las diferentes formas de las Tecnologías de la Información TI, siguen creando nuevas opciones para el dinero y el intercambio de valores. Se puede definir al dinero electrónico como “el valor o producto pre-pagado, donde el registro de los fondos o valor disponible al consumidor (que se puede utilizar para pagos) está almacenado en dispositivos electrónicos, tales como los monederos electrónicos (tarjetas pre-pago), las computadoras y los teléfonos celulares” (Milton Vega, 2013) y (5) Dinero móvil: Esta forma de dinero, es aquella por la cual se pueden realizar pagos por bienes o servicios hechos por dos partes, con un acuerdo realizado de un dispositivo móvil, como un teléfono celular. (G. Eastwood, 2008)

Los tipos de dinero a lo largo del tiempo, adquirieron su valor ante la sociedad, especialmente por su forma de presentación. Las diferentes formas de dinero de mercancía, adquirirían valor tanto por su utilidad, como su durabilidad, pero también por los valores culturales que generaban. El oro y la plata en sí no tenían, una utilidad propia, pero eran altamente apreciados. De la misma forma como en los últimos años, han adquirido valor los billetes y las monedas, en sí mismo, a pesar de que son solo impresiones en papel o aleaciones de metal. El dinero electrónico, debe superar esta relación que tienen las personas con los objetos y el valor que le dan, y enfocarse más en el valor que tienen las transacciones y los bienes y servicios que pueden adquirir mediante este tipo de dinero. En cierta forma, el dinero. Electrónico también constituye un dinero simbólico, porque representa la posesión de dinero físico, el cual estará resguardado en el Banco Central del Ecuador.

Dinero Electrónico

La (Resolución No.005-2014-M) define como dinero electrónico a aquel que; “*Se almacena e intercambia únicamente a través de dispositivos electrónicos, móviles, electromecánicos, fijos, tarjetas inteligentes, computadoras y otros, producto del avance tecnológico*”.

Ecuador a partir del 17 de noviembre de 2014 puso en marcha el plan piloto de uso de dinero electrónico como medio de pago, sin embargo ¿cuáles son sus implicaciones? y en estricto sentido ¿Qué es el dinero electrónico y cómo opera?, son algunas de las inquietudes generales de la población. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) el dinero electrónico es un instrumento de pago donde un valor monetario es almacenado en un medio técnico en posesión de una persona. El monto almacenado en dicho medio puede ser incrementado o disminuido a conveniencia del propietario, con ocasión de compras, ventas o recarga de fondos que efectúe. (International Monetary Fund, 2008) El dinero electrónico es un medio alternativo de pago, como lo son las transferencias en línea, la tarjeta de crédito, prepago, el uso del cheque, entre otros, que actualmente han adquirido la confianza del usuario y su aceptación en el comercio. La diferencia con los otros medios radica en que como ya se mencionó antes, el único administrador de pago de este medio es el Banco Central del Ecuador y no utiliza una plataforma que requiera estar conectada al internet, basta tan solo con el uso de un teléfono celular. Las observaciones o cuestionamientos en esta herramienta surgen porque al ser Ecuador un país dolarizado se pensaría que se pretende emitir moneda diferente al dólar o ingresar al mercado circulante como bonos del Estado.

Sistema de Pagos

“El sistema de pagos comprende el conjunto de instrumentos, procedimientos e instituciones que permiten las transferencias de dinero entre los agentes económicos. Un sistema de pagos seguro y eficiente contribuye a la efectividad de la política monetaria, a la estabilidad del sistema financiero y al buen funcionamiento de la economía en su conjunto. Igualmente, comprende los pagos efectuados mediante efectivo y los realizados sin efectivo, estos últimos se llevan a cabo en los sistemas de transferencias electrónicas” (Andrade H, Carlos., 2004) Los sistemas de pagos distintos al efectivo pueden ser clasificados en sistemas de pagos de alto valor y de bajo valor. Los sistemas de pagos interbancarios de alto valor son generalmente administrados por el Banco Central, mientras que los de bajo valor, que comprenden los diferentes medios de pago ofrecidos por el sector financiero, tales como cheques, débitos directos, transferencias de bajo valor, etc., son compensados a través de cámaras de compensación y generalmente se liquidan a través de los sistemas de alto valor.

Teorías Sustantivas- Análisis Conceptual del Dinero Electrónico

El dinero electrónico es un medio de pago de curso que opera mediante una tecnología digital. Es un instrumento de pago virtual que se guarda, moviliza y transfiere por medio de una tarjeta inteligente y que sirve para saldar de contado la compra de bienes, servicios y valores, sin utilizar billetes, monedas, cheques de banco, tarjetas de crédito u otros instrumentos convencionales. (Banco Central del Ecuador, 2014). El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 en su objetivo número ocho indica que el sistema económico mundial requiere renovar su concepción a fin de priorizar la igualdad en las relaciones de poder sobre el crecimiento económico y el capital. Así se permitirá la inclusión económica y social de millones de personas, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la regulación del sistema económico. (Banco Central del Ecuador, 2014). En este marco, el Banco Central del Ecuador (BCE) desarrolla nuevos mecanismos que faciliten el acceso a diversos servicios financieros. El dinero electrónico es el medio de pago electrónico, gestionado privativamente por el BCE, denominado en dólares de los Estados Unidos de América de conformidad con lo establecido en el Código Orgánico Monetario y Financiero, que se intercambia únicamente a través de dispositivos electrónicos, móviles, electromecánicos, fijos, tarjetas inteligentes, computadoras y otros, producto del avance tecnológico. (Resolución No.005-2014-M). (Banco Central del Ecuador, 2014).

Además, es un servicio sin fines de lucro, de bajo costo y más seguro para la ciudadanía. Al ser administrado por el BCE evita problemas de compatibilidad entre diferentes sistemas y monopolios, como ha sucedido en algunos lugares del mundo. La tecnología digital está ganando terreno en todo ámbito, a nivel global. El BCE trabaja para que las ventajas tecnológicas del siglo XXI estén al servicio

de toda la ciudadanía. (Banco Central del Ecuador, 2014). El Directorio del Banco Central del Ecuador (Regulación BCE 055-2014) establece las definiciones de lo que constituye y no dinero electrónico y que se detalla a continuación por ser de interés de este estudio:

Teorías Sustantivas-Dinero Electrónico

Es el valor monetario equivalente al valor expresado en la moneda de curso legal del país que: A) Se almacena e intercambia únicamente a través de dispositivos electrónicos, móviles, electromecánicos, fijos, tarjetas inteligentes, computadoras y otros, producto del avance tecnológico; B) Es aceptado con poder liberatorio ilimitado y de libre circulación, reconocido como medio de pago por todos los Agentes Económicos en el Ecuador y para el pago de obligaciones públicas de conformidad con las normas que dicte el Organismo Regulatorio Competente; C) Es convertible en efectivo a valor nominal; y, D) Es emitido privativamente por el Banco Central del Ecuador sobre la base de las políticas y Regulaciones que expida el Organismo Regulatorio Competente y por ende se registra en el pasivo de la Institución.

El sistema de dinero electrónico, tiene como objetivo, buscar la eficiencia en los sistemas de pagos para promover y contribuir a la estabilidad económica del país. (Banco Central del Ecuador, 2014). El Banco Central del Ecuador (BCE) es el encargado de desarrollar nuevos mecanismos que faciliten el acceso a los diversos servicios financieros. El dinero electrónico es el medio de pago electrónico, gestionado privativamente por el BCE, denominado en dólares de los Estados Unidos de América de conformidad con lo establecido en el Código Orgánico Monetario y Financiero, que se intercambia únicamente a través de dispositivos electrónicos, móviles, electromecánicos, fijos, tarjetas inteligentes, computadoras y otros, producto del avance tecnológico. (Resolución No.005-2014-M). (Banco Central del Ecuador, 2014).

Este es un servicio sin fines de lucro, de bajo costo y más seguro para la ciudadanía. Al ser administrado por el BCE evita problemas de compatibilidad entre diferentes sistemas y monopolios, como ha sucedido en algunos lugares del mundo. Con el desarrollo de la tecnología digital a nivel global, el BCE trabaja para que las ventajas tecnológicas del siglo XXI estén al servicio de toda la población. (Banco Central del Ecuador, 2014). Este sistema de dinero electrónico ha sido probado y desarrollado en algunos países del mundo como, por ejemplo: Holanda, Hong Kong, Kenia, Paraguay, entre otros. (Banco Central del Ecuador, 2014). El uso del dinero electrónico servirá como medio de pago, como lo son actualmente las monedas fraccionarias emitidas por el BCE, las tarjetas de débito emitidas por los bancos, los cheques o las transferencias electrónicas. (Banco Central del Ecuador, 2014).

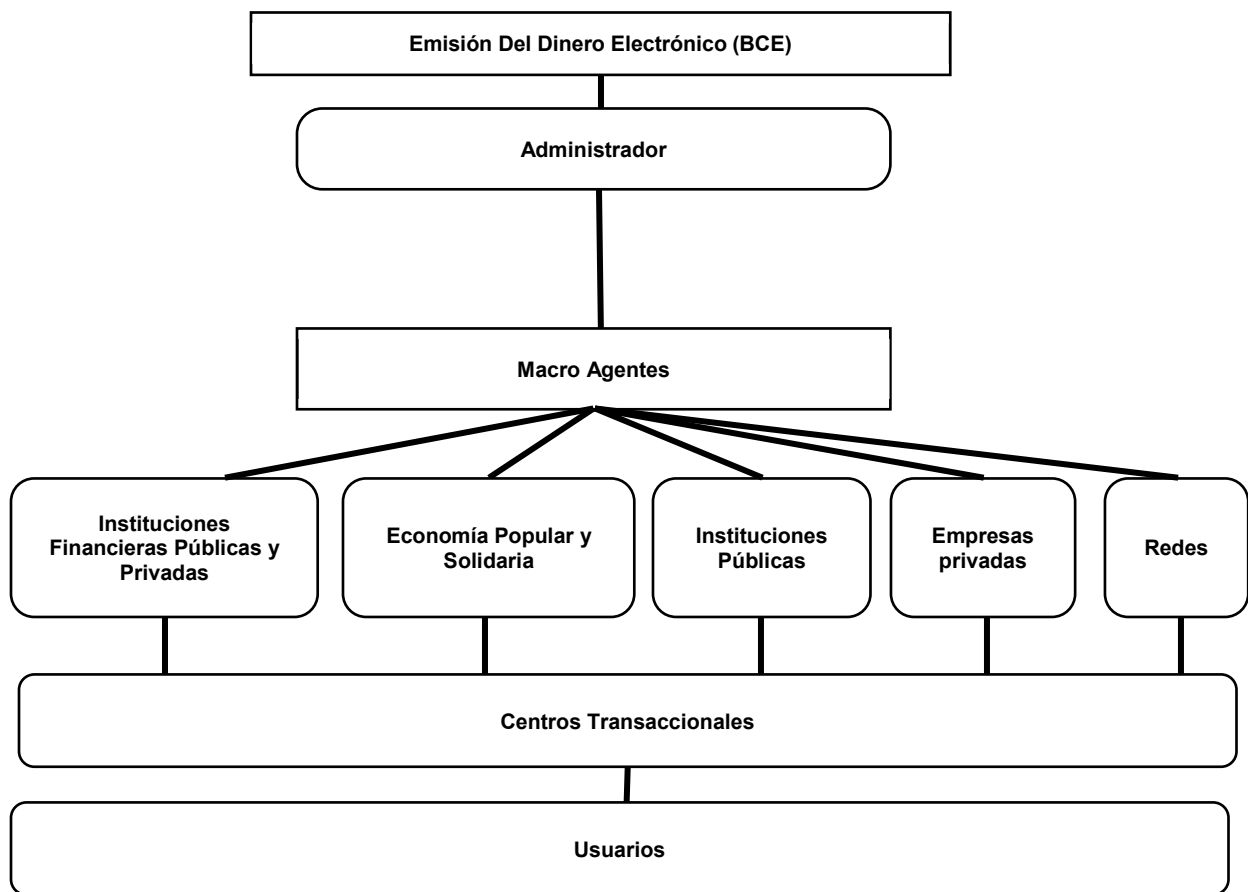
Se podrá realizar pagos en dólares de los Estados Unidos de América a través de teléfonos celulares sin la necesidad de tener Internet ni una cuenta en una entidad financiera. (Banco Central del Ecuador, 2014). Con esto se evitaría el cambio de billetes por monedas fraccionarias, ya que se puede cancelar el precio con exactitud de hasta un centavo, sin la necesidad de buscar “suelos”. (Banco Central del Ecuador, 2014). La población tendrá acceso a este sistema de pago, sobre todo en las áreas más alejadas donde no existe la presencia del sistema financiero ni cobertura de Internet. Las empresas podrán agilizar sus transacciones y reducir sus costos. (Banco Central del Ecuador, 2014) Así también, el Estado podrá reducir sus gastos en reposición de especies monetarias deterioradas. (Banco Central del Ecuador, 2014).

El Banco Central se encuentra en la cabeza de la estructura del sistema, como emisor y administrador de la plataforma, después se encuentra un grupo denominado los macroagentes, quienes, a través de sus sucursales o centros de ventas y servicios, conocidos como centros transaccionales, permitirán a los usuarios finales hacer operaciones de carga y descarga de dinero electrónico (cash-in y cash-out). La ilustración 1, refleja la estructura del Sistema de Dinero Electrónico.

Estructura del Sistema de Dinero Electrónico

Cada persona natural o jurídica podrá crear una cuenta dentro del sistema con su número de identificación. Para las personas naturales se usará la cédula de identidad, y para las personas jurídicas se utilizará el Registro Único de Contribuyentes (RUC). A cada persona natural se le podrán asignar máximo tres cuentas de dinero electrónico, o monederos electrónicos. Un monedero será una línea telefónica de celular, y se utilizará el número de teléfono para realizar las transacciones. Para cada persona jurídica se asignará una cantidad determinada de monederos dependiendo del tamaño del negocio, y el Banco Central será el encargado de aprobar el número de monederos asignados. Inicialmente, se ha definido que una persona jurídica puede tener hasta diez monederos.

Figura 1: Estructura del Sistema de Dinero Electrónico



La imagen de muestra el proceso de emisión del sistema de pago a través del dinero electrónico por parte del Banco Central del Ecuador. Esta administrado mediante agentes de supervisión tanto instituciones privadas y públicas, Ministerio de Economía Popular y Solidaria para llevar el control adecuado de las transacciones de los usuarios que aplican a este sistema de pagos con la finalidad de proporcionar la información necesaria para su respectiva devolución o beneficio tributario. Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

De acuerdo al artículo dos de las Normas para la Gestión de Dinero Electrónico, emitidas por la Junta de Regulación Monetaria y Financiera, el portador de dinero electrónico, podrá en cualquier momento canjear su saldo de dinero electrónico por especies monetarias físicas en cualquier punto de un macroagente autorizado, y viceversa. Además, podrán transferir dinero electrónico desde su monedero hacia su cuenta en el Sistema Financiero Nacional. (Junta de Regulación Monetaria y Financiera, 2014) El Banco Central, según el artículo tres de la mencionada normativa, deberá registrar en el pasivo del

Balance General del Banco Central del Ecuador, el saldo final diario de dinero electrónico del sistema. Este registro se hará en contrapartida de las especies monetarias, los depósitos y las transferencias, recibidas por este concepto y que se registrarán en el activo del mismo balance. (Resolución No.005-2014-M). Entidades Reguladoras y de Control Un primer grupo de actores son las entidades reguladoras y de control del Sistema de Dinero Electrónico, en el ámbito de sus competencias. Dentro de éstas se encuentran:

(1) Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, (2) Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), (3) Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), (4) Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), (5) Superintendencia de Bancos,

(6) Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, (7) Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, y (8) Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

Sistema de Pagos

“El sistema de pagos comprende el conjunto de instrumentos, procedimientos e instituciones que permiten las transferencias de dinero entre los agentes económicos. Un sistema de pagos seguro y eficiente contribuye a la efectividad de la política monetaria, a la estabilidad del sistema financiero y al buen funcionamiento de la economía en su conjunto. Igualmente, comprende los pagos efectuados mediante efectivo y los realizados sin efectivo, estos últimos se llevan a cabo en los sistemas de transferencias electrónicas” (Andrade H, Carlos., 2004) Los sistemas de pagos distintos al efectivo pueden ser clasificados en sistemas de pagos de alto valor y de bajo valor. Los sistemas de pagos interbancarios de alto valor son generalmente administrados por el Banco Central, mientras que los de bajo valor, que comprenden los diferentes medios de pago ofrecidos por el sector financiero, tales como cheques, débitos directos, transferencias de bajo valor, etc., son compensados a través de cámaras de compensación y generalmente se liquidan a través de los sistemas de alto valor.

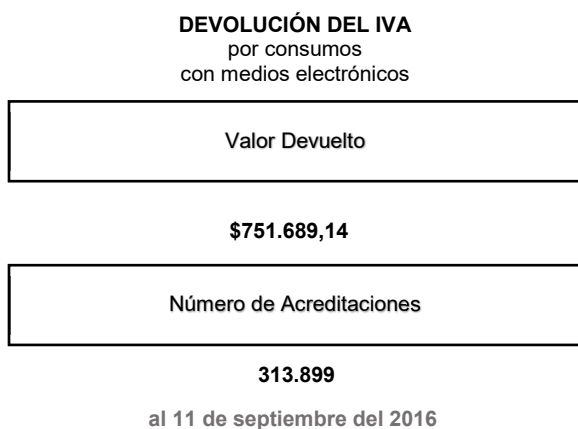
Los tipos de dinero a lo largo del tiempo, adquirieron su valor ante la sociedad, especialmente por su forma de presentación. Las diferentes formas de dinero de mercancía, adquirirían valor tanto por su utilidad, como su durabilidad, pero también por los valores culturales que generaban. El oro y la plata en sí no tenían, una utilidad propia pero eran altamente apreciados. De la misma forma como en los últimos años, han adquirido valor los billetes y las monedas, en sí mismo, a pesar de que son solo impresiones en papel o aleaciones de metal. El dinero electrónico, debe superar esta relación que tienen las personas con los objetos y el valor que le dan, y enfocarse más en el valor que tienen las transacciones y los bienes y servicios que pueden adquirir mediante este tipo de dinero. En cierta forma, el dinero. Electrónico también constituye un dinero simbólico, porque representa la posesión de dinero físico, el cual estará resguardado en el Banco Central del Ecuador.

Según la (Asamblea Nacional, 2016) que aprobó la Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas cuya finalidad es beneficiar a los damnificados del pasado terremoto del 16 Abril del 2016 en la Provincia de Manabí que dejó a miles de habitantes sin vivienda y personas muertas y desaparecidas y junto al SRI mediante (Decreto 1064, 2016) aprobado por el Presidente de la República del Ecuador por el Ec. Rafael Correa Delgado por mejorar el impulso de la Economía del país fomenta incentivando el uso del Sistema de Pago a través del Dinero Electrónico, la exoneración y de impuestos tributarios tales como: (1) Pago con medios electrónicos, (2) Reducción del Impuesto a la Renta para microempresas, (3) Rebaja del anticipo del Impuesto a la Renta, (4) Impuesto a la Salida de Divisas, (5) Pago de obligaciones con el SRI e IESS y (6) Exoneración de ICE a donaciones por el terremoto

Pago Con Medios Electrónicos

Con la reforma aprobada en la Ley de Solidaridad y Corresponsabilidad Ciudadana, se incluyó en la Ley para el Equilibrio de las Finanzas Públicas, una disminución de hasta 4 puntos del IVA por consumos con medios electrónicos de pago: (a) 4 puntos del IVA al consumir con efectivo desde mi celular (dinero electrónico) y (b) 1 punto del IVA al consumir con tarjeta de crédito, débito o prepago.

Figura 2: Devolución del IVA

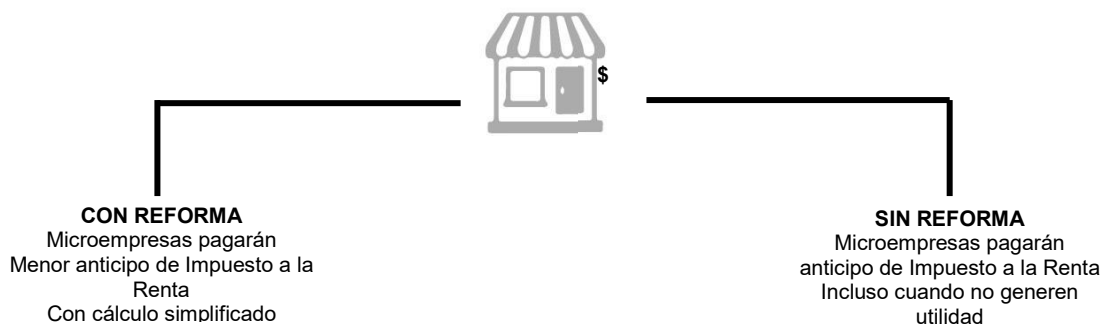


En esta imagen nos demuestra el costo beneficio que tiene al usar el dinero electrónico a través de la evolución del IVA. Los contribuyentes que pertenecen al RISE y pagan a tiempo sus cuotas mensuales o anuales a tiempo con efectivo desde un celular (dinero electrónico), obtienen una devolución del 5% del valor de la cuota, más el 5% por comprar y vender con efectivo desde mi celular (dinero electrónico). Las ganancias obtenidas tanto la devolución y valores acreditación favorecen a la economía del país y a la mejora del desarrollo sostenible y sustentable para mejoras del pueblo ecuatoriano. Fuente: <http://www.sri.gob.ec/de/noticias2>

Reducción del Impuesto a la Renta Para Microempresas

Reducción del anticipo de Impuesto a la Renta de más de 66.000 microempresas a través de un cálculo más simple.

Figura 3: Reducción del Impuesto a la Renta Para Microempresas

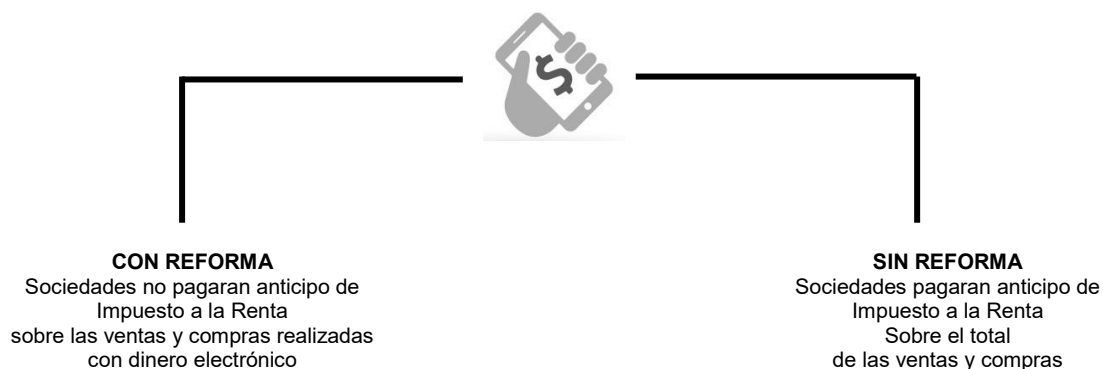


En la siguiente figura nos demuestra el beneficio que tendría las microempresas al usar como sistema de pago el dinero electrónico entre sus clientes y proveedores. Este sistema se emplearía mediante el pago de dinero a través de un celular lo que se ahorrarían en transacciones y se reduciría el pago anticipado del Impuesto a la Renta en su cálculo simplificado para las microempresas del país. Fuente: <http://www.sri.gob.ec/de/noticias2>

Rebaja del Anticipo del Impuesto a la Renta

Rebaja del anticipo de Impuesto a la Renta a todas las empresas que utilicen efectivo desde mi celular (dinero electrónico).

Figura 4: Rebaja del Anticipo del Impuesto a la Renta



Esta figura nos demuestra que al usar este sistema de pago mediante el dinero electrónico propuesto por el gobierno ecuatoriano, con esta reforma las sociedades no se cancelarán el anticipo del Impuesto a la Renta sobre sus ventas y compras realizadas con este sistema con sus clientes ya sea nacional o extranjera. Fuente: <http://www.sri.gob.ec/de/noticias2>

Para ello, el usuario debe disponer de una cuenta de dinero electrónico. Solo por una vez, el Servicio de Rentas Internas (SRI) realizará la devolución de forma acumulada desde la tercera semana de mayo, por las compras realizadas desde el primer día del mes. A partir de esa fecha las devoluciones se harán semanalmente, informó la entidad a través de un comunicado. No existen condiciones o restricciones sobre montos máximos de las operaciones. Tampoco se requiere disponer de fuertes sumas de dinero en efectivo para habilitar una cuenta de dinero electrónico. Este medio de pago puede ser utilizado en cooperativas de ahorro y crédito, supermercados, farmacias, bancos, restaurantes u otros establecimientos autorizados. Las autoridades del Banco Central del Ecuador (BCE) -la entidad responsable de la regulación del medio de pago- señalaron que los ciudadanos podrán disponer del dinero acumulado en sus cuentas en cualquier instante. (www.eltelegrafo.com.ec, 2016)

Al momento, el Banco Central del Ecuador (BCE) reporta 62.321 cuentas. A partir del 30 de abril, se abrieron 5.749 nuevas cuentas y se realizaron 987.328 transacciones. A nivel nacional, existen 16.315 centros de transacción autorizados, 61 cajeros automáticos para cargar dinero electrónico depositando dinero físico y también 939 cajeros para descargar dinero electrónico retirando dinero físico. Ahora 11 entidades de la banca pública y privada son parte del sistema. El dinero electrónico también sirve para el pago de impuestos en el SRI, como cuotas del RISE, declaraciones y matriculación vehicular. Desde el 6 de mayo, el BCE permite el envío de remesas desde el exterior con este mecanismo. (www.eltelegrafo.com.ec, 2016).

Referencias Empíricas

La presente investigación hace a referencia a tesis doctorales y maestría en cuanto al dinero electrónico que está implementando el Banco central del Ecuador, tal cual nos indica o revela la factibilidad y uso de este sistema mediante pago electrónico. El dinero, como medio de intercambio de productos y servicios, a través de la historia de la humanidad ha estado en permanente evolución. Desde sus orígenes ha luchado constantemente por liberarse de los medios que han intentado apresarlos en formas físicas, tangibles. Así, es como el mismo ha logrado transitar un camino variable, de conchas de mar y semillas de cacao, a

metales y piedras preciosas, hasta que en la actualidad logró desprenderse totalmente de su forma física, siendo su última evolución el Dinero Electrónico, tema central de investigación en la presente tesis. (Adriana Gómez Duarte, 2012) En síntesis, el problema que aquí ha de estudiarse es qué debe hacer el legislador costarricense para establecer y armonizar las disposiciones legales, reglamentarias, administrativas y de supervisión cautelar necesarias para tutelar la gestión por parte de las entidades financieras de productos de dinero electrónico, teniendo en cuenta, sobre todo, la incidencia del dinero digital en la política macroeconómica en general y la defensa efectiva de los consumidores en particular. Debido a que las grandes innovaciones que se están desarrollando día tras día a nivel mundial en este tema, serán inevitablemente introducidas en el país en el corto plazo. (Adriana Gómez Duarte, 2012).

Con la implementación del dinero electrónico en el Ecuador, surgen dudas respecto a la implementación satisfactoria de este sistema usando la red celular, considerando que es el Banco Central del Ecuador quien gestiona la plataforma, pero los usuarios deben interactuar con esta a través de las tres operadoras concesionarias del servicio de telefonía celular, con lo que se espera reducir significativamente la exclusión financiera, especialmente al sector de la población no bancarizada, que en el Ecuador bordea el 40%, sin embargo, se desconoce la penetración que se puede alcanzar con el dinero electrónico a través de las redes celulares y si la inclusión financiera puede ser real para lo cual es necesario determinar un par comparativo, que por su naturaleza pueden ser las tarjetas de débito utilizadas a través de la infraestructura tecnológica desarrollada para este fin, la cual puede ser comparada con la infraestructura tecnológica para el dinero electrónico para determinar su cobertura, penetración y determinar el grado de inclusión financiera que se pueda alcanzar. (Charles Edison Escobar Terán, 2015) No se conoce de antemano cuales son las principales herramientas o aplicaciones que tanto los proveedores como usuarios necesitarán para poder realizar transacciones financieras con dinero electrónico a través de sus dispositivos móviles, lo cual guarda relación con las herramientas o aplicaciones que los usuarios usan en sus actividades cotidianas en las redes de telecomunicaciones. (Charles Edison Escobar Terán, 2015)

El Sistema de Dinero Electrónico del Banco Central del Ecuador

El presente capítulo busca explicar las especificidades del Sistema de Dinero Electrónico del Banco Central del Ecuador. Se inicia explicando el contexto en el cual ha sido desarrollado este proyecto, desde su concepción ante la necesidad de generar nuevos medios de pago, que puedan sostener el sistema de dolarización ecuatoriano, hasta los detalles de su diseño y evolución a lo largo de aproximadamente cuatro años. Se presenta a nivel detallado, las especificaciones técnicas del Sistema de Dinero Electrónico, y se describen los actores involucrados en su operación e implementación.

Antecedentes y Contexto del Dinero Móvil en Ecuador

Como se expresó previamente, el inicio de la crisis financiera mundial del 2008, trajo preocupaciones importantes para la economía ecuatoriana. El gobierno, dentro de las diferentes propuestas para blindar al país de los posibles impactos, pide al Ministerio Coordinador de Política Económica que planifique la generación de nuevos medios de pago, ante la posible escasez de dólares. (Arauz, Andrés., 2014) Es así, que se designa al Banco Central de Ecuador, como la institución encargada de analizar la creación del dinero móvil en el país, proponiendo ser su emisor y administrador de la plataforma tecnológica. La primera fase del dinero móvil en el Ecuador, se fundamenta en el análisis de las distintas experiencias ejecutadas hasta esos días a nivel mundial, para fundamentar la etapa de diseño. De acuerdo a Arauz, unos de los documentos que sirvieron de base fueron la tesis de Santiago Vásquez, denominada “The Transformational Potential of Mobile Transactions: Turning Cell Phone into 24 hour tellers for the unbanked in Ecuador”, realizada en el año 2009, y la tesis de Christian Rivera, con el título “Servicios de transacciones económicas de dinero móvil entre usuarios de las Operadoras del Servicio Móvil Avanzado en el Ecuador”. (Arauz, Andrés., 2014) Santiago Vásquez sería también el autor del documento Apuntes

de Economía #60 del Banco Central del Ecuador, denominado “El Poder Transformador Del Dinero Móvil: Modelos Exitosos De Dinero Móvil En Países En Desarrollo”, en donde se recogen los estudios que el BCE realizó para determinar las potencialidades de implementar un Sistema Nacional de Dinero Móvil en el Ecuador (Santiago Vásquez, 2011). Este análisis profundizó la teoría de los sistemas de pagos móviles y resumió algunas de las experiencias internacionales implementadas.

La propuesta para el caso ecuatoriano, y el modelo en que se trabajó desde el año 2011 en el Banco Central, conceptualizaba la emisión del dinero móvil como una función privativa del Estado. (Santiago Vásquez, 2011) Pág. 37. Esta afirmación de acuerdo al documento Apuntes de Economía # 60 se fundamentaba en que: Desde el punto de vista Constitucional, la Constitución de la República, en su artículo 302 dispone que las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera tendrán como objetivos, entre otros, suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia. Así mismo, en su artículo 303, la Constitución de la República preceptúa que la formulación de las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera es facultad exclusiva de la Función Ejecutiva y se instrumentará a través del Banco Central del Ecuador. Además, la ley regulará la circulación de la moneda con poder liberatorio en el territorio ecuatoriano.

Desde el punto de vista de política pública, se consideró que el dinero electrónico y su emisión debe ser una función privativa del Estado, con lo cual se garantiza y da confianza al portador de este medio de pago, su libre disponibilidad y poder liberatorio. Desde la perspectiva de acceso, se analizó que el Servicio Móvil Avanzado, es la tecnología más cercana a los sectores sociales populares del Ecuador, al punto que en la actualidad existen tantas líneas activas del servicio de telefonía celular como ecuatorianos. Por el otro lado, la población de bajos recursos económicos se ha visto relegada en la práctica del acceso a servicios del sistema financiero tradicional. Se define como Dinero Electrónico al conjunto de operaciones, mecanismos, que facilitan los flujos, almacenamiento y transferencias en tiempo real, entre los distintos agentes económicos, a través del uso de: dispositivos electrónicos, móviles, tarjetas inteligentes y otros que se incorporen producto del avance tecnológico. (Banco Central del Ecuador, 2014).

METODOLOGÍA

Con el proceso trabajo investigativo comprende métodos y técnicas de investigación sobre el beneficios de utilizar el Sistema de Pago con Dinero Electrónico en los Impuestos Tributarios en relación al IVA y al Impuesto a la Renta.

Método Analítico: El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. (Caimi, 2003, pág. 39)

Es el método que será utilizado en el momento del procesamiento de la información que ha sido recopilada durante la investigación del trabajo, la misma que nos permitirá extraer los elementos fundamentales para fundamentación del trabajo.

Método deductivo: “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006, pág. 56)

Este método será utilizado en la elaboración de las conclusiones que nos permitirá determinar los resultados del proceso de investigación y en las recomendaciones para poder proyectarnos al futuro.

Método Estadístico: “El método estadístico, dentro del método científico, consiste en una serie de pasos para llegar al verdadero conocimiento estadístico”. (García, Ramos, & Ruiz, 2006, pág. 6)

Este método lo utilizamos al momento de recopilar la información para la elaboración de los resultados con la que podemos realizar la tabulación y elaboración de los cuadros estadísticos.

Universo y Muestra

Universo: Se tomó como referencia al azar a 300 personas entre 100 habitantes, 100 dueños de PYMES y MIPYMES y 100 Empresarios o dueños de empresas e industrias que habitan o se encuentra al norte de la ciudad de Guayaquil principalmente de las ciudadelas Kennedy, Garzota, Alborada y Martha de Roldós.

Muestra: Tomando en cuenta a los habitantes, dueños de PYMES y MIPYMES y Empresarios o dueños de empresas e industrias que habitan o se encuentra al norte de la ciudad de Guayaquil no superan los 100.000 individuos, para determinar su tamaño muestral se empleará la fórmula para la población finita.

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{((e^2(N-1)) + (Z^2 * P * Q))} \tag{1}$$

Z= Nivel de confianza (1.96)

e= Margen de error (0.05)

p= Probabilidad de éxito (0.5)

q= Probabilidad de fracaso (0.5)

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{1.96^2 * 300 * 0.5 * 0.5}{((0.05^2(300-1)) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5))} \tag{2}$$

Tabla 1: Calculo Del Muestreo

Universo	Población	Muestra
Habitantes	100	56
PYMEs y MIPYMEs	100	56
Empresarios	100	56
Total	300	169

La muestra presenta la elaboración de la respectiva investigación mediante encuestas sobre el uso y pago del Sistema de pago del Dinero Electrónico que tendrían las empresas, instituciones públicas o privadas u organizaciones del país como medio de ingreso económico sustentable y sostenible para la mejora de la matriz productiva para el pueblo ecuatoriano. Elaborado por: Ing. Álvaro Rivera Guerrero, ESP.

RESULTADOS

Por ende, la encuesta se efectuó a 169 entre habitantes, dueños de PYMES y MIPYMES y Empresarios o dueños de empresas e industrias que habitan o se encuentra al norte de la ciudad de Guayaquil Una vez realizada las encuestas en cuanto el beneficio que se obtiene en cuanto a usar el nuevo sistema de Pagos mediante Dinero Electrónico en relación a la reducción y devolución del IVA y del Impuesto a la Renta, nos refleja que si hay mayor acogida en cuanto a los habitantes, dueños de PYMES y MIPYNEs y empresarios Se toma como referencia a una de las preguntas que mayor importancia tubo al realizar las preguntas, como resultado nos indica que si es favorable y confiable usar dinero electrónico como forma de pago obteniendo beneficios en cuanto impuestos tributario en base al IVA e Impuesto a la Renta.

Tabla 2: Beneficio del Dinero Electrónico

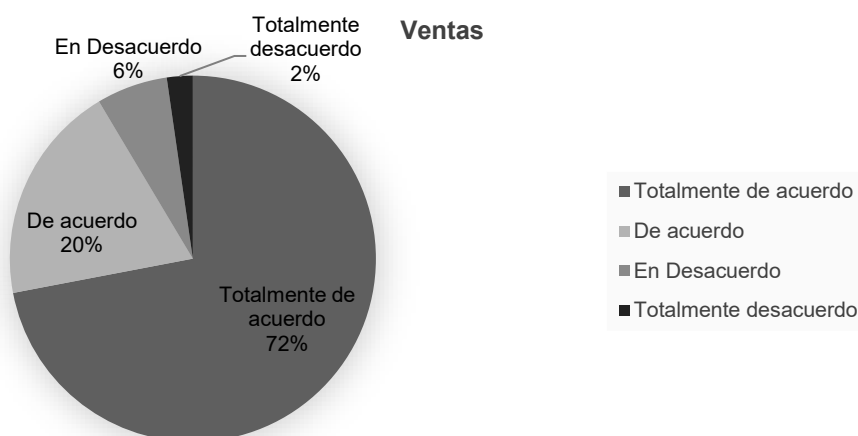
#	Alternativa	Encuestados	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	120	71%
2	De acuerdo	34	20%
3	En desacuerdo	11	7%
4	Totalmente en desacuerdo	4	2%
	TOTAL	169	100%

Indica el porcentaje y la cantidad de encuestas que se realizaron ha cerca sobre: ¿Cómo considera usted que al usar Dinero Electrónico como medio de pago y cobro, traerá beneficios a la economía del país en cuanto a la devolución de ciertos impuestos tributarios tradicionales (IVA, Renta)?

Uso del Dinero Electrónico Como Medio de Pago Trae Beneficios a la Economía

La Figura 5 muestra los resultados de la pregunta ¿Cómo considera usted que al usar Dinero Electrónico como medio de pago y cobro, traerá beneficios a la economía del país en cuanto a la devolución de ciertos impuestos tributarios tradicionales (IVA, Renta)?

Figura 5: Resultado de la Encuesta



En la siguiente figura no demuestra la importancia y la factibilidad y aceptación por parte de los habitantes de la ciudad de Guayaquil que fue punto de la encuesta para la investigación, demostrando que si es beneficiosa usar el Sistema de Pago y Cobro mediante el Dinero Electrónico para mejorar la Economía del país en el cambio del desarrollo sustentable y sostenible.

Los resultados obtenidos demuestran el costo beneficio que obtendrían al usar el Sistema de Pago mediante el Dinero Electrónico por el Banco Central del Ecuador, donde los usuarios aplicando este sistema beneficiándose en la devolución del IVA por consumo mediante medios electrónico, Microempresas pagan menor anticipo de Impuesto a la Renta con cálculo simplificado y Sociedades no pagan anticipo de Impuesto a la Renta sobre las ventas y compras

CONCLUSIONES

El uso del Dinero Electrónico como forma de pago era una duda, hoy en día a mucho los que están usando aseguran el beneficio que obtienen en cuanto a los pagos y la devolución del IVA y del Impuesto a la Renta. La implementación de esta herramienta, se la realiza más que nada como un elemento de inclusión social de las personas pertenecientes a sectores no tan privilegiados, el fin es actualizarlos para facilitar su vida y en un futuro probable hacerlo partícipes de buenas noticias que redundaran en su beneficio. En fin, la implementación del dinero electrónico en su gran mayoría de la ciudadanía asimilan que éste servicio les favorecería para realizar transacciones y por ende revelan que ésta aplicación les permitirá acceder al sistema financiero bancario. Se concluye que si existe una gran aceptación del dinero electrónico como medio de pago. La mayor parte de los usuarios aseguran estar de acuerdo con la implementación de éste

sistema, ya que les permitirá ahorrar tiempo y dinero, además realizar diversas transacciones desde sus teléfonos celulares, con cualquiera de las operadoras sin gasto de saldo. De la publicidad con la que se cuenta al respecto, es decir los medios de comunicación como televisión, radio y prensa escrita del país que fueron las opciones que la gran parte de los encuestados respondieron haber conocido acerca de ésta herramienta, permitiéndoles conocer sus beneficios como medio de pago seguro, ágil y barato a través de celulares móviles.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por un nuevo día lleno de felicidad y armonía junto a nuestras familias, agradecemos a nuestras familias esposas, hijos e hijas, padres que están siempre día a día en nuestro vivir y rutina laborar pendiente de lo que hacemos, a nuestros compañeros y la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, que con su granito de aporte investigativo podemos finalizar con éxito nuestro artículo investigativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Leonardo Wild. (2011). *El dinero o la vida: Una guía práctica para la alquimia monetaria*, Quito: Mayor Books.

Adriana Gómez Duarte. (2012). “*El Dinero Electrónico como sustituto parcial del efectivo y posible mecanismo para masificar el acceso a los servicios financieros. Análisis de la normativa costarricense y la comparada. San Jose Costa Rica:* ” Universidad De Costa Rica Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Derecho.

Andrade H, Carlos. (2004). Evolución de los medios de pago distintos al efectivo en el Ecuador. Pág. 3. Quito.: *Apuntes de Economía* No. 44, Banco Central del Ecuador.

Arauz, Andrés. (2014). “El Dinero Electrónico y su relación con la Nueva Arquitectura Financiera”. Quito: *Entrevistado por Javier Félix*.

Asamblea Nacional. (2016). Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Públicas. Quito: Registro Oficial Suplemento 744 de 29-abr.-2016.

Banco Central del Ecuador. (2014). Sistema de Dinero Electrónico en beneficio de la economía popular y solidaria. Obtenido de . Obtenido de Banco Central del ecuador: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2014/01/2.6-Fausto-Valencia-BCE-Sistema-de-dinero-electr%C3%B3nico.pdf>

Bernal, C. (2006). Metodología De La Investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

Bernard Lietaer, et al. (2008). White Paper on the Options for Managing Systemic Bank Crises.

Caimi, M. (2003). *Discurso Del Método: Volúmen 39 of (Clásicos del pensamiento)* Colihue Clásica. Argentina: Ediciones Colihue SRL.

Charles Edison Escobar Terán. (2015). “Estudio De La Implementación De Una Red De Dinero Electrónico A Través De La Plataforma Celular En El Ecuador, Comparándola Con El Uso De Tarjetas De Débito”. Quito: Facultad De Ingeniería, Magister En Redes De Comunicaciones”.

Decreto 1064. (2016). Quito.

G. Eastwood. (2008). The Future of Payments: Prepaid cards, contactless and mobile payments. *Business Insights*.

García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). Estadística Empresarial. Manuales a 6 euros. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.

GeorgSimmel. (1978). The Philosophy of Money. Pág. 16. Londres: Routledge and Kegan Paul Ltd.

Greco, Thomas. (2001). Money: Understanding and creating alternatives to legal tender. Vermont: Chelsea Green Publishing Company.

Henk Van Arkel. (2010). El dinero como uno de los principales mecanismos de dirección de la sociedad, The Stro Experts Program, No publicado.

International Monetary Fund. (2008). Monetary and financial statistics: compilation guide. ISBN 978-1-58906-584-0, sección 6.74, Dinero Electrónico. Washington D.C.

Javier Alejandro Félix Chilibingua. (2016). Directrices para la aplicación del Sistema de Dinero Electrónico en instituciones financieras populares y solidarias. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Milton Vega. (2013). Dinero Electrónico: Innovación en pagos al por menor para promover la inclusión. *Revista Moneda*, 15-18.

Regulación BCE 055-2014, C. I. (s.f.). Dinero Electrónico. En B. c. Ecuador.

Resolución No.005-2014-M. (s.f.). Junta de Política y Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Obtenido de <https://www.juntamonetariafinanciera.gob.ec/PDF/Resolucion%20No.%20005-2014-M.pdf?dl=0>

Santiago Vásquez. (2011). El Poder Transformador Del Dinero Móvil: Modelos Exitosos De Dinero Móvil En Países En Desarrollo. Quito: *Apuntes de Economía* #60, Banco Central del Ecuador.

Wild, Leonardo. (2011). El dinero o la vida: Una guía práctica para la alquimia monetaria. Quito: Mayor Books.

www.eltelegrafo.com.ec. (Domingo 15 de Mayo de 2016). El pago con dinero electrónico trae beneficios. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo-dia/1/el-pago-con-dinero-electronico-trae-beneficios>

BIOGRAFÍA

Álvaro Rivera Guerrero - Facultad de Ciencias Administrativas - Universidad de Guayaquil.
Correo electrónico: ariveraguerrero@gmail.com

Félix Hablich Sánchez - Facultad de Ciencias Administrativas - Universidad de Guayaquil.
Correo electrónico: felix_hablich@hotmail.com

Logan Berni Moran - Facultad de Ciencias Administrativas - Universidad de Guayaquil.
Correo electrónico: loganberni@sky.net.ec

CRIPTOMONEDAS, COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DE MICROEMPRESAS DEL SECTOR TURISTICO EN LA ZONA SUR ORIENTE DEL ESTADO DE MÉXICO

Abraham Sánchez Gil, Centro Universitario UAEM Amecameca
Omar Ernesto Terán Varela, Centro Universitario UAEM Amecameca

RESUMEN

De acuerdo a los procesos globalizadores en el sector financiero se está experimentando grandes transformaciones derivadas de los cambios sociales del consumidor. En estos momentos somos testigos de un desafío mayúsculo desde el punto de vista tecnológico, el cual está avanzando sobre las bases financieras y económicas a nivel mundial, al querer cambiar su pieza prioritaria que es la moneda, la cual le permite comercializar los bienes y servicios que se producen, por otro tipo que son las denominadas criptomonedas. La emergencia de nuevos valores y necesidades y específicamente en el desarrollo de nuevas tecnologías que dotan de una dimensión digital a los soportes y canales económicos. En este contexto, las criptomonedas han ampliado las posibilidades interactivas de los medios financieros, sumándose a la tendencia de la era digital con los consumidores para el uso de una moneda digital, por medio de intercambio basado en internet, que es el equivalente a la moneda física, salvo que permite que las transacciones sean instantáneas y las transferencias sean sin fronteras. Estas monedas se pueden utilizar para comprar bienes y servicios, pero también podrían ser restringidas a ciertas comunidades como los juegos en línea, redes sociales, o esquemas piramidales. Las monedas digitales como el Bitcoin es conocido como "monedas digitales descentralizadas", sin control central sobre la oferta monetaria. Por ese motivo se considera a la criptomonedas una como oportunidad de negocio de microempresas del sector secundario en la zona sur oriente del estado de México ya que facilita la compra y venta de los servicios que se pueden ofrecer en diversos sectores. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación radica en proponer a las criptomonedas, como oportunidad de negocio, que permita el incremento de mercados y el posicionamiento de las microempresas del sector turístico de la zona sur oriente del estado de México. Por lo que el propósito principal de la investigación es llegar a situaciones predominantes a través del uso de criptomonedas como oportunidad de negocio puede ser considerada como una ventaja de competitividad.

PALABRAS CLAVE: Criptomonedas, Financiero, Organizaciones, Sector Turístico

CRIPTOMONEDAS, AS A BUSINESS OPPORTUNITY FOR MICROENTERPRISE OF THE TOURISM SECTOR IN THE SOUTH EAST ZONE OF THE STATE OF MEXICO

ABSTRACT

According to the globalization processes in the financial sector, great changes are being experienced as a result of the social changes of the consumer. We are witnessing a major challenge from the technological point of view. Advancement exists on financial and economic bases at the global level. We see evidence of changing currencies. These currencies are produced, by cryptones. The emergence of new values and needs, specifically in the development of new technologies, gives a digital dimension to economic supports

and channels. In this context, cryptomonedas have expanded the interactive possibilities of financial means. They add to digital era trend through the use of a digital currency. The currency uses an internet-based exchange, which is the equivalent of the physical currency except that it allows transactions to be instantaneous and transfers are borderless. These coins can be used to buy goods and services, but could also be restricted to certain communities such as online games, social networks, or pyramid schemes. Digital coins such as Bitcoin are known as "decentralized digital coins" without central control over the money supply. For this reason, the cryptomoneda is considered a business opportunity for microenterprises in the secondary sector in the south east of the state of Mexico. It facilitates the purchase and sale of services that can be offered in various sectors. Therefore, the objective of this research is to propose a business opportunity to criptomonedas. We suggest the increase of markets and the positioning of microenterprises in the tourism sector of the south-eastern zone of the state of Mexico. The main purpose of this research is to reach prevailing situations through the use of credit risk as a business opportunity.

JEL: D20, D24, D29, E21, E22, E42, E52, E59, G12, G19, G28

KEYWORDS: Criptomonedas, Financial Organizations, Touristic Sector

INTRODUCCIÓN

En los procesos de globalización, el sector turístico ha tenido un crecimiento exponencial, que se ha tornado como un sector de ingreso primarios para los países. Este sector da a conocer las bellezas naturales, costumbres y cultura, entre otros aspectos de las localidades desde el nivel país, hasta el rincón más pequeño de los mismos. Es por ello, la importancia que tiene dicho sector en todos los ámbitos, por lo que en México este sector es la segunda fuente de ingreso, aportando hasta 8.7%, para el Producto Interno Bruto (PIB), después de la industria petrolera. Con un crecimiento que se ha registrado en los últimos años, pero en cuestión de empleos genera apenas 5.9% del total, cifras que contrastan con 12 de los países de la Organización para la Cooperación y el Crecimiento Económicos (OCDE), cuyas industrias sin chimeneas tienen mayor participación en los puestos de trabajo que en lo que contribuyen a sus respectivas economías, revelan estadísticas del organismo, González (2016). Por lo que, se busca que la Zona Sur Oriente del Estado de México (ZSOEM), no sea la excepción y sea protagonista en este sector, debido a que cuenta con una riqueza turística inmensa y poco explotada, por lo que le serviría para posicionarse en el mercado. La Zona está integrada por trece (13) municipios, de los cuales para la investigación se seleccionaron tres (3) que son los Municipios de Amecameca, Tlalmanalco y Tepetlixpa, que son los que presentan mayor inventario turístico, y se consideran potenciales para la investigación. Después de un análisis basado en el inventario turístico que tienen, tales como instrumentos culturales, paisajísticos, patrimoniales y gastronómicos, entre otros, que se explotan como un producto y/o servicio local, evaluando la posibilidad de usar a las criptomonedas como mecanismo de transacciones para realizar operaciones financieras y económicas en sus negocios.

El propósito de que se utilicen las criptomonedas como oportunidad de negocio, es el que se pueda realizar diferentes transacciones económicas entre empresas del ramo y prestadoras de servicios diversos, que apoyen al desarrollo de la región. De esta manera, lograr obtener beneficios en la reducción de costos, la eficiencia de procesos y la creación de información constante para elegir nuevos mercados, entre otros, permitiendo generar empleos, que aprueben reducir la pobreza existente, mejorando su calidad de vida. En la presente investigación se buscó analizar la viabilidad para que las microempresas del sector turístico manejen las criptomonedas como moneda de intercambio, de esta manera, lograr obtener beneficios y posicionarse en el mercado turístico de la zona, generando información constante para elegir nuevos mercados, entre otros aspectos. Al ser presentada como una alternativa de negocio en primera instancia se busca que las criptomonedas sean o busquen representar las operaciones que se realizan en efectivo, vía bancaria, entre otros mecanismos que se utilizan para cobrar y pagar sus servicios, donde surjan como la moneda primaria de financiamiento. Estas cuentan con una red global donde la meta principal es la

reducción de procesos y actividades que permitan la operación eficiente y eficaz a los mercados que la utilicen, y con ello mejorar el posicionamiento de las microempresas del sector que las adquieran.

Las criptomonedas avanzan a pasos agigantados, ya que en menos de ocho años se han creado un gran número de estas, usándose ya en distintos entornos sociales, económicos, políticos y administrativos al rededor del mundo. En 1998 el concepto o idea de criptomoneda fue descrita por primera vez por Wei Dai, y posteriormente en el año de 2014, propuso la idea de crear un nuevo tipo de dinero descentralizado que usara la criptografía como medio de control. La primera criptomoneda que se creó fue Bitcoin, creada en 2009 por el desarrollador de pseudónimo Satoshi Nakamoto. Posteriormente aparecieron más criptomonedas, como Namecoin, Litecoin y Freicoin. Las criptomonedas que han sido creadas aunque no todas han sido exitosas, en especial aquellas que no han aportado ninguna innovación. Durante los últimos años, las empresas han mostrado interés y han tomado conciencia de la importancia de desarrollar prácticas que les permitan mejorar la colaboración entre los diferentes factores de los costos, actualmente las empresas se ven forzadas a generar nuevas ideas para incursionar en el entorno y obtener ventaja competitiva. Por lo que, el objetivo de la investigación es utilizar las criptomonedas como una herramienta financiera, que permita lograr reducir y agilizar los procesos en las transacciones y la reducción de los costos, estableciéndose como instrumento de vinculación financiera entre las microempresas del sector turístico y los diversos proveedores de servicios, aumentando los beneficios para los proveedores, fabricas, centros de distribución, comercios y clientes, que son los elementos esenciales en el sector turístico. Por lo tanto, se obtendrán mayores beneficios, que permitirán la utilización de las criptomonedas para la toma de decisiones generando ventajas competitivas; ya que conociendo la localización de los servicios y la vida útil de los que los requieren, se hace necesario implementar un sistema de relación entre estos los elementos para reducir los gastos que genera el uso de bancos o elementos externos que generan costos innecesarios en las transacciones económicas.

El presente trabajo es derivado de un proyecto de investigación realizado en la Zona Oriente del Estado de México, en micro empresas del sector turístico, donde se buscó identificar si tienen conocimiento de los que son las Criptomonedas y si las podrían ver como una oportunidad de negocio, con el propósito de detonar al sector en la zona. La interrogante que se planteo fue: ¿Qué si el uso de las Criptomonedas pueden determinar que las micro empresas del sector turístico puedan posicionarse y lograr alianzas estratégicas con otros sectores?, con el propósito de que las criptomonedas sean utilizadas como una herramienta financiera, que permita lograr reducir y agilizar los procesos en las transacciones y la reducción de los costos, estableciéndose como instrumento de vinculación financiera entre las microempresas del sector turístico y los diversos proveedores de servicios, aumentando los beneficios para los proveedores, fabricas, centros de distribución, comercios y clientes, que son los elementos esenciales en el sector turístico. La estructura del artículo está organizado por una introducción donde se menciona a groso modo de que trata la investigación, el papel que juegan las Criptomonedas en el sector turístico de la zona, así mismo se plantea una interrogante, el objetivo que se persigue en la investigación. Se plantea otra sección donde se realiza una revisión literaria de fuentes bibliográficas, estadísticas, entre otras. En el apartado de la metodología se menciona la población objeto de estudio, el tipo de metodología utilizada. Se mencionan algunas conclusiones a las que se llegaron en la investigación y por último las referencias bibliográficas que se emplearon para el desarrollo del artículo.

REVISIÓN LITERARIA

De acuerdo a la publicación de Hotel Palenque (s/f), menciona que se puede considerar como el nacimiento del turismo en México al periodo entre 1920 a 1940, época en la cual nacen los primeros servicios turísticos, como hotelería turística y agencias de viajes, los cuales son demandados por turistas en su totalidad extranjeros. Así mismo, es considerado otro tipo de surgimiento a partir de que el turismo en México tiene sus orígenes derivados del dinamismo que presenta la búsqueda de nuevas experiencias apegadas al contacto con la naturaleza caracterizándose por aspectos tales como: recrearse en su tiempo libre, disfrutar

la conservación de los recursos naturales y culturales y estar en contacto con la naturaleza y expresiones culturales. De acuerdo a los datos de la Organización Editorial Mexicana (OEM), (s/f), menciona que México se encuentra dentro de las primeras 10 potencias en llegadas de viajeros extranjeros, según la Organización Mundial de Turismo (OMT), al recibir en 2012, a 23.1 millones de turistas, en tanto que al interior del país se transportaron 14.8 millones de pasajeros, lo que significa un reto para las aerolíneas en cuanto a la generación “incesante y monumental de datos” que deben ser analizados y conservados para tener un panorama sobre la industria y su desarrollo. Al dar a conocer los resultados de los Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística (ITAT), producto del aumento en la demanda de los servicios y bienes turísticos. Para Hernández (2011), la actividad turística engloba algunas de las necesidades demandadas por el turista. De acuerdo con la OMT, la industria turística es una importante fuente de ingresos en México, equivale al 8.4% del PIB.

En consecuencia, en el siglo XXI el turismo representa una actividad generadora de ingreso que lo coloca como motor de progreso. Actualmente esta oferta se diversifica al comercializarse un territorio completo que bajo un denominador común trata de conducir a los visitantes siguiendo un recorrido definido y delimitado. Las rutas bajo denominación de circuitos integran la combinación de un “todo “incluido y que están orientados a el consumo simultaneo de atractivos turísticos. Las rutas turísticas se componen de 3 elementos principalmente: 1.) Área turística: son los recursos turísticos o principales atractivos con los que cuenta una región y que se pueden potencializar dentro de un mercado turístico. 2.) Servicios Básicos Turísticos: Lo conforman los servicios de alojamiento, alimentación, transporte y actividades recreativas. Y 3.) Servicios complementarios turísticos: Contienen un valor agregado al producto (ruta turística) que inciden directamente en la calidad.

De acuerdo con Vera (1997), establece que dentro de los recursos turísticos se encuentra toda la materia prima donde se puede ofrecer al turista recursos de manera activa o pasiva. Es decir, donde el turista es solo contemplador o donde puede participar realizando actividades que amplíen las costumbres de la región receptora de turismo. Los Productos Turísticos son todos aquellos elementos, productos y servicios que ofertados simultánea e integradamente (atractivos turísticos, servicios, equipamiento, accesibilidad y precios), son capaces de generar un desplazamiento con fines turísticos. También se puede entender Producto Turístico como un conjunto de elementos capaces de configurar una “experiencia de viaje” que responda a determinadas motivaciones de un grupo de consumidores (ver tabla 1). A su vez se pueden ofrecer servicios básicos en las rutas turísticas que se organicen tales como alojamiento, transporte, gastronomía sitios históricos y culturales, entre otros.

Tabla 1: Recursos Turísticos

Recursos Naturales	Patrimonio Histórico	Expresiones Culturales
Paisajes, Clima, Parques naturales, Caminos, Senderos, Flora, Fauna, entre otros.	Monumentos, Arquitectura típica, Esculturas, Artesanías, entre otros.	Gastronomía, Celebraciones religiosas, Ferias, Costumbres y tradiciones, entre otros.

La tabla muestra los diversos tipos de recursos turísticos tanto naturales, patrimonio histórico y expresiones culturales de la ZSOEM, los cuales son productos que ofrecen los tres municipios de estudio. Fuente: Vera, J. (1997) “Análisis Territorial de Turismo”.

Franco & Osorio & Nava & Regir (2007), mencionan que el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos así como del nivel de estructuración de sus atractivos, esta valoración de recursos incluye la investigación de la demanda turística con los servicios a ofrecer. La Secretaría de Turismo (ST) conjunta elementos en 4 sectores fundamentales en la oferta: Atractivos turísticos, Servicios y equipamiento, Industrias y sectores proveedores e infraestructura de apoyo al sector turismo; Definiendo la oferta turística como la articulación de estos, proyectándose como una ventaja competitiva, que trate de inducir al turista a su recorrido por sitios particulares. En manera holística y grafica el estado de México, y haciendo énfasis en la zona sur oriente cuenta con recursos a transformarse en

productos turísticos mediante el análisis multicriterio del inventario de recursos turísticos, ya que vincula tanto los recursos, fuente de su atractivo, así como la gastronomía que incide en el posicionamiento de las tradiciones y celebraciones de la región.

De acuerdo a González (2016), menciona en su artículo “Turismo en México, con mayor contribución al PIB que al empleo”, que México es el tercer país de la OCDE cuyo turismo aporta más al PIB, sólo superado por España donde el sector representa 11% del indicador y Portugal, con el 9%. Sin embargo, la industria turística mexicana ocupa el lugar número 13 entre las 34 naciones de la OCDE en cuanto a la participación que tiene en la generación de empleos pues los doce países que lo superan al respecto aportan desde 6 hasta 12.7% del total de puestos de trabajo, de acuerdo con estadísticas actualizadas hasta 2013 y 2014, últimos años de los que obtuvo registros el organismo entre sus asociados y que forman parte de su más reciente informe del sector dado a conocer hace unos días. En naciones como Francia, España y Portugal, consideradas potencias turísticas mundiales, prácticamente hay una relación de uno a uno entre lo que este sector aporta al PIB y al mercado laboral.

Así mismo, González (2016), menciona que en España el turismo contribuye con el 11% del PIB y el 12.7% de los empleos, en Francia con el 7% del PIB e igual porcentaje en empleos, en Portugal la aportación turística al PIB es de 9% y para empleos del 8%. En otros nueve países la aportación del turismo al PIB es mucho menor que en México (de 1.8 a 5.5%) pero proporcionalmente generan más empleos (de 6 hasta el 12.7%). En Japón, el sector aporta apenas 2.4% del PIB pero su contribución en empleos es de 6.9%. En las otras naciones la proporción es la siguiente (el primer número corresponde al PIB y el segundo a empleos): en Grecia de 6.3 y 9%, en Luxemburgo de 1.8 y 6%, en Austria de 5.5 y 7.3%, en Hungría de 5.5 y 9%, en Islandia de 4.6 y 8.7%, en Italia de 6 y 8.5%, en Noruega de 3.2 y 6.5%, en Eslovenia de 4.9 y 6.1%, pero no utilizan las criptomonedas como herramienta de transacciones financieras.

Moreno (2014), comenta que las criptomonedas son monedas virtuales que se caracterizan por su facilidad de intercambio y seguridad. Se basan en una tecnología descentralizada, es decir, que no está controlada por ninguna institución o empresa. Y, además, con unos costos mínimos gracias a la desintermediación. Pero al estar en proceso de maduración, esta moneda digital aún tiene ciertos problemas que resolver. Están basadas en un sistema peer to peer, es decir, de persona a persona, sin intermediarios. Y la seguridad reside en su compleja tecnología que hace que funcione como moneda real, pero sin ningún tercero que controle la transacción. Para usarlo no es necesario tener conocimientos informáticos, el sistema es sencillo. Basta con descargarse un software gratuito en el ordenador o móvil, recargarlo y hacer la transacción con la dirección que genera la aplicación, además, también se puede usar para pagar en una tienda físicamente. En sus inicios las criptomonedas se usaban, principalmente, en las páginas de apuestas y ahora es el sector turístico el que se ha lanzado a probar estas monedas en la red. Su difusión está en auge, pero su futuro es, lógicamente, incierto. También Moreno (2014), menciona que la criptomoneda es una moneda electrónica que no pertenece a ninguna nación concreta.

Esto hace que no está controlada por nadie. Las divisas “tradicionales” se emiten por organismos como bancos centrales o gobiernos, que pueden ejercer algún tipo de control sobre ellas, pero no en el caso de las criptomonedas. Por lo que, básicamente, una criptomoneda es una cadena de número encriptados. Estos números se ajustan a un algoritmo que determina cuáles de estos números se corresponden a monedas válidas. Estos códigos se asocian a una dirección que indica a quién pertenecen estas criptomonedas, pero de manera anónima ya que es el dueño la única persona que conoce dicha dirección. Las criptomonedas hacen que enviar dinero por Internet sea tan fácil como mandar un e-mail. Por lo que, Moreno (2014), describe que las criptomonedas son generadas en Internet por usuarios que se descargan un programa con este fin y son conocidos como “mineros”. Éstos instalan un programa concreto en su ordenador para que desde él se verifiquen las transacciones de criptomonedas. A cambio, el minero es recompensado con esta moneda. A medida que los “mineros” van trabajando, se crean nuevas criptomonedas y se introducen en el mercado, pero siempre a un ritmo fijo. Al ser una red y estar formada por ordenadores de todo el mundo,

es un sistema descentralizado que nadie puede controlar, por lo que es muy seguro. Para empezar a utilizar las criptomonedas, es necesario utilizar un programa (online o desde el propio ordenador) conocido como “monedero digital” (en original, wallet) para asociar a ésta las criptomonedas que se posean. Como comentábamos, una criptomoneda tiene una clave pública y una privada. Cualquier operación se basa en el intercambio de direcciones públicas y se caracterizan por ser instantáneas y poder ser monitorizadas en tiempo real y sin necesidad de intermediarios.

Pallares (2014), menciona en su artículo que el proceso de enviar dinero, recibirlo o efectuar pagos con criptomonedas es sencillo. Para empezar a usarlo, hay que generar una dirección usando una aplicación. Se tiene que elegir un monedero, que se puede instalar en una computadora o en un dispositivo móvil. Una vez instalado el monedero, se generará una primera dirección. De la misma manera que existen direcciones de correo electrónico, también existen direcciones de criptomonedas que nos permiten enviar y recibir estas monedas digitales. Se pueden generar tantas direcciones como uno quiera y todas son gratuitas. Estas direcciones se generan mediante unos parámetros matemáticos que logran hacer que todas las direcciones sean únicas. Cada dirección consta de dos partes que están matemáticamente correlacionadas: una dirección pública y una clave privada. Las direcciones públicas no tienen ninguna información sobre sus dueños; estas aparecen como secuencias aleatorias de números y letras de 33 caracteres de largo, como por ejemplo: 1Hg7wA7JMuMtpXbPMLi6XXh1XwrKK4fwUC. Donde generalmente, las direcciones de las criptomonedas se pueden copiar y pegar, o hacer click en ellas como si fueran un enlace. También tienen un código QR para que puedan escanearse fácilmente con un teléfono inteligente.

Continuando con Pallares (2014), menciona que el diseño de las criptomonedas permite poseer y transferir valor en forma anónima, proceso que se hace de manera similar a una transferencia bancaria en línea. Las criptomonedas pueden ser enviadas por medio de Internet a cualquiera que tenga una dirección de criptomonedas. A cada dirección le corresponde un valor, que puede subir o bajar según las transacciones que se realicen. Los nodos interconectados se encargan de registrar el nuevo valor de la dirección y difunden la información de dicha transacción por toda la red, quedando respaldada de forma inalterable gracias a un complejo sistema de seguridad criptográfico. En la actualidad, varias empresas y pequeños negocios aceptan criptomonedas como método de pago. El uso de esta moneda no se limita a negocios por Internet, sino que también puede ser usado en tiendas físicas. Su ámbito internacional y el hecho de que los usuarios pueden comerciar con un cierto anonimato, ha hecho posible que se abra paso en sectores cada vez más regulados, como por ejemplo las apuestas online y las partidas de póker.

Dice Pallares (2014), que a partir de enero de 2014, dos hoteles de Las Vegas aceptan esta moneda digital en sus casinos, tiendas de regalo y restaurantes. En octubre de 2013 se instaló el primer cajero automático para Bitcoin en Vancouver (Canadá). La máquina ofrece dólares canadienses a cambio de criptomonedas. Finlandia (en la ciudad de Helsinki) fue el primer país europeo en disponer cajeros automáticos de Bitcoin. Próximamente se instalarán cajeros bidireccionales (convierte bitcoins en dólares y dólares en bitcoins) en las ciudades de Seattle y Austin, en Estados Unidos. Durante marzo de 2014, una pequeña empresa de industria del petróleo y del gas basada en Fort Worth Wagner (2014), menciona que la criptomoneda aborda con éxito la preocupación mundial por la falta de eficiencia del sistema financiero en la actualidad, los honorarios exorbitantes, la inflación descontrolada y descuidos de confidencialidad. La criptomoneda es propiedad de las personas y ningún gobierno o compañía puede controlarlo. La criptomoneda es pública y protegida por la red de propietarios para verificar cada transacción. La criptomoneda es dinero del pueblo, una verdadera democracia económica. Algunas monedas virtuales pretenden ser una criptomoneda, pero en realidad no tienen absolutamente nada que ver con las criptomonedas. La prueba de fuego es simple; si la moneda y su valor están controlados por una sociedad central está deja de ser una criptomoneda y es moneda solamente intercambiable dentro de la empresa o lugar donde se ocupe.

METODOLOGÍA

La ZSOEM está compuesta por trece (13) municipios, de los cuales para la investigación se tomaron en consideración solo tres (3) de acuerdo al análisis del trabajo de campo realizado, que tuvo una duración de seis meses, la cual determinó que son los que tienen el mayor potencial turístico, de acuerdo a su inventario patrimonial. Considerando a la población objetivo de manera intencional; se planteó un estratificado de tres (3) elementos, donde cada elemento representa a cada municipio seleccionado. A cada estrato integrado por las micro empresas del sector turístico, se logró aplicar los 20 instrumentos, los cuales fueron contestadas de manera inmediata por dicha población objeto, de manera aleatoria y de manera voluntaria en el 100%. Se les aplicó una encuesta abierta, para determinar sus puntos de vista de los inventarios patrimoniales y también un instrumento que está integrado por 10 reactivos con escala de Likert de tres opciones basado en el uso de las criptomonedas como instrumento de intercambio financiero para la realización de operaciones entre los diversos actores que participarían en el uso de las mismas (ver Tabla 2).

Tabla 2: Operacionalización de Variables

Nombre de la Variable	Definición	Ítems Asociados	Unidad de Medición
Criptomonedas	“Una moneda digital que emplea técnicas de cifrado para reglamentar la generación de unidades de moneda y verificar la transferencia de fondos, y que opera de forma independiente de un banco central”. (https://www.royfinanzas.com/2014/10/que-es-criptomonedas/)	4,5,6,7,8,9 y 10	Escala de Likert de 3 elementos
Financiamiento	Es el conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio. (https://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php)	1, 2 y 3	Escala de Likert de 4 elementos

La tabla muestra la operacionalización de las variables, su definición, y los ítems que integran el instrumento, su escala de medición, que se aplicó a los tres estratos de estudio. Fuente: Elaboración propia (2017)

Esta investigación es de tipo documental, ya que se auxilia consulta de libros, revistas, periódicos, así como la consulta de artículos y páginas de internet. Es de tipo cualitativo donde se utilizó métodos que siguen una disciplina científica basados en principios teóricos para la toma de decisiones. Se tomó como referencia pequeñas muestras en la observación de un conjunto o grupo de empresas de la región. Se realizó el estudio de como las empresas del sector turístico se pueden ver beneficiadas por el uso de criptomonedas. Es de tipo descriptiva debido a que se particulariza cómo se ven beneficiadas las empresas del sector turístico por el uso de criptomonedas.

Por medio de la misma se describen datos para conocer las situaciones, costumbres, actitudes más importantes a través de las actividades económicas como el objeto de estudio y sus procesos. Fue de tipo no experimental transversal debido a que las variables son independientes. Los trasversales recolectan datos en un solo momento en un tiempo único, su propósito fundamental es describir variables y analizar su incidencia y relación en un momento dado. Se tomó en consideración el tipo metodología de Investigación-Acción participativa; para la investigación se aplicaron entrevistas, técnicas de recolección de datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, e interacción e introspección con grupos o comunidades. (Hernández, Fernández, Baptista, 2010).

RESULTADOS

Los resultados que arrojó la investigación de campo mediante la aplicación de la entrevista abierta y el instrumento a los microempresarios del sector turístico de la población objeto, se puede determinar que existe la factibilidad y viabilidad de que serían aceptadas las criptomonedas como oportunidad de negocio en el sector en la ZSOEM. Así mismo, se consideraron una serie de factores claves para el éxito de las organizaciones que le permitan posicionar a este tipo de empresa en un mercado competitivo. Para lograr este objetivo, se deben cumplir dos condiciones: Proporcionar a los consumidores lo que necesitan y la otra es sobrevivir a la competencia. Para dar a los consumidores alternativas de pago, en función de sus clientes y proveedores. Una vez que saben cuáles son los clientes, se deberán de estudiar sus necesidades y comportamientos; es decir, las causas por las que deciden escoger una oferta en lugar de otra. A partir de ese momento, la empresa podrá trazar su estrategia para su posicionamiento.

El trabajo de campo se llevó aproximadamente seis meses para el levantamiento de las encuestas e instrumento y otro mes para su análisis. Y los resultados obtenidos de manera holística y gráfica de cómo es la distribución geográfica del Estado de México, el cual permite que la zona sur oriente, se encuentra rodeado de tres estados que son la Ciudad de México, Morelos, Puebla y Guerrero, esto hace que la zona de los volcanes como es conocida en el estado, cuente con recursos a transformarse en productos turísticos mediante el análisis multicriterio del inventario de recursos turísticos, ya que vincula tanto los recursos, fuente de su atractivo, así como la gastronomía que incide en el posicionamiento de las tradiciones y celebraciones de la región. De la entrevista aplicada se encontró que la opinión de los actores entrevistados, mencionaron que: el municipio de Amecameca es un lugar muy interesante y atrayente por su cercanía al pie de los volcanes, su riqueza de la arquitectura colonial.

Esta tierra se caracteriza principalmente por su alfarería, los artesanos de la zona fabrican ollas, floreros, jarrones y otros objetos de barro. El municipio de Tlalmanalco, hace placentera su estadía, gracias a la belleza de sus paisajes que aún conservan el rostro de la tranquilidad de México a principios del siglo XX, aunado a la cercanía de los bosques alpinos y el sentir de la tierra húmeda y fresca. En el municipio de Tepetlixpa encontramos la localidad de Nepantla conocido a nivel internacional por ser la cuna de Sor Juana Inés de la Cruz, en este espacio que constata de un hermoso teatro al aire libre, auditorio, cafetería, biblioteca, paseo escultórico y museo. Dentro de esta zona, se encuentra el encanto de las tierras de la zona sur oriente donde se manifiesta el orgulloso pasado prehispánico y colonial, acompañado por la belleza de sus paisajes enmarcados por dos imponentes volcanes. También, en dicho análisis los actores expresaron de manera integral que el perfil y características del tipo de turista potencial para la ZSOEM, (Ver tabla 3), de acuerdo a sus atractivos, patrimonios culturales y gastronómicos, entre otros.

Así mismo, se encuentra que la ZSOEM tiene muchas deficiencias que deben de ser ajustadas con ayuda de la población y los distintos niveles de gobierno, para que sea un atractivo turístico y fuente de desarrollo de la región, esto es una percepción de los microempresarios, que solicitan el apoyo financiero para poder detonar el sector. Los resultados que se obtuvieron de la aplicación del instrumento en los tres municipios arrojaron los siguientes datos (ver tabla 4).

Tabla 3: Información de Caracterización de los Turistas y Visitantes en la Zona

Segmento	Perfil del Turista	Intereses del Turista
Hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre los 25 a 55 años	Extranjeros que viaja cuya intención es conocer sobre los aspectos naturales y culturales de la región, provienen principalmente de Estados Unidos.	Relacionarse con los recursos naturales
	Acuden en familia o con un grupo de amigos	Adentrarse en un medio de tranquilidad
	Nivel cultural medio-alto	Observación de la fauna Silvestre
	Nivel económico medio, medio-alto	
	Conoce los establecimientos por la información de boca en boca	
	Escasos gastos en actividades complementarias por falta de oferta y desconocimiento de las existentes.	
Necesidades del turista: Servicios de hospedaje, comida, transporte, además de guías turísticos para la realización de actividades recreativas.		

La tabla muestra información del segmento de usuarios entre 25 a 55 años, que determinan la caracterización el tipo de perfil, el interés de los turistas y visitantes, y sus respectivas necesidades, para realizar visitas a la región, es el resultado del análisis de la ZSOEM. Fuente: Elaboración basada en el trabajo de campo (2016)

De acuerdo a los datos del instrumento y realizando un análisis sobre la perspectiva que tienen los microempresarios del sector, se examinara por cada municipio. Para el Municipio de Amecameca de Juárez, el 55% de los microempresarios invierten en su negocio, el 55% no utilizan puntos de venta, el 68% no conocen los tipos de transacciones electrónicas, el 90% desconoce lo que es una criptomoneda, el 100% no sabe que las criptomonedas le pueden aportar beneficios a su empresa, el 100% está dispuesto a utilizarla como transacción financiera, el 80% piensa que se puede utilizar para vincularse con otros negocios, y el 50% parcialmente piensa que puede darle seguridad financiera. Los resultados del Municipio de Tepetlixpa, el 75% de los microempresarios invierten en su negocio, el 70% no utilizan puntos de venta, el 55% no conocen los tipos de transacciones electrónicas, el 100% desconoce lo que es una criptomoneda, el 100% no sabe que las criptomonedas le pueden aportar beneficios a su empresa, el 30% está dispuesto a utilizarla como transacción financiera, el 65% piensa que se puede utilizar para vincularse con otros negocios, y el 30% parcialmente piensa que puede darle seguridad financiera.

Los microempresarios del Municipio Tlalmanalco, respondieron que: 70% de ellos invierten en su negocio, el 65% no utilizan puntos de venta, el 60% no conocen los tipos de transacciones electrónicas, el 100% desconoce lo que es una criptomoneda, el 100% no sabe que las criptomonedas le pueden aportar beneficios a su empresa, el 40% está dispuesto a utilizarla como transacción financiera, el 55% piensa que se puede utilizar para vincularse con otros negocios, y el 100% piensa que no hay seguridad financiera. De acuerdo a los resultados del instrumento aplicado en los tres (3) municipios de estudio, los microempresarios del sector turístico de la ZSOEM, muestran que la mayoría de ellos invierten sus propios capitales para mantener activos sus negocios, que manejan muy poco y que en ocasiones no ejecutan sus transacciones financieras mediante transacciones electrónicas; que la mayoría desconoce lo que son las criptomonedas, sus beneficios, pero si estarían dispuestos a utilizarlas como mecanismo de vinculación para realizar alianzas estratégicas.

Tabla 4: Resultados de la Encuesta Sobre las Criptomonedas Como Oportunidad de Negocio de Micro Empresas del Sector Turístico en la Zona Sur Oriente del Estado de México

Municipio de Amecameca de Juárez				
Ítem	Propio	Bancario	Empresas Micro financiadoras	Otros
Pregunta 1: ¿Qué tipo de financiamiento utiliza usted para su negocio?	55%	20%	25%	0%
Ítems	Si	Parcialmente	No	
Pregunta 2: ¿Utiliza usted en su negocio transacciones electrónicas (puntos de venta)?	35%	10%	55%	
Pregunta 3: ¿Conoce usted los diferentes tipos de transacciones electrónicas?	10%	25%	65%	
Pregunta 4: ¿Conoce usted lo que es una criptomoneda?	0%	10%	90%	
Pregunta 5: ¿Sabe usted que beneficio le traería a su empresa el utilizar criptomonedas como mecanismo de transacción financiera?	0%	0%	100%	
Pregunta 6: ¿Estaría usted dispuesto en vincularse en el uso de criptomonedas?	35%	55%	10%	
Pregunta 7: ¿Cree usted que las criptomonedas le ayudarían a posicionarse en el mercado?	40%	35%	25%	
Pregunta 8: ¿Sabe usted si este tipo de moneda está regulado fiscalmente en el país?	0%	0%	100%	
Pregunta 9: ¿Cree usted que las criptomonedas le crearía a usted alianzas estratégicas con otros negocios?	80%	10%	10%	
Pregunta 10: ¿Cree usted que el uso de las criptomonedas le daría seguridad financiera a su negocio?	35%	50%	15%	
Municipio de Tepetlaxpa				
Ítem	Propio	Bancario	Empresas Micro financiadoras	Otros
Pregunta 1: ¿Qué tipo de financiamiento utiliza usted para su negocio?	75%	5%	20%	0%
Ítems	Si	Parcialmente	No	
Pregunta 2: ¿Utiliza usted en su negocio transacciones electrónicas (puntos de venta)?	10%	20%	70%	
Pregunta 3: ¿Conoce usted los diferentes tipos de transacciones electrónicas?	5%	40%	55%	
Pregunta 4: ¿Conoce usted lo que es una criptomoneda?	0%	0%	100%	
Pregunta 5: ¿Sabe usted que beneficio le traería a su empresa el utilizar criptomonedas como mecanismo de transacción financiera?	0%	0%	100%	
Pregunta 6: ¿Estaría usted dispuesto en vincularse en el uso de criptomonedas?	30%	65%	5%	
Pregunta 7: ¿Cree usted que las criptomonedas le ayudarían a posicionarse en el mercado?	35%	45%	20%	
Pregunta 8: ¿Sabe usted si este tipo de moneda está regulado fiscalmente en el país?	0%	0%	100%	
Pregunta 9: ¿Cree usted que las criptomonedas le crearía a usted alianzas estratégicas con otros negocios?	65%	25%	10%	
Pregunta 10: ¿Cree usted que el uso de las criptomonedas le daría seguridad financiera a su negocio?	30%	60%	10%	
Municipio de Tlalmanalco				
Ítem	Propio	Bancario	Empresas Micro financiadoras	Otros
Pregunta 1: ¿Qué tipo de financiamiento utiliza usted para su negocio?	70%	20%	10%	0%
Ítems	Si	Parcialmente	No	
Pregunta 2: ¿Utiliza usted en su negocio transacciones electrónicas (puntos de venta)?	5%	30%	65%	
Pregunta 3: ¿Conoce usted los diferentes tipos de transacciones electrónicas?	15%	25%	60%	
Pregunta 4: ¿Conoce usted lo que es una criptomoneda?	0%	0%	100%	
Pregunta 5: ¿Sabe usted que beneficio le traería a su empresa el utilizar criptomonedas como mecanismo de transacción financiera?	0%	0%	100%	
Pregunta 6: ¿Estaría usted dispuesto en vincularse en el uso de criptomonedas?	40%	50%	10%	
Pregunta 7: ¿Cree usted que las criptomonedas le ayudarían a posicionarse en el mercado?	55%	35%	10%	
Pregunta 8: ¿Sabe usted si este tipo de moneda está regulado fiscalmente en el país?	0%	0%	100%	
Pregunta 9: ¿Cree usted que las criptomonedas le crearía a usted alianzas estratégicas con otros negocios?	60%	20%	20%	
Pregunta 10: ¿Cree usted que el uso de las criptomonedas le daría seguridad financiera a su negocio?	25%	70%	5%	

La tabla muestran los resultados de la encuesta sobre las Criptomonedas como oportunidad de negocio de micro empresas del sector turístico en la zona sur oriente del Estado de México, específicamente a los tres municipios de análisis, donde se exponen la opinión de los microempresarios del sector turístico. Fuente: Elaboración propia con datos del trabajo de campo (2017).

CONCLUSIONES

En los últimos tiempos las Secretarías de Turismo de los tres niveles de gobierno, el federal, estatal y municipal, han generado una serie de programas turísticos enfocados a apoyar a los rincones más aislados del país, para que sean reconocidos por sus atractivos turísticos, patrimonios culturales, gastronómicos, entre otros, propios del lugar, y por ello que, se han planeado numerosas propuestas para generar turismo en el medio rural, como lo es el programa de pueblos con encanto y pueblos mágicos, que hacen reconocimiento a las localidades que han sabido preservar su autenticidad y carácter pintoresco, a través del mejoramiento y rescate de la imagen urbana, poniendo en valor los atractivos turísticos y riqueza cultural, incrementar la afluencia de turistas, así como de mejorar las condiciones de vida y de crecimiento de la zona. El estudio arroja que a pesar de que existen microempresarios dedicados a proporcionar servicios turísticos en la ZSOEM, la mayoría de estos solo realizan sus actividades financieras mediante el movimiento de dinero en efectivo y desconocen que las criptomonedas sea un medio de transacción financiera, que a pesar de que desconocen el instrumento financiero, les gustaría utilizar las criptomonedas como mecanismo de alianzas estratégicas para mejorar el posicionamiento de su negocio. Por lo que, el utilizar las criptomonedas como una herramienta financiera les permita lograr reducir y agilizar los procesos en las transacciones, la reducción de los costos, estableciéndose como instrumento de vinculación financiera entre las microempresas del sector turístico y los diversos proveedores de servicios, aumentando los beneficios para los proveedores, fabricas, centros de distribución, comercios y clientes, que son los elementos esenciales en el sector turístico.

Se puede mencionar que la utilización de las criptomonedas como oportunidad de negocio de microempresas del sector turístico en la ZSOEM, es aceptada por los microempresarios. Por lo que, se puede llegar a la conclusión y formular algunas reflexiones, sobre los resultados de la investigación. Se empezará por determinar algunas conclusiones, que los tres (3) municipios estudiados cuentan con todos los recursos turísticos, patrimonios culturales, gastronómicos, entre otros, para generar una región altamente turística. La segunda en importancia es qué las microempresas del sector turístico tienen los capitales humanos, financieros, entre otros para otorgar el servicio que se ofrece, que se tiene un perfil de turista y visitante que permite denotar el sector en beneficio de la región. De acuerdo a los resultados de la investigación se considera más importante, la disponibilidad de los actores en ver a las criptomonedas como una alternativa de crecimiento de sus negocios y proyectar a la región como una alternativa turística; por otro lado, que el detonar al sector se está apoyando al crecimiento de la región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Financiamiento. Sitio: Definición ABC. Fecha: 26/10/2009. Autor: Florencia Ucha. Recuperado de URL: <https://www.definicionabc.com/economia/financiamiento.php>

Franco, M. & Osorio, Nava B. & Regir G. (2007), “Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Estudios y perspectivas en turismo”, págs. 226, 208,487

González G. Susana (2016), “Turismo en México, con mayor contribución al PIB que al empleo”, Recuperado <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2016/03/12/turismo-en-mexico-con-mayor-tasa-de-contribucion-al-pib-que-al-empleo-714.html>

Hernández Ramírez, J. (2011), “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios Culturales. Revista de turismo y patrimonio Cultural”, 226-234,

Hotel palenque (s/f) Tendencias del turismo en México, Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos88/tendencias-del-turismomexico/tendencias-del-turismo-mexico.shtml#ixzz3K3jupl20>

Moreno Félix (2014), “El auge de las criptomonedas”, Recuperado:
<http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/el-auge-de-las-criptomonedas.pdf>

Oro y Finanzas Diario Digital del Dinero (2014), Recuperado de:
<https://www.oroymasfinanzas.com/2014/10/que-es-criptomoneda/>

Organización Editorial Mexicana (OEM) (s/f), Recuperado de <https://tuespacio.com>

Pallares, Roxana A. (2014), “¿Son las monedas virtuales el futuro de las finanzas internacionales?”,
Recuperado: <http://www.petrotecnia.com.ar/abril14/Petro/Bitcoins.pdf>

Vera, José & López Francesc & Palomeque, I, & Marchena Gómez, Manuel, & Antón Salvador, (1997)
“Análisis territorial de turismo: una nueva geografía del turismo”, Prólogo de J. Vilà Valentí. --
Barcelona: Ariel, pp 469.

Wagner, Andrew (2014), "Digital vs. Virtual Currencies", Recuperado (1 Diciembre 2014) de:
http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_currency.

BIOGRAFÍA

Abraham Sánchez Gil, Estudiante del 8vo semestre de la Licenciatura en Contaduría del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México, Km. 2.5 Carretera Amecameca Ayapango, Estado de México, ab_sgil12@hotmail.com

Dr. en Admón. Omar Ernesto Terán Varela, Profesor del Centro Universitario UAEM Amecameca, Universidad Autónoma del Estado de México, Km. 2.5 Carretera Amecameca Ayapango, Estado de México, Línea de investigación Desarrollo y Política Pública. Profesor de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), oteranv@hotmail.com

REVIEWERS

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

Haydeé Aguilar, Universidad Autónoma De Aguascalientes
Bustamante Valenzuela Ana Cecilia, Universidad
Autonoma De Baja California
María Antonieta Andrade Vallejo, Instituto Politécnico
Nacional
Olga Lucía Anzola Morales, Universidad Externado De
Colombia
Antonio Arbelo Alvarez, Universidad De La Laguna
Hector Luis Avila Baray, Instituto Tecnológico De Cd.
Cauahatemoc
Graciela Ayala Jiménez, Universidad Autónoma De
Querétaro
Albanelis Campos Coa, Universidad De Oriente
Carlos Alberto Cano Plata, Universidad De Bogotá Jorge
Tadeo Lozano
Alberto Cardenas, Instituto Tecnológico De Cd. Juarez
Edyamira Cardozo, Universidad Nacional Experimental De
Guayana
Sheila Nora Katia Carrillo Incháustegui, Universidad
Peruana Cayetano Heredia
Emma Casas Medina, Centro De Estudios Superiores Del
Estado De Sonora
Benjamin Castillo Osorio, Universidad Pontificia
Bolibvariana UPB-Seccional Montería
María Antonia Cervilla De Olivieri, Universidad Simón
Bolívar
Cipriano Domingo Coronado García, Universidad Autónoma
De Baja California
Semei Leopoldo Coronado Ramírez, Universidad De
Guadalajara
Esther Ediviges Corral Quintero, Universidad Autónoma
De Baja California
Dorie Cruz Ramirez, Universidad Autonoma Del Estado
De Hidalgo /Esc. Superior De Cd. Sahagún
Tomás J. Cuevas-Contreras, Universidad Autónoma De
Ciudad Juárez
Edna Isabel De La Garza Martinez, Universidad Autónoma
De Coahuila
Hilario De Latorre Perez, Universidad Autonoma De Baja
California
Javier De León Ledesma, Universidad De Las Palmas De
Gran Canaria - Campus Universitario De Tafira
Hilario Díaz Guzmán, Universidad Popular Autónoma Del
Estado De Puebla
Cesar Amador Díaz Pelayo, Universidad De Guadalajara,
Centro Universitario Costa Sur
Avilés Elizabeth, Cicese
Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez
Del Estado De Durango
Ernesto Geovani Figueroa González, Universidad Juárez
Del Estado De Durango
Carlos Fong Reynoso, Universidad De Guadalajara
Ana Karen Fraire, Universidad De Gualdalajara
Teresa García López, Instituto De Investigaciones Y
Estudios Superiores De Las Ciencias Administrativas
Helbert Eli Gazca Santos, Instituto Tecnológico De Mérida
Denisse Gómez Bañuelos, Cesues
María Brenda González Herrera, Universidad Juárez Del
Estado De Durango
Ana Ma. Guillén Jiménez, Universidad Autónoma De Baja
California
Araceli Gutierrez, Universidad Autonoma De
Aguascalientes
Andreina Hernandez, Universidad Central De Venezuela
Arturo Hernández, Universidad Tecnológica
Centroamericana
Alejandro Hernández Trasobares, Universidad De Zaragoza
Alma Delia Inda, Universidad Autonoma Del Estado De
Baja California
Carmen Leticia Jiménez González, Université De Montréal
Montréal Qc Canadá.
Gaspar Alonso Jiménez Rentería, Instituto Tecnológico De
Chihuahua
Lourdes Jordán Sales, Universidad De Las Palmas De Gran
Canaria
Santiago León Ch., Universidad Marítima Del Caribe
Graciela López Méndez, Universidad De Guadalajara-
Jalisco
Virginia Guadalupe López Torres, Universidad Autónoma
De Baja California
Angel Machorro Rodríguez, Instituto Tecnológico De
Orizaba
Cruz Elda Macias Teran, Universidad Autonoma De Baja
California
Aracely Madrid, ITESM, Campus Chihuahua
Deneb Magaña Medina, Universidad Juárez Autónoma De
Tabasco
Carlos Manosalvas, Universidad Estatal Amazónica
Gladys Yaneth Mariño Becerra, Universidad Pedagógica Y
Tecnológica De Colombia
Omaira Cecilia Martínez Moreno, Universidad Autónoma
De Baja California-México
Jesus Carlos Martinez Ruiz, Universidad Autonoma De
Chihuahua
Alaitz Mendizabal, Universidad Del País Vasco
Alaitz Mendizabal Zubeldia, Universidad Del País Vasco/
Euskal Herriko Unibertsitatea
Fidel Antonio Mendoza Shaw, Universidad Estatal De
Sonora
Juan Nicolás Montoya Monsalve, Universidad Nacional De
Colombia-Manizales
Jennifer Mul Encalada, Universidad Autónoma De Yucatán

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

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

REVIEWERS

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

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

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

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

COMO PUBLICAR EN NUESTRA REVISTA

TEMÁTICA

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

INSTRUCCIÓN PARA EL ENVIO DE SU MANUSCRITO

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

IDIOMA

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

PROCESO DE REVISIÓN

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

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

COSTO DE PUBLICACIÓN

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

SUBSCRIPCION

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

COMO CONTACTARNOS

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

WEBSITE

www.theIBFR.org, www,theIBFR.com

PUBLICATION OPPORTUNITIES

REVIEW of BUSINESS & FINANCE STUDIES

Review of Business & Finance Studies

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

Business Education & Accreditation

Business Education and Accreditation (BEA)

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

Accounting & Taxation

Accounting and Taxation (AT)

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.

REVISTA GLOBAL de NEGOCIOS

Revista Global de Negocios

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

All papers submitted to the Journal are blind reviewed. Visit www.theibfr.com/journal.htm for distribution, listing and ranking information.
