

Revista
Latinoamericana
De Investigación Social

**RE
LA
IS**

Facultad de Negocios

Vol. 7 No. 2
Mayo-Agosto
(2024)



Editor en Jefe

Dr. Héctor Alonso Olivares Aguayo
Universidad La Salle México

Editores Asociados Internacionales

Dr. Franklin Alejandro Angulo Rangel
Universidad de la Guajira

Dra. Jeannette Valverde Chávez
Universidad Nacional de Costa Rica

Dr. (c) Gabriel Alberto Agudelo Torres
Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín

Editores Asociados Nacionales

Dr. Oscar Valdemar de la Torre Torres
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Dra. Claudia Cintya Peña Estrada
Universidad Autónoma de Querétaro

Dr. Julio Téllez Pérez
Universidad Anáhuac México

Dra. Ruth Ortiz Zarco
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Dra. Blanca Estela Hernández Bonilla
Universidad Autónoma del Estado de México

Dr. Ricardo Jacob Mendoza Rivera
Instituto Politécnico Nacional

Dr. Eusebio Ortiz Zarco
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Comité Científico Internacional

Dra. Albana Berisha Qehaja
Faculty of Business and Management Universum College
República de Kosovo

Dra. Michaela Cocca
College of Education and Human Development Texas A&M University
Estados Unidos

Dr. Lucie Depoo
University of Economics and Management
República Checa

Dr. Oscar Alfredo Díaz Becerra
Facultad de Contaduría de la Pontificia Universidad Católica del Perú
Perú

Dra. Johanna Garzón Merchan
Universidad Nacional de Colombia (Bogotá)
Colombia

Dr. Jakub Husák
Department of Humanities, Czech University of Life Sciences Prague
República Checa

Dr. Igor Krejčí
Department of Systems Engineering, Czech University of Life Sciences Prague
República Checa

Dra. Gloria Inés Macías Villalba
Universidad Autónoma de Bucaramanga
Colombia

Dra. María del Carmen González Velasco
Universidad de León
España

Dra. Natalia Popova
Institute for Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences
Rusia

Dr. Miguel Ángel Vargas Valencia
Operations Research Department, Universidad Santiago de Cali
Colombia

Comité Científico Nacional

Dr. David Cantalá (Colegio de México)

Dr. Héctor Hugo Corrales Sánchez (Instituto Politécnico Nacional)

Dr. Enrique de la Garza Toledo (Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa)

Dr. David González-Sánchez (Universidad de Sonora)

Dr. Alejandro Islas Camargo (Instituto Tecnológico Autónomo de México)

Dr. Daniel Martínez Navarrete (Instituto Tecnológico Superior de Misantla)

Dr. Marco Antonio Méndez Salazar (Universidad Veracruzana)

Dr. Mauricio Ramírez Grajeda (Universidad de Guadalajara)

Dr. Modesto Raygoza Bello (Tecnológico Nacional de México)

Dr. Isaac Leobardo Sánchez Juárez (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez)

Dr. Jaime Sempere Campello (Colegio de México)

Dra. Danielle Tomta (Instituto Politécnico Nacional)

Dra. Claudia Vásquez Rojas (Instituto Tecnológico Superior de Misantla)

Dra. Ma. Enriqueta Mancilla Rendón (Universidad La Salle México)

Dr. Cesaire Chiatchoua (Instituto Politécnico Nacional-Universidad La Salle México)

Dr. Omar Neme Castillo (Instituto Politécnico Nacional)

Dr. Cutberto Hernández Legorreta (Universidad Nacional Autónoma de México)

Maquetación

Dr. Héctor Alonso Olivares Aguayo (ULSA México)

Dra. Blanca Estela Hernández Bonilla (UAEMéx)

Mtra. Cecilia Bibiana Ramírez Waldo (UAEMéx)

Periodicidad cuatrimestral

Vol. 7, No. 2, Mayo-Agosto, 2024

Revista Latinoamericana de Investigación Social, Vol. 7, No. 2, Mayo-Agosto, 2024, es una publicación cuatrimestral editada por la Universidad La Salle México. Benjamín Franklin No. 47, Condesa, Cuauhtémoc, CP 06140, Ciudad de México, <http://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais>, Editor en jefe responsable: Dr. Héctor Alonso Olivares Aguayo. Reservas de Derechos al Uso Exclusivo: 04-2020-031316011000-203, otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación ni de la Universidad La Salle. Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva de los autores.

Revista Latinoamericana de Investigación Social de la Universidad La Salle

La Revista Latinoamericana de Investigación Social actualmente se encuentra indizada en Latindex y es una publicación arbitrada y evaluada por pares académicos bajo el método de doble ciego que publica artículos de investigación científica en extenso, así como notas de investigación (comunicados breves) del área de las Ciencias Económico-Administrativas.

El objetivo de la revista es estimular la discusión científica y su impacto en el nivel local, regional, nacional e internacional entre académicos e investigadores de los sectores público y privado.

La revista recibe artículos que demuestren un alto nivel de rigurosidad y calidad científica y que además promuevan el diálogo inter y transdisciplinar entre otros campos del conocimiento que tradicionalmente se han bifurcado entre Ciencias Sociales y Naturales.

Los enfoques metodológicos de los artículos podrán inscribirse tanto en el paradigma cuantitativo como en el cualitativo, o incluso, superar tal dicotomía.

Las temáticas deberán ser problemas del área económico-administrativa, pero podrán ser abordados desde múltiples enfoques, privilegiando una mirada hacia la complejidad y demostrando una preocupación social y un enfoque humanista.

La revista publica artículos tres veces por año (Enero-Abril, Mayo-Agosto y Septiembre-Diciembre). Todos los artículos tienen que seguir estrictamente las Instrucciones para los autores, así como la Guía ética. La Revista se encuentra en: <https://revistasinvestigacion.lasalle.mx/index.php/relais/>

Índice de contenido

Presentación editorial

Por

Blanca Estela Hernández Bonilla(I-VIII)

Artículos Científicos

Logística Inversa como factor determinante principal del comercio electrónico

Por Noel Cerón Castillo (UAEH) y Ruth Ortiz Zarco (UAEH).....(1-30)

Variables que determinan los precios de las acciones de los bancos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores

Por José Antonio Morales Castro (IPN), Marcela Rojas Ortega (IPN), Patricia Margarita Espinosa Jiménez (UNAM) y Graciela Enríquez Guadarrama (UNAM).....(31-52)

Sustentabilidad, responsabilidad social empresarial y marketing sustentable como estrategia de valor para las empresas

Por Angélica Patricia Figueroa Solís (Colegio de Veracruz)..... (53-70)

Comunicados Breves

Participación política y Postdesarrollo económico: experiencias en Mozambique y Brasil

Por José Andrés Camino de Villa (Universidad La Salle México) (71-88)

Reporte integrado y sostenibilidad en exportadoras

Por Angelly Nicole Vasconez Camacho (UNIANDES, Ecuador),

Mónica Patricia Mayorga Díaz (UNIANDES, Ecuador) y

María Elena Cedeño Rosales (UNIANDES, Ecuador)(89-105)

Revista Latinoamericana de Investigación Social de la Universidad La Salle

Periodicidad cuatrimestral

Vol. 7, No. 2, Mayo-Agosto, 2024

Editorial

La Revista Latinoamericana de Investigación Social (RELAIS) extiende su agradecimiento a su comunidad de árbitros, autores y lectores, cuyo apoyo y dedicación han sido fundamentales, para el crecimiento de este entorno de alta calidad académica. RELAIS se ha consolidado como un referente en la difusión de investigaciones que exploran y expanden las fronteras del conocimiento en el ámbito social. En esta edición, nos complace presentar una serie de artículos que no solo reflejan la diversidad y riqueza de las temáticas abordadas, sino que también contribuyen de manera significativa al avance y la comprensión de los fenómenos sociales contemporáneos.

En el presente Volumen 7 Número 2 mayo-agosto (2024) se publican los siguientes tres artículos:

En el presente número de la revista científica RELAIS, se presentan cinco investigaciones que abordan temas fundamentales en diversas áreas del conocimiento, desde la logística y sostenibilidad hasta la participación política y los mercados financieros. Cada uno de estos artículos ofrece una perspectiva innovadora y una reflexión sobre los desafíos contemporáneos que enfrentan distintas industrias y sociedades.

El primer artículo se intitula “Logística Inversa como factor determinante principal del comercio electrónico”, de los autores Noel Cerón Castillo y Ruth Ortiz Zarco de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, se enfoca en la Logística Inversa (LI) y su implementación en el comercio electrónico de productos manufacturados en México, a través de la propuesta de un modelo de gestión basado en la combinación de sistemas precedentes, se exploran nuevas formas de mejorar la eficiencia y sostenibilidad en la cadena de suministro.

El segundo artículo se intitula “Variables que determinan los precios de las acciones de los bancos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, autores José Antonio Morales Castro, Marcela Rojas Ortega del Instituto Politécnico Nacional, Patricia Margarita Espinosa Jiménez y Graciela Enríquez Guadarrama de la Universidad Nacional Autónoma de México. Se centra en el análisis de las variables que influyen en el precio de las acciones de los bancos en la Bolsa Mexicana de Valores. A través de un estudio estadístico, se identifican las variables financieras y macroeconómicas que tienen un impacto significativo en las cotizaciones bursátiles, ofreciendo valiosas *insights* para el sector financiero.

En el tercer artículo, intitulado “Sustentabilidad, responsabilidad social empresarial y marketing sustentable como estrategia de valor para las empresas” de la autora Angélica Patricia Figueroa Solís del Colegio de Veracruz. Se explora la importancia de la sustentabilidad, la responsabilidad social empresarial (RSE) y el marketing sustentable como estrategias de valor para las empresas. Se analiza cómo estos elementos contribuyen al desarrollo sostenible y a la generación de conciencia en los consumidores y en la sociedad en general.

Asimismo, RELAIS presenta dos comunicados breves el primero intitulado “Participación política y Postdesarrollo económico: experiencias en Mozambique y Brasil, autor José Andrés Camino de Villa de la Universidad La Salle México. Se examina la evolución de los movimientos sociales en Mozambique y Brasil, con un enfoque en la participación política y el desarrollo de una Pedagogía de los Movimientos Sociales. Este estudio ofrece una mirada crítica a las luchas sociales y su impacto en la construcción de saberes y el Buen Vivir.

Por último, el comunicado intitulado “Reporte integrado y sostenibilidad en exportadoras” autores Angelly Nicole Vasconez Camacho, Mónica Patricia Mayorga Díaz y Maria Elena Cedeño Rosales (UNIANDES, Ecuador). Investigan la relación entre el reporte integrado y la sostenibilidad en empresas exportadoras de rosas en Ecuador. Mediante una revisión documental, se analizan indicadores que permiten evaluar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, proporcionando un marco para la transparencia financiera y no financiera.

Estos estudios representan una contribución significativa a sus respectivos campos y ofrecen herramientas y perspectivas que pueden ser de gran utilidad para profesionales, académicos y responsables de la toma de decisiones.

Dra. Blanca Estela Hernández-Bonilla

Editora Asociada RELAIS

Logística Inversa como factor determinante principal del comercio electrónico

Reverse logistics as a determinant factor for electronic commerce

Revista Latinoamericana de Investigación Social, vol. 7, no.2

Noel Cerón Castillo

Universidad Autónoma del
Estado de Hidalgo
ce343712@uaeh.edu.mx

Ruth Ortiz Zarco

Universidad Autónoma del
Estado de Hidalgo
ruth_ortiz@uaeh.edu.mx
(correspondencia)

Artículo de investigación

Recibido: 01/05/24

Aceptado: 15/08/24

Fecha de publicación: 31/08/24

Resumen

El dinamismo actual del comercio exterior requiere que las innovaciones en materia de eficiencia estén enfocadas no sólo en situaciones como la gestión, distribución de materiales, entre otros, ahora deben visualizar las implicaciones de la implementación de la Logística Inversa (LI) como factor diferenciador en la satisfacción del cliente, ante problemáticas económicas y ambientales implícitas en las operaciones comerciales. En el tema ambiental, la recuperación de materiales y recursos, y su posible reincorporación en la cadena de suministro, es parte de una tendencia donde los fabricantes y comercializadores ingeniosos están diseñando procesos para la reutilización de sus productos y derivados; por ello, el presente documento analiza los modelos de solución de Logística Inversa para el comercio electrónico (e-commerce) de productos manufacturados, así mismo, se propone una alternativa que consisten en la unión de dos modelos existentes, el modelo de Logística Inversa con sistema mixto ABC y el modelo Long tail; mismos que se adaptan a las características del mercado mexicano; por lo tanto el objetivo del presente documento es proponer un modelo de gestión de logística inversa por medio de la combinación de dos sistemas precedentes que sirva como base para las comercializadoras electrónicas en México y sus productos comercializados.

Palabras Clave: Logística Inversa; Cadena de suministro; E-commerce.

Abstract

The current dynamism of foreign trade requires innovations in efficiency to be focused not only on situations such as management and distribution of materials, among others, but to visualize the implications of the Reverse Logistics (LI) implementation as a distinctive factor in customer satisfaction facing economic and environmental implicit problems in commercial operations. In regard of the environmental, the recovery of materials and resources, and their possible reincorporation in the supply chain, is part of a trend where ingenious manufacturers and marketers are designing processes for the reuse of their products and derivatives; therefore, this document analyzes the Reverse Logistics solution models for e-commerce of manufactured products, and proposes an alternative consisting of the union of two existing models, the Reverse Logistics model with the ABC mixed system and the Long tail model; Therefore, the objective of this document is to propose a reverse logistics management model by combining two previous systems that can be used as a basis for e-commerce companies in México and their marketed products.

Keywords: *Reverse logistics; Supply chain; E-commerce.*

Introducción

En el cambiante mundo del comercio electrónico, la LI surge como un pilar fundamental para garantizar la eficacia de las operaciones, las expectativas del cliente y la sostenibilidad ambiental. El presente documento, explora las estrategias, modelos y beneficios de la LI en el e-commerce, con un enfoque en el mercado mexicano. Desde la recepción de productos en centros de distribución hasta la gestión de devoluciones y la optimización de recursos, cada paso en la cadena de suministro inversa influye en la experiencia del cliente, así como en la rentabilidad de la empresa. A través de un análisis detallado de las mejores prácticas y modelos de solución, este documento busca proporcionar una guía práctica para las comercializadoras electrónicas que buscan maximizar la eficiencia de sus operaciones logísticas.

El principal problema al que se enfrentan las comercializadoras electrónicas en México consiste en identificar cual método de solución aplicable es más eficiente de acuerdo a la problemática de sus costos y la aplicación de soluciones de acuerdo al dinamismo de los mercados, esto siempre desarrollado en los sistemas de recuperación de productos, materiales o información considerado como LI; el objetivo del presente documento es proponer un modelo de gestión de LI por medio de la combinación de dos sistemas precedentes que sirva como base para las comercializadoras electrónicas en

México y sus productos comercializados.

Para ello se trabajan los siguientes puntos:

- Comparación de los diferentes modelos de solución de logística inversa para productos manufacturados dentro del área de aplicación de las comercializadoras online mexicanas mediante el estudio correlacional de investigación documental.
- Identificación de los beneficios de implementar soluciones para conocer el almacenamiento, producción, distribución y consumo a través de un comparativo de las funciones de suministro.

El documento aborda la posición estratégica y operativa de la industria de comercio electrónico en relación con la LI; destacar la importancia de gestionar en manera óptima la LI para minimizar costos, optimizar recursos y mejorar la satisfacción del cliente. Además, se enfatiza la necesidad de tomar decisiones a nivel estratégico y operativo para abordar los desafíos económicos y comerciales que implica la LI en el contexto del e-commerce. La posición del escrito se centra en destacar las características de la LI como un factor determinante en el éxito y la sostenibilidad de las comercializadoras electrónicas dentro de las tendencias de mercado actuales.

Además, se examinarán las tendencias actuales en el mercado mexicano, destacando las oportunidades y desafíos específicos que enfrentan las empresas de e-commerce en la implementación de la LI. Con un enfoque en la optimización de costos, la mejora continua y los efectos positivos en la población y el entorno ambiental, este documento pretende establecer una herramienta valiosa enfocada a quienes buscan impulsar su negocio en el competitivo mundo del comercio electrónico. La principal problemática que plantea el documento es la necesidad de gestionar de manera eficiente la LI en el E-commerce para minimizar costos, maximizar los niveles de recuperación de mercancías, los derivados devueltos y mejorar la aceptación de los consumidores. Se destacan las devoluciones de productos y otros aspectos de la LI que pueden generar pérdidas económicas significativas para las empresas, lo que implica abordar de mejor manera los sistemas estratégicos y operativos. Además, se menciona que la implementación efectiva de la LI puede generar beneficios como la reducción de residuos y obtener una imagen corporativa socialmente

responsable de comercio electrónico.

Desarrollo

De acuerdo con Lamb et al. (2002), la logística es "el proceso de gestionar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de materias primas, inventarios de fabricación y productos terminados desde el punto de origen hasta el punto de consumo". Si bien, esta concepción es acertada, la evolución comercial del siglo XXI ha marcado un parteaguas en términos comerciales, puesto que la introducción de los sistemas electrónicos, el internet y la globalización en las operaciones de e-commerce hoy en día son fundamentales si una empresa quiere llegar lo más rápido posible a sus consumidores y con ello mantener los niveles de lealtad de estos, García (2020).

Las empresas, independientemente de su giro, nivel comercial o área de trabajo deben estar en constante adaptación en relación a las exigencias del mercado, si bien antes era propicio enfocarse en la gestión, distribución de recursos, funciones de almacenamiento, producción, distribución, consumo entre áreas, hoy en día es necesario incluir las derivaciones del control sobre LI como una acción a tomar en cuenta para minimizar los costos de operación y las repercusiones ambientales para tener un mayor porcentaje de eficiencia en las operaciones comerciales.

En la década de los 70's, Rogers y Tibben (2001), plantearon la idea de la recuperación de materiales y su posible reincorporación en la cadena de suministro como salida a una problemática ambiental con implicaciones económicas, que podían aterrizar en beneficios financieros para las empresas, siempre y cuando el proceso de reutilización se aplique de forma adecuada. En las empresas actuales cada vez más se utiliza la reutilización de productos o materiales de los clientes, ya sea como parte del proceso de recuperación de valor o como servicio posventa, este proceso se denomina "Logística Inversa".

De acuerdo con Guide y Van (2002), La LI es parte de la tendencia de la "Cadena de suministro inversa", donde los fabricantes inteligentes desarrollan procesos eficientes para reciclar sus productos. Rubio (2003), refiere a dos motivaciones importantes que

conducen la valorización y utilización de productos al final de su vida útil o de los residuos generados, siendo, consideraciones económicas y consideraciones legales, la última de las cuales es establecida por reglamentos y normas de gestión de residuos y especifica obligaciones, así como para la empresa que realiza actividades comerciales; Las consideraciones económicas se integran con el interés de la empresa por lograr valor añadido mediante una adecuada gestión del producto, buscar una ventaja competitiva a través de la estrategia de marketing y posicionar su imagen como empresas ambientales responsables.

Una de las problemáticas que enfrentan las comercializadoras de LI consiste en identificar cuál método de solución aplicable sobre la base de la optimización de recursos es más eficiente de acuerdo con la problemática de sus costos, esto siempre desarrollado en los sistemas de recuperación de productos, materiales o información. Identificar medidas que puedan solucionar una problemática de LI que va en aumento evita vacíos legales y económicos en las operaciones comerciales de trabajo, al mismo tiempo el otorgar soluciones no sólo en el ámbito de la comercialización si no a partir del área de comercio exterior representa una mejora en los sistemas aduaneros, mismos que permitan aprovechar los recursos al máximo, así como evitar pérdidas cuantiosas en la parte financiera.

Un ejemplo claro en el manejo de LI es la comercializadora Amazon, que a través de las ventas de tienda online se ha posicionado como el gigante de la venta minorista vía internet; en 2020 la empresa Amazon generó ingresos que rondaron los 121.000 millones de dólares, una cifra récord. Sin embargo, se espera que el crecimiento continúe durante los próximos dos años alcanzando ventas netas de más de 162 mil millones de dólares para 2022, Statista., (2024, Abri15).

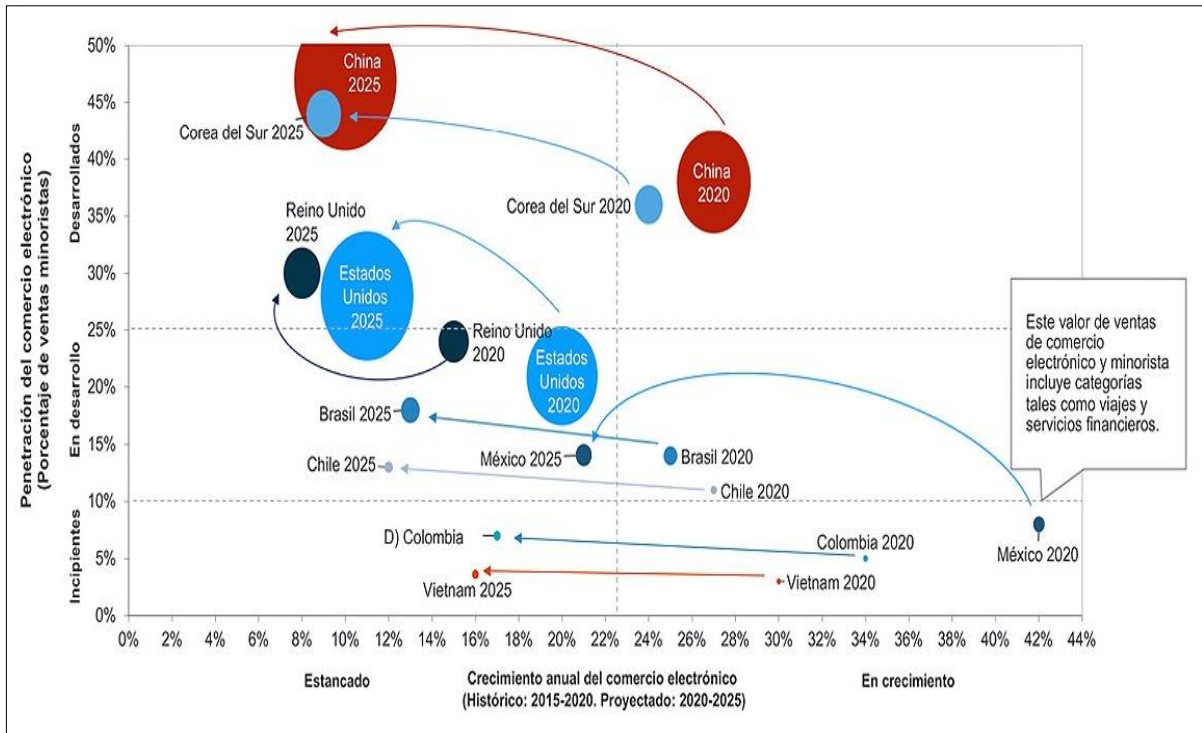
Con el fin de esclarecer los objetivos designados durante el presente estudio se emplearon, herramientas y métodos para la recolección de información. De igual manera se llevó a cabo la consulta y análisis de información como soporte para la metodología CMI a través de una comparativa de Benchmarking sobre las empresas de comercio electrónico en México.

Procedimiento para ubicar Áreas estratégicas de mejora por medio de los modelos Pareto (ABC y Longtail.) El procedimiento que sigue el proceso y mejora por medio del CMI se basa en un (Cuadro de mando Integral), útil para gestionar y optimizar las áreas de la cadena de valor inversa. Para realizar la comparativa se ubicaron las principales comercializadoras electrónicas en México y se ubicaron las áreas de cadena de valor inversa o Logística inversa respecto a la metodología CMI de igual manera se comparó en conjunto la influencia de la mejora con base en el modelo propuesto del modelo mixto ABC y Longtail. Para ello clasificar las actividades de la cadena de valor inversa de las empresas de e-commerce que operan en México como Amazon y mercado libre de acuerdo a las siguientes características: Indicadores KPI'S y perspectivas clave Según La metodología CMI, nos permitirá diferenciar los posibles beneficios que el modelo tiene; con base en la información se plasma una idea sobre los niveles de venta a nivel internacional explorando sólo las cifras de venta de un año; contando las proyecciones de Amazon, indican que las cifras tienden a incrementar específicamente después del periodo de los últimos 5 años, proceso que implicó una revolución total para los sistemas mercantiles, pues la compra física se vio mermada por una oportunidad para obtener mercancías sin la necesidad de un contacto físico más que para la entrega del producto. Por ejemplo, tomando a México como ejemplo, el comercio electrónico mexicano creció 1.8 veces entre 2019 y 2020, con un valor estimado de \$11 mil millones y una tasa de penetración del 5%, Lacayo y Estrada (2022).

Los datos antes referidos, demuestran la evolución que México tuvo que realizar a un ritmo acelerado en cuestión de compra electrónica con el fin de dar apertura a mercados emergentes en el e-commerce. La figura 1, compara la evolución comercial del e-commerce a nivel global con algunos países más desarrollados en este sector. A partir de esta señalización se pueden realizar proyecciones que permiten observar a México en un lugar con ventaja en el comercio por medios electrónicos para 2025.

Figura 1.

Evolución de comercio electrónico y minorista 2012-2024



Nota: Obtenido de Lacayo y Estrada (2022).

Tal como se observa en la figura 1, las principales economías en desarrollo con mecanismos aplicados al comercio electrónico en las ventas minoristas, se proyectan con un crecimiento expansivo, donde el consumo electrónico tiende al alza, y donde México se ubica como un país incipiente en la modalidad de evolución al desarrollo de los sistemas de comercio electrónico, estos datos proyectan cambios en las cadenas de suministro que se tienen que adecuar de mejor manera a métodos de innovación que vuelvan más competitivos al sector, e incluso si México impulsa el desarrollo del comercio electrónico puede incluso ubicarse en un nivel aun mayor, pues precisamente el nivel de desarrollo puede aumentar drásticamente si las áreas de oportunidad se ven acompañadas por la modificación de la cultura de consumo de los clientes.

El poder integrar una acción compleja tanto de importación como exportación ya es un hecho complicado para las empresas, tan relevante que a partir de ello sus ingresos, utilidades y futuro en el negocio mercantil están en juego. Es por ello que si agregamos las

devoluciones de productos y otros factores de LI se puede averiguar que los niveles de pérdidas económicas son altos. Por tanto, el plantear como la LI toma acción en los procesos del e-commerce es de vital importancia para que las comercializadoras puedan obtener mayores resultados al momento de establecer su relación con el cliente.

La gestión de la LI presenta una problemática en términos económicos comerciales que requiere la iniciativa de acción a nivel estratégico y operativo donde la búsqueda de soluciones es factor clave a desarrollar. Se identificaron tres grandes áreas de oportunidad en la LI que permiten fragmentar y analizar a detalle la posible solución a la problemática de las grandes comercializadoras. De acuerdo con Rogers y Tibben (2001), dichas áreas son:

- Diseño de la red LI y ubicación de instalaciones
- Gestión de inventario y proceso de devoluciones
- Planificación y control de las actividades productivas

Acorde a la problemática de aminorar los costos de LI y con la búsqueda de esclarecer el objetivo de analizar la información obtenida de diferentes autores sobre LI, se busca la posibilidad de integrar soluciones que los estudios previos sobre LI han producido a lo largo de los años, así mismo se puede establecer la posibilidad de mejora en un determinado sector que sea crucial en las comercializadoras electrónicas, especialmente en México.

Osorio (2016), señala que una de las estrategias clave de Amazon implica ofrecer precios bajos, recortar los márgenes de beneficio, afectar la rentabilidad y abandonar la estrategia del “envió gratuito” para retener y atraer clientes; lo anterior, repercute sustancialmente en los costos logísticos, especialmente en la devolución de productos que deriva de casos de inconformidad por parte de los consumidores; en lo que respecta a las políticas de devolución, Amazon identifica a los clientes que realizan mayor cantidad de devoluciones, catalogándolos para futuras estrategias defensivas por parte de la empresa, de igual forma, acepta el riesgo asociado a la velocidad de entrega de los pedidos, lo que implica mantener un gran inventario que puede verse afectado por cambios en la demanda y

los ciclos del producto. Morillo et al. (2021).

Considerando que los niveles de ventas de lealtad de Amazon son excepcionalmente altos, el elevar la inversión en la parte tecnológica de la empresa como política para conservar estándares de lealtad, incrementará las pérdidas por devoluciones, generando la posibilidad de que la empresa llegue a un punto de no retorno, en el cual los consumidores estarían devolviendo productos simples, y al no obtener ninguna objeción por parte del sistema de devolución, e incluso una compensación o reembolso, más la pérdida del producto por parte de la empresa causará vacíos legales, además de las pérdidas, podría establecerse una competencia desleal con las demás comercializadoras.

El trabajo de Amazon en los sistemas de LI es una oportunidad de aprovechar los recursos existentes y mejorar la gestión; justamente bajo la necesidad de lograr una reducción en costos, más la recuperación de la mayor parte de los ítems de devolución, se generaría un impacto en la parte sustentable del producto, aprovechando los recursos de manera razonable sin arriesgar la empresa para obtener lealtad de los clientes. En el área de servicios (Amazon web services, publicidad, suscripciones), Amazon ha conseguido un crecimiento del 18.8% para el 2022, ingresando actualmente más por venta de servicios, que por venta de mercancías (271.000 millones de pesos, frente a 242.000 millones de pesos), lo anterior se refleja en el hecho de que la más grande comercializadora de productos a través de mercados electrónicos está presentando pérdidas, Bastero (2023). Lo anterior implica reflexionar, si una comercializadora de tal magnitud tiene problemas con un sistema tan desarrollado, ¿Qué ocurre con las pequeñas comercializadoras?

México es uno de los principales mercados en comercio electrónico en América Latina, y se estima que más del 48% de los mexicanos comprarían bienes o servicios en línea en 2022 en comparación con 2019, la proporción de compradores digitales del país hace tres años no superaba el 37% Statista (2023, octubre 15), estima que esta tendencia ascendente continuara en los próximos años con una prevalencia del 58% para 2025. Tomando en cuenta que México es una economía con oportunidad de desarrollo, aunado al crecimiento del comercio electrónico de los últimos 5 años, se cuenta con los elementos

para mejorar los sistemas para proporcionar productos, esto conlleva una implementación adecuada de la LI no solo para la recuperación de residuos de embalaje, sino también para la oportunidad de desarrollo en la recuperación de productos completos.

Actualmente el uso de comercializadoras electrónicas es esencial para el consumo de algunas personas, pues permite una mejora en la expectativa del comercio electrónico a nivel internacional. Una LI eficiente enfrenta retos en torno a la satisfacción de los consumidores y la devolución de productos, optimizando los costos de la empresa. Se sugiere para lograr lo anterior, se emplee una metodología mixta Hamui-Sutton (2013), que enfatice en la interpretación de escalas numéricas, datos numéricos, etc., sumada al uso de datos cualitativos.

La aplicación de la metodología mixta Hamui-Sutton a los sectores que las comercializadoras en México no han desarrollado es viable, pues comprende: niveles de producción, especulación de competencia, niveles de daño ecológico e interpretación de un sistema económico basado en productos que deben ser semiprocados logísticamente para obtener bienes comerciales que se encuentran en proceso de entrega o devolución; la metodología mixta permite integrar los dos elementos mencionados, abordando el problema desde diferentes puntos de vista y analizando los aspectos del fenómeno comercial de la LI en la parte económica, y por el otro lado las especulaciones en cambios que pueden ser implementados en las empresas para una mejora consecutiva permitiendo un análisis cuidadoso de la información, ubicando las fortalezas y debilidades de cada fuente utilizada, Hamui-Sutton (2013).

Resultados

Red Logística y Cadena de Suministro

Hoy en día la logística incluye la gestión de materias primas, la distribución logística complementada con tecnologías de la información, estrategias de marketing y planificación estratégica. Según Rodrigue y Hesse. (2004) su objetivo es hacer la gestión lo más eficiente posible, donde se observa que la LI incluye el manejo de materiales y productos que se reciclan al final de su vida útil para que puedan ser reintegrados a la misma cadena de

suministro.

En algunas cadenas de suministro, la integración de productos de la cadena original crea circuitos cerrados, pero cuando existen circuitos abiertos, se crean nuevas oportunidades de mercado, reciclaje y cadenas de valor, que crean nuevas áreas como: recolección, reclasificación, reciclaje y distribución. En términos generales, la toma de decisiones implica operar sistemas en condiciones que requieren la asignación de recursos limitados, por lo tanto: el flujo de materiales y productos debe ser planificado, gestionado, y controlado, Rubio (2003).

García (2022), teoriza que el sistema de suministro incluye: planificación, ejecución y control del ingreso y salida de productos e información; lo anterior sin perder de vista el fin principal que es la aceptación del cliente. De acuerdo con Mora (2008) y Bowersox et al. (2007) para que la LI sea implementada en óptimas condiciones y sin interrupciones, los proveedores deben cumplir su función de abastecer a la empresa, y posteriormente la empresa debe recibir, almacenar y distribuir de adecuadamente a cada centro logístico y punto de unión de la cadena de suministros.

Por otro lado, autores como Mihi et al. (2012) refieren como causas para la implementación de LI por parte de las empresas los siguientes escenarios: artículo dañado o innecesario (25.38%), error en el pedido o clientes insatisfechos (20.63%), fin de vida del producto (20.10%), exceso de inventario (11.7%), acuerdo de contrato (8.13%) fin de campaña (6.14%), ajustes de inventarios (4.92%) y reciclaje (3%). Stock (2001) que LI requiere inversiones y costos que oscilan entre el 4% y el 9.49% de los costos logísticos totales de una empresa.

Como explica Srivastava (2008), LI debe verse como una oportunidad de inversión para la empresa más que como un gasto, ya que la empresa debe esforzarse por aumentar las ganancias, mejorar el valor de la marca, anticipar la demanda y mejorar el descubrimiento de las necesidades de los clientes.

Modelo ABC de gestión de inventarios

El Modelo ABC tiene como fundamento teórico la Ley de Pareto, planteada por el ecónomo Vilfredo Pareto, la cual determina que el 80% de los efectos surgen del 20% de las causas, esta ley fue implementada desde un ámbito político y económico, sin embargo, su entorno de aplicación apela a la capacidad empresarial y diversas variables de acuerdo a ciertas necesidades como los indicadores de costo, inventarios, volúmenes, demanda, entre otros; esto permite una segmentación y manejo eficientes de los stocks de un almacén de acuerdo a Flamarique (2018).

Puntualmente, el Modelo de inventarios ABC parte de identificar cuál es el grupo del 20% de los productos que propicia el 80% de los resultados económicos de la empresa; Rosas (2019) menciona las categorías A, B y C, cada una con una respectiva proporción en cuanto a la participación del inventario y una escala en el valor monetario acorde a:

A=20% participación de productos /80% valor de inventario

B=30% participación de productos/ 15% valor de inventario

C=50% participación de producto / 5% del valor del inventario

Al implementar el Modelo de inventarios ABC en una organización, se facilita enfocarse en el segmento que mayor valor genera dentro de la cartera de productos, así mismo, permite identificar cuál es el segmento en el que la implementación de LI debe ser prioritaria.

Modelo centralizado y descentralizado

La LI cuenta con modelos que permiten a las empresas tanto físicas como electrónicas, la ejecución de una distribución centralizada o descentralizada, según convenga. En la distribución centralizada, la cadena se inicia desde los diferentes proveedores que abastecen un almacén central, una vez recibida la mercancía esta se almacena y se prepara para su respectivo reparto; su contraparte, la distribución descentralizada sistematiza los diferentes stocks con utilización en el almacén cercano al destino o consumidor final; en ambos casos el objetivo principal es la entrega en el menor tiempo posible, Cos et al. (1998).

Modelo Long tail

El Modelo Long tail, fue propuesto por Anderson (2006), se trata de un modelo alternativo sobre negocios en el que principalmente se ve favorecido el comercio electrónico, pues plantea la existencia de una estrecha relación de los productos populares (de alta demanda), frente a los numerosos productos singulares que las empresas ofrecen a los consumidores (Long tail- Cola larga) integrado en nichos de mercado bien diversificados Anderson (2006).

Anderson (2006), señalan que las compras en línea ofrecen un inventario más amplio y diverso que las compras tradicionales offline, lo que es un nuevo mercado para las empresas de comercio electrónico en crecimiento, porque los consumidores creen que no existe otra opción que no sea en línea para comprar productos que no encuentren en otros lugares. La LI se puede considerar como un factor importante que las comercializadoras electrónicas deben gestionar de manera óptima con el fin de minimizar sus costos sin arriesgar la satisfacción de los clientes. El obtener beneficios como la reducción de residuos y la mejora en la imagen de las comercializadoras electrónicas pueden ser considerados rendimientos positivos colaterales de una buena implementación de LI bajo modelos de investigación específicos.

El analizar los factores que inciden en el impacto económico de la LI en las empresas de marketing electrónico tiene como objetivo evaluar las estrategias que se pueden implementar para reducir los costos monetarios y optimizar los recursos disponibles para la actividad económica. Si bien algunos artículos discuten la ubicación de las instalaciones y el diseño de redes de LI, este tipo de publicaciones se enfoca en la recolección de sus productos y sus respectivos residuos y la posible redistribución de las materias primas utilizadas en su producción, Abordaron cuestiones como el número y ubicación de las instalaciones de gestión de residuos, así como la posibilidad de integrar puntos de recogida y sus costos de financiación, según Ortega (2008)

El nuevo enfoque propuesto por Du y Evans (2008) refiere un modelo de doble propósito; minimizar el costo total y el retraso del ciclo en la red de servicio postventa de

LI; para lograr este objetivo, los autores comenzaron por comprender la cantidad de instalaciones necesarias con el fin de reducir el tiempo de servicio al cliente y las capacidades tecnológicas de las instalaciones de reparación. Es importante que al momento de buscar soluciones se tengan en cuenta las economías de escala a medida que aumentan los costos unitarios buscando soluciones a través de métodos de búsqueda dispersa y simple o dual.

Lu y Bostel (2007), Combinaron flujos directos e inversos en redes logísticas para modelar las actividades de remanufactura de productos devueltos con un sistema de programación híbrido, donde la participación en las instalaciones se dividió en tres tipos: el porcentaje de flujos de productos introducidos por los fabricantes, los centros de procesamiento e intercentros.

Algunos autores han considerado un modelo más general de redes de LI, integrando modelos generales en reparación y reconstrucción que abordan específicamente problemas de ubicación de objetos, utilizando programas lineales híbridos resueltos mediante métodos de Branch and Bound, Zhou y Wang (2008). En otros sistemas de diagramas de árbol, las variables se subdividen dando origen a problemáticas lineales que poco a poco se resuelven en cada nodo del sistema. Listes (2007) utilizó un modelo de programación para analizar una red de LI de circuito cerrado en operaciones de Remanufactura utilizando un método estocástico, con una función para considerar costos e ingresos netos, el objetivo anterior fue reducir los costos totales, y analizó escenarios de demanda de productos y sus opciones Return, al colocar la probabilidad de ocurrencia, elimina la condición de completitud de la variable para resolver el problema.

Aplicación de la gestión de inventarios en redes de LI

Existen estudios que abordan los sistemas de gestión de inventarios agrupándose en secciones que implican: restituciones comerciales y devoluciones al final de la vida útil de los bienes, ante ello, se plantean ciertos criterios debido a que, en las restituciones y reposiciones, serán directamente relacionados con la capacidad de gestionar inventarios, principalmente para reducir costos logísticos, principalmente para empresas que necesitan

monitorear las devoluciones y determinar sus causas.

Zerhouni et al. (2013), presentaron un sistema de LI para los productos retornados que se encuentran en un estado óptimo (prácticamente nuevos); el primer modelo indica que la cantidad de productos que se devuelven es totalmente independiente de la cantidad que se demanda y su aplicación óptima se debe al nivel de inventarios con parámetros de tasas de retorno, producción, costos del retorno, entre otros; para el segundo caso Flórez et al. (2012), la cantidad de mercancías devueltas está ampliamente influenciada por las solicitudes de productos en cuyo caso se rigen bajo la estipulación que una demanda totalmente satisfecha es hasta cierto modo incitada con un cierto nivel de probabilidad a retornar los productos después de ciertos periodos de tiempo determinados.

Otros autores como Gou et al. (2008), propusieron que se aplicara el modelo estocástico necesario para encontrar el tamaño de lote de gestión de inventario adecuado para minimizar el costo promedio de la gestión de productos devueltos en el largo plazo, así como en diferentes puntos de recolección. Tomar decisiones sobre como dirigir los productos devueltos a ubicaciones específicas para su posible reciclaje y reducir costos.

LI en el control de actividades y su planeación

La planificación estratégica y el control operativo pueden integrarse en los procesos de producción, recogida distribución, desmantelamiento, etc. dependiendo de estas áreas, algunas publicaciones relevantes incluyen: Flores et al. (2012) utilizaron modelos de programación dinámica estocástica y algoritmos computacionales basados en métodos numéricos para planificar y controlar la producción de productos individuales en sistemas de recuperación. Gestiona tres tipos de inventario: Productos fabricados, reciclados y devueltos. El objetivo es proponer políticas que reduzcan los costos globales.

Mutha y Pokharel (2009), desarrollaron un sistema de LI para el caso de remanufactura, utilizando módulos de productos nuevos y antiguos en un procedimiento con actividades de desmontaje, para remanufactura o reventa en un mercado alternativo. Considerando los costos de envío y almacenamiento, así como evaluar escenarios.

El modelo anterior ha sido utilizado hasta cierto punto por las empresas comercializadoras. Sin embargo, en el comercio electrónico, por su carácter dinámico y su naturaleza, aunque es aplicable, el sistema necesita adaptarse electrónicamente y conectarse a Internet, incluyendo el Intercambio Electrónico de Datos (EDI) y la Transferencia Electrónica de Fondos (EFT), que implican involucrar los diversos agentes involucrados en el negocio: clientes, productores, proveedores e intermediarios, Cuellar y Tovar (2005).

La automatización es entonces, un factor clave que influye directamente en el diseño de redes logísticas, pues aborda áreas de informática y ejecución autónoma, con el objetivo de reducir la intervención humana y optimizar los niveles de tiempo, siempre y cuando exista una supervisión humana como actividad reguladora, (Córdoba, 2006).

Discusión

Los clientes del e-commerce, tienen como una de sus prioridades: la llegada del producto a sus manos con el precio más bajo, mínimo tiempo posible, y de la forma más cómoda; pero, ¿Son realmente conscientes de lo que conlleva ese proceso comercial?, ¿Cuál es la implicación económica de una devolución derivada de un incumplimiento en los estándares del consumidor?; la LI no involucra residuos, involucra huellas económicas y ambientales que deben ser prioritarias si se busca un desarrollo económico basado en el cumplimiento de la agenda 20 -30 de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible, 2015), principalmente en los ODS 8, 9, 11 y 12, mismos que respectivamente refieren: trabajo decente y crecimiento económico, industria innovación e infraestructura, ciudades y comunidades sostenibles, y producción y consumo responsables.

El cumplimiento de los ODS, debería de ser la prioridad en el marco normativo de las empresas que buscan una mejora paulatina en países como México, es necesario que las comercializadoras electrónicas se preparen y anticipen a las normativas que la regionalización y actualización de los tratados y acuerdos comerciales puedan traer consigo; ello les permitiría posicionarse con una ventaja competitiva en el acceso a mercados. La mayoría de los modelos de LI se centran en el procesamiento lineal de

materiales y retorno, pero si se integra una devolución que sea lo menos invasiva con el consumidor, esto conlleva a que la empresa sea la que atienda en mayor medida las pérdidas por devoluciones al hacerse cargo del proceso necesario para que el producto regrese hasta su almacén y ahí sea identificado como reusable o desecharlo.

En los años recientes, el e-commerce en México ha iniciado una fase de crecimiento paulatino Riquelme (2023), en 2022, el valor de las ventas online en México proyectó los 468 mil millones de pesos, un aumento del 27% respecto al año anterior. Con base en investigaciones previas, es posible afirmar que el incremento de las devoluciones se relaciona positivamente con el aumento de la demanda, así mismo las características de mercado de los consumidores mexicanos enfatiza la preferencia por el hecho de que las comercializadoras cuenten con sistemas eficientes y sencillos en el tema de las devoluciones Storecheck (2024, marzo 5); esto refiere una área estratégica en el diseño de redes de LI que abarquen el flujo de bienes, la información y el capital, desde el consumo hasta el origen con la finalidad de revalorizar o en su caso el manejo adecuado de los residuos.

Debido a que México se considera una economía en desarrollo, y su productividad regional está integrada en el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), existe una dinámica cambiante en la cadena logística, principalmente para las comercializadoras electrónicas, debido a que presenta un modelo de difusión masivo a consumidores denominado Push en el que aplica un mayor uso de los medios de transporte de alto volumen, si ese modelo se suma a los sistemas de LI repercute en un aumento de los costos logísticos con el fin de mantener la satisfacción del cliente, y sobre todo reduciendo los tiempos de entrega.

Si bien en México se está invirtiendo en el desarrollo de redes logísticas con el fin de minimizar costos y mantener un sistema de fidelización con los clientes, se enfrentan diversos retos entre ellos: los costos de la LI pueden suponer un porcentaje significativo de los ingresos de la comercialización electrónica, problemas legales por fraude en el tema de las devoluciones, incremento de los costos por el uso de más recursos materiales que

pueden considerarse residuos, entre otros. Si bien, el panorama no es del todo claro, es necesario identificar estrategias conforme a los modelos previamente investigados, que pueden o no ser aplicados en su totalidad o en su caso mezclados para obtener soluciones viables e idóneas para el tipo de operaciones de la comercializadora en cuestión.

Se requiere trabajar en la mejora de la transparencia de sus políticas de devolución para facilitar a los clientes el proceso sin comprometer la integridad de las operaciones de la empresa; también debe explorarse la posibilidad de asociaciones con terceros ya sea para integrar una cadena logística con empresas transportistas o almacenes descentralizados para la recepción de sus productos aprovechando el sistema de recuperación o reestructuración de los productos, ya que los costos de inversión serían mucho menores, contrario a que si la empresa los implementa totalmente bajo su propio financiamiento.

La mejora constante tanto en los sistemas logísticos, como en la recuperación de sus materiales o incluso a veces en correcto control de sus inventarios para evitar confusiones entre productos que pueden no ser los solicitados por los clientes, deberían incrementar los índices de satisfacción para empresas y clientes. Hay modelos que permiten la aplicación de medidas técnicas y tecnológicas para la posible manipulación de mercancías y su reestructuración con la mejora e innovación, con el fin de volver a colocarlos en el mercado si estos se encuentran en condiciones aceptables ya sea con un menor costo o descentralizando su procesamiento para mantener los tiempos de entrega como una ventaja competitiva. La aportación del presente documento radica en proponer un modelo de LI aplicable a las comercializadoras online de México, la proposición se describe en el siguiente apartado.

Modelo de LI con sistema mixto ABC y Long tail

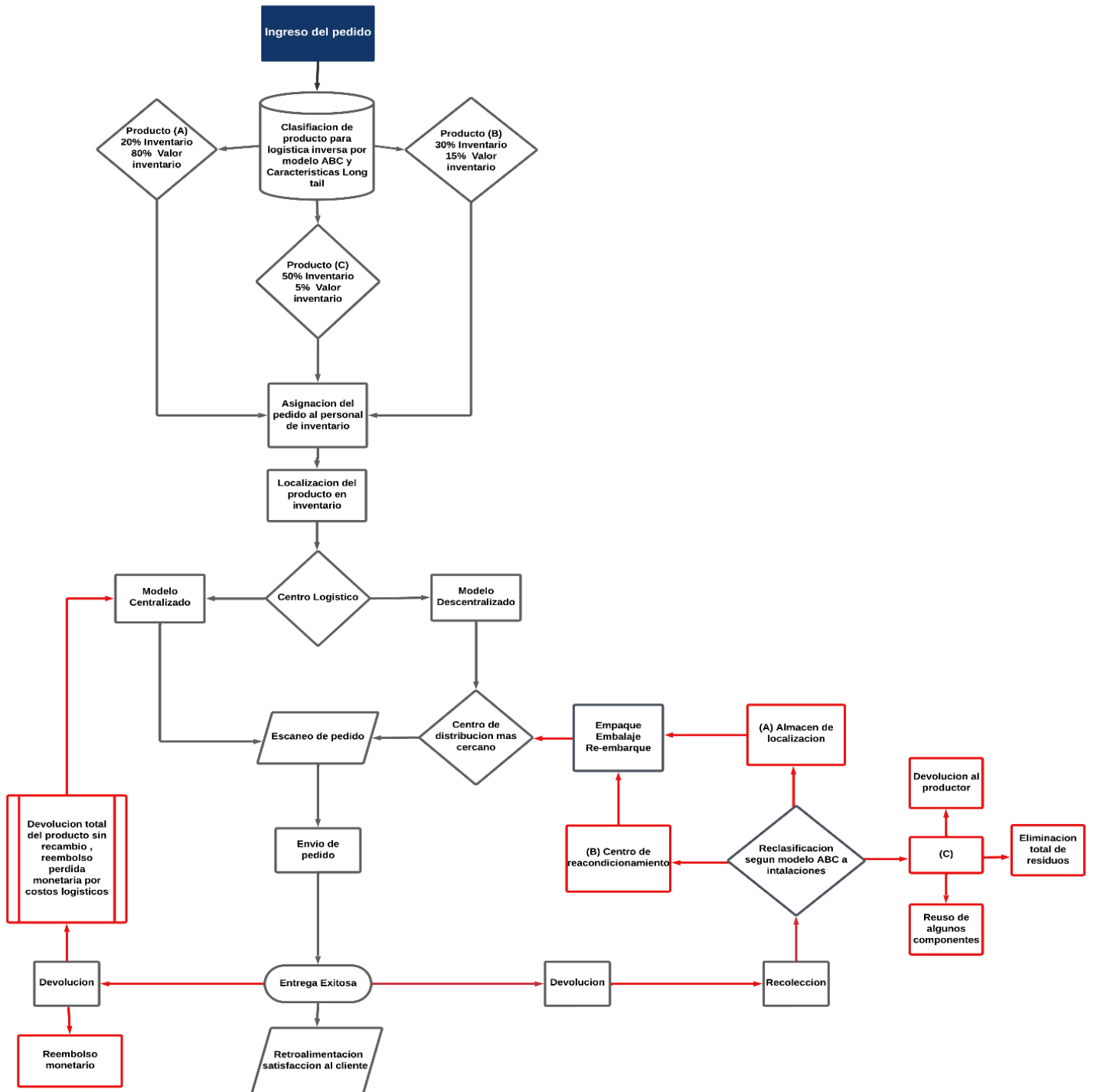
En este apartado se describe la propuesta que integra los sistemas ABC y Long tail, este modelo implica una representación general de remanufacturado que se centra en dos constantes principales: primero, una variable funcional directa donde el producto llega sin ningún problema hasta el consumidor final, y segundo, por el lado de la Re manufactura se establece un punto de retorno de los productos para su posterior reacondicionamiento, esto

llevado a cabo mediante un sistema descentralizado de ubicaciones para la Re manufactura siempre y cuando pertenezcan a la clasificación del modelo de Pareto, que si bien es indicado desde el inicio del stock de venta, la clasificación nos sirve para ubicar a que centro de Re manufactura será llevado para aminorar los costos de la cadena de suministro.

Aplicación del modelo de LI con sistema mixto ABC y Long tail en el e-commerce

En el e-commerce de México las devoluciones de productos y recursos (embalaje) llegan en su mayoría directamente al productor, y en muchas ocasiones el producto al ser abierto por el consumidor ya no es reacondicionado sino más bien desechado; ante ello se plantea la aplicación de un modelo de LI mixto que une las bondades de los sistemas ABC y Long tail, quedando la propuesta tal como se ilustra en la figura 2 y se describe posteriormente.

Figura 2.
Modelo de LI con sistema mixto ABC y Long Tail



Nota: Elaborado por el autor.

Ingreso del pedido

- El producto es solicitado de manera normal por la plataforma electrónica y esta redirige una orden de pedido con las especificaciones del producto solicitado.
- Clasificación del producto de acuerdo con el modelo ABC y de acuerdo con las características del sistema Long tail; los productos se clasifican de acuerdo a las siguientes variables:
 - A=20% participación de productos /80% valor de inventario
 - B=30% participación de productos/ 15% valor de inventario
 - C=50% participación de producto / 5% del valor del inventario
- Existencia de una estrecha relación de los productos populares o en su caso con alta demanda (Head-Cabeza) frente a un número de productos únicos (Long tail- Cola Larga) ofrecidos por parte de la empresa a sus consumidores integrado a nichos de mercado.
- Esta clasificación se debe mantener en todo el proceso: entrega, devolución o recambio de los productos con el fin de priorizar los recursos.
- Asignación del pedido al personal de inventario, en este momento el pedido y demás requerimientos son enviados al personal o sistema electrónico que busquen en el inventario donde se encuentra el producto en el inventario.

Centro logístico

- En esta sección se ubica de preferencia un modelo descentralizado donde el producto pasa de un almacén central donde el stock se encuentra en miles y posteriormente se debe enviar a un centro más pequeño de acuerdo con los pedidos que se reciban en las áreas comerciales conurbadas.

Centro de distribución más cercano

- Aquí se recibe el producto en un centro de distribución donde se realizará una planeación para entregar los productos por ruta específica al área de proximidad.

Envío del pedido

- Se realizará el envío del producto bajo los estándares correspondientes del ruteo más eficiente, conforme a los pedidos recibidos en el área definida para las entregas se elegirá el embalaje adecuado con el fin que el producto no sufra alteraciones ni problemas con el envío.

- Área de oportunidad pues con motivo de reducir el impacto ecológico con los residuos del embalaje se puede optar por escoger un embalaje duro que puede ser facilitado por la empresa con un costo adicional y que posteriormente en las siguientes entregas de productos puedan ser reusados junto con el embalaje interior.

Entrega Exitosa

- El producto ha sido entregado bajo las normas de cuidado de los productos, el cliente firma de recibido.
- Retroalimentación satisfacción al cliente
- En esta sección se busca saber cómo el cliente se encuentra con su pedido y si cumplió los estándares que solicita.

Implementación de la logística inversa

- La logística inversa de la propuesta se inicia cuando se presenta una inconformidad por parte del cliente.

Devolución

- Se genera un estatus electrónico de devolución en donde el cliente decide si se realiza una devolución de su dinero o un cambio del producto de acuerdo con las políticas particulares de devoluciones o reembolsos de la empresa.

Recolección

- Con base en el estatus electrónico de la devolución se procede con la recolección siempre y cuando pueda realizarse por parte de la empresa o en su caso el cliente pueda llevarlo al almacén de recolecciones más cercanas.

Reclasificación según el modelo ABC a instalaciones

En esta área se ubicará el producto de acuerdo con la clasificación ABC del modelo, pero también con las características de LI para productos recuperados. El modelo ABC nos permite darle una prioridad a los productos que pueden ser reintroducidos en la cadena de suministro conforme a su valor, y tomando en cuenta que autores como Mihi et al. (2012), proponen que para las empresas que implementan LI, las principales razones para utilizar una cadena de suministro inversa son: producto dañado o innecesario (25.38%), fracaso del pedido o clientes insatisfechos (20.63%), fin de vida útil del producto (20.10%), exceso de inventario (11.7%), acuerdo de contrato (8.13%), fin de campaña promocional (6.14%),

ajuste de inventarios (4.92%) y reciclaje (3%).

- (A) Almacén de localización.
- (B) Centro de reacondicionamiento.
- (C) Devolución al productor - Eliminación de los residuos - Reúso de algunos componentes.

La ilustración 3 contiene una tabla con escenarios estratégicos que cubren acciones enfocadas a cubrir las necesidades de cada comercializadora en la implementación de LI. Si bien los posibles escenarios son en su mayoría generalizados, es necesario comprender que cada comercializadora electrónica tiene diversas formas de implementar la LI; el modelo propuesto es flexible y puede adaptarse a las necesidades particulares de la empresa, siempre manejando la posibilidad de una evolución de los sistemas pues los fines son la mejora continua y la eficiencia de manera eficiente.

Figura 1.

Escenarios estratégicos para la implementación de la LI

	Clasificación ABC			Logística inversa				
Causales de devolución del producto	(A) 80% valor de inventario	(B) 15% valor inventario	(C) 5% valor inventario	Almacén de localización producto en buen estado	Centro de reacondicionamiento	Devolución al productor	Eliminación de residuos	Reuso de algunos componentes
No deseado	A			X				
		B		X				
			C	X*				
Dañado	A				X	X		X
		B			X	X		X*
			C			X		
Error de pedido	A			X				
		B		X				
			C	X*				
Insatisfacción cliente	A			X				
		B			X			
			C			X		
Fin de la vida útil del producto	A						X	X
		B					X	X*
			C				X	X*
Exceso de inventario	A			X				
		B		X	X			
			C	X*	X	X		
Acuerdo contractual	A			X	X			
		B		X	X			
			C	X	X	X		
Fin de la promoción	A				X			X
		B			X			X
			C					X*
Juste de inventario	A			X				
		B						X*
			C					X*
Reciclaje de componentes	A			X	X			X
		B		X	X	X	X	X
			C			X	X	X*

* siempre y cuando se mantenga una rentabilidad

Nota: Elaborado por el autor con información de Mihi et al. (2012).

Implementación del modelo CMI

Tabla 1.

Modelo de clasificación de prioridades para las comercializadoras electrónicas CMI

PERSPECTIVA	MAPA ESTRATEGICO	INDICADOR DE RENDIMIENTO	VALOR DE PRIORIDAD
Financiera	Aumento de ingresos y minimizar perdidas	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de recuperación de residuo • Margen de beneficio • Crecimiento de los ingresos • Cumplimiento de ventas • Costo total de acuerdo con el tratamiento de residuos según la LI 	1
Procesos internos	Optimización de procesos (reducción de tiempos-espacios de trabajo entre otros.)	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residuos sólidos • Porcentaje de residuos de empaque y embalaje • Incremento del volumen de trabajo • Nivel de la tasa de recuperación del residuo • Duración del ciclo logístico inverso • Nivel de descentralización de las áreas de centros de distribución y reacondicionamiento • Cantidad de implantación de la normatividad documental del producto 	2
Cliente	Mantener y/o aumentar los niveles de lealtad	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de servicio recibido • Nivel de relación con los clientes • Porcentaje de las entregas que no cumplen los requisitos de los clientes • Porcentaje de descentralización de las áreas de centros de distribución y reacondicionamiento para dar accesibilidad al cliente 	3
Aprendizaje y desarrollo	Implementación tecnológica y aumento de conocimiento del personal laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de personal con formación de LI • Nivel de clasificación del inventario (modelo abc-long tail) • Nivel implantación de normatividad documental 	4

Nota: Elaborado por el autor con datos de Matilla y Chalmeta (2007).

La implementación del modelo CMI dentro de la LI permite una orientación más específica sobre las diversas áreas de la LI de la empresa, se le debe otorgar una mayor prioridad en cuanto a la mejora de procesos ya que enfatiza en áreas como la perspectiva financiera, que centra su operatividad en responder las inferencias de los accionistas

enfocados en el aumento de valor por medio de indicadores financieros con el fin de mantener una rentabilidad en los clientes; se ubican las áreas donde los sectores de clientes enfocan sus preferencias, pues representan su mercado objetivo, el cómo incrementar sus clientes, así como los índices de satisfacción y la rentabilidad de los mismos, Galicia (2016).

En la implicación de los procesos se observan rasgos derivados de variables de los clientes como marketing, venta, postventa y otros derivados de los sistemas de soporte de la cadena de logística y sus implicaciones. En el área de aprendizaje y desarrollo engloba características donde es necesario invertir para obtener procesos eficientes integrando sistemas de tecnología de la información además de la implantación de formación de los recursos humanos con el fin de mejorar su productividad y satisfacción. El permitir una mejora en la cadena de mando de la LI concede una adaptación más homogénea que simplifica las tareas de los sistemas logísticos, permitiendo un aumento paulatino de los indicadores que mejoraran la eficiencia de la empresa al desarrollar e implementar adecuadamente la LI en sus operaciones.

Conclusión

El sistema Pareto ABC y Long Tail se presenta como una herramienta poderosa para optimizar la LI en México; dentro de los beneficios se encuentran:

- Mejora la eficiencia: permite enfocar recursos en los productos con mayor retorno (categoría A) y optimizar el manejo de los de menor retorno (categorías B y C).
- Reduce costos: disminuye los gastos asociados al almacenamiento, transporte y procesamiento de productos con baja demanda (Long Tail).
- Aumenta la satisfacción del cliente: ofrece una mejor experiencia al cliente al facilitar la devolución de productos defectuosos o no deseados.
- Promueve la sustentabilidad: reduce el impacto ambiental al minimizar el desperdicio y aumentar la reutilización de materiales.

Los retos son:

- Implementación: requiere inversión en tecnología y capacitación del personal.

- Falta de información: el acceso a datos precisos sobre los flujos de productos y las preferencias del consumidor es crucial para la correcta aplicación del sistema.
- Informalidad: el sector informal en México representa un desafío para la implementación efectiva de la LI.

Recomendaciones:

- Colaboración público-privada: es necesaria la colaboración entre el gobierno, las empresas y las organizaciones sociales para crear un marco regulatorio favorable y fomentar la adopción de prácticas de LI.
- Desarrollo de infraestructura: se requiere invertir en la recogida, almacenamiento y procesamiento de productos devueltos.
- Educación y sensibilización: es fundamental educar a los consumidores sobre la importancia de la LI y su impacto en el medio ambiente.
- En conclusión, el sistema Pareto ABC y Long tail tiene un gran potencial para transformar la LI en México.
- Su implementación puede generar beneficios económicos, sociales y ambientales significativos; y requiere un esfuerzo conjunto del sector público, privado y social para superar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece este sistema.

Referencias

- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Uoc.edu. <https://www.uoc.edu/uocpapers/4/dt/esp/anderson.html>
- Bastero, M. (2023, febrero 3). *Amazon cierra 2022 perdiendo 2.700MDD: sus ventas online caen un 2% y ya ingresa más por servicios que por productos*. Marketing 4 Ecommerce México. <https://marketing4ecommerce.mx/amazon-cierra-2022-con-perdidas-de-2-500me-y-ya-ingresa-mas-por-ventas-de-servicios-que-de-productos/>
- Bowersox, D.J., Closs, D.J. y Cooper, M. (2007). *Administración y Logística en la Cadena de Suministros*. Segunda Edición. McGraw Hill. México.
- Córdoba, E., (2006). Manufacturing and automation. *Ingeniería e investigación*, 26(3), 120-128.
- Cos, J., Esteban, M., Y Gasca, R. (1998). *Manual de logística integral*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=244069>
- Cuéllar, R., y Tovar, L. A., (2005). Comercio electrónico en México: propuesta de un modelo conceptual aplicado a las PyMEs. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 15(1), 79-116.
- Du, F. y Evans, GW., (2008). Un análisis de red de logística inversa biobjetivo para el servicio posventa. *Investigación de operaciones y computadoras*, 35, 2617-2634. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2006.12.020>
- Flamarique, S., (2018). Métodos de almacenamiento y gestión de las existencias. En S. Flamarique, *Gestión de operaciones de almacenaje* (Primera edición ed.). Barcelona: Marge books.
- Flórez, L. Á., Toro, E. M., y Granada, M., (2012). Diseño de redes de LI: una revisión del estado del arte y aplicación práctica. *Ciencia e ingeniería neogranadina*, 22(2), 153-177. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=91126903009>
- Galicia, M. (2016). *Cuadro de Mando Integral*, 2da Edición - Robert S. Kaplan & David P. Norton. *www.academia.edu*. https://www.academia.edu/28494722/Cuadro_de_Mando_Integral_2da_Edici%C3%B3n_Robert_S_Kaplan_and_David_P_Norton

- García R. (2020). Gestión logística en las instituciones universitarias públicas de la costa oriental del lago. *Revista de Investigación En Ciencias de La Administración Enfoques*, 4(14), 108–122. <https://www.redalyc.org/journal/6219/621968092003/html/>
- García, M. A., (2022). Análisis de la logística de Amazon en la distribución de productos a través del comercio electrónico en España. Una revisión sistemática de literatura (Trabajo de Grado, Universidad Piloto de Colombia) <https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/11367>
- Gou Q., Liang L., Huang Z., y Xu C., (2008). A joint inventory model for an open-loop reverse supply chain. *Int. J. Production Economics*, Vol. 116, pp. 28-42.
- Guide, D.R. y Van, L.N., (2002). La cadena de suministro inversa. *Revista de negocios de Harvard*, 80 (2), 25-26.
- Hamui-Sutton, A. (2013). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, 2(8), 211–216. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000400006
- Lacayo, J., y Estrada, Á. (2022, marzo 15). Comercio electrónico postpandemia: el mejor momento para entrar al sector de última milla en México. Ey.com; EY. https://www.ey.com/es_mx/strategy/ultima-milla#:~:text=En%20resumen%3A&text=La%20pandemia%20de%20COVID,y%20una%20penetraci%C3%B3n%20del%205%25.
- Lamb, C., Hair, J., y McDaniel, C. (2002). *Marketing*, International Thomson Editores SA.
- Listes, O. (2007). A generic stochastic model for supply-and-return network design. *Computers & Operations Research*, 34(2), 417–442. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2005.03.007>
- Lu, Z. y Bostel, N. (2007). A facility location model for logistics systems including reverse flows: The case of remanufacturing activities. *Computers & Operations Research*, 34(2), 299–323. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2005.03.002>
- Matilla, M. M. y Chalmeta, R. (2007). Metodología para la Implantación de un Sistema de Medición del Rendimiento Empresarial. *Información Tecnológica*, 18(1). <https://doi.org/10.4067/s0718-07642007000100016>

- Mihi-Ramírez, A., Arias-Aranda, D., y Morales, V. J. G. (2012). *La gestión de la logística inversa en las empresas españolas: Hacia las prácticas de excelencia*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43323186004>
- Mora, L. A., (2008). *Indicadores de la gestión logística*. Ecoe Ediciones.
- Morillo, M.A., Tutor, T., Baviera. (2021). *El estudio del caso Amazon*. Grado en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/165050/Morillo%20%20El%20estudio%20del%20caso%20Amazon%3A%20Lecciones%20del%20I%20C3%ADder%20en%20el%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mutha, A. y Pokharel, S. (2009). Diseño de redes estratégicas para logística inversa y Remanufactura utilizando módulos de productos nuevos y antiguos. *Computación e Ingeniería Industrial*, 56, 334-346. *Publicación de investigaciones científicas*. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1175700>
- Objetivos de Desarrollo Sostenible. (2015). UNDP. <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>
- Ortega, M. (2008). *Utilización de métodos cuantitativos para el análisis de problemas de localización en la logística inversa* (Tesis Doctoral departamento de Ingeniería de Organización Administración de empresas y estadística. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid).
- Osorio, V. M. (2016, julio 8). Las claves del éxito de Amazon. *Expansión.com*. <https://www.expansion.com/economia-digital/companias/2016/07/08/577ea714e5fdea4c028b4627.html>
- Riquelme, R. (2023, febrero 9). Comercio electrónico en México creció 23% en 2022. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Comercio-electronico-en-Mexico-crecio-23-en-2022-20230209-0030.html>
- Rodrigue, J.P. y Hesse, M. (2004). The transport geography of logistics and freight distribution. *Journal of transport Geography*, Vol 12 pp 171-184.
- Rogers, D. S. y Tibben, R. S. (2001). An examination of reverse logistics practices. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 129–148. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2001.tb00007.x>

- Rosas J. (2019). Clasificación ABC de inventarios – José Rosas Soluciones. (2019, enero 20). <http://www.joserosas.com.co/clasificacion-abc-de-inventarios/#>
- Rubio S. (2003). El sistema de Logística inversa en la empresa Analisis y aplicaciones. (Tesis doctoral Departamento de economía aplicada y organizacion de empresas, universidad de extremadura.Badajoz), 289.
- Srivastava, S. (2008). *Network design for reverse logistics*. Omega, 36(4), 535–548. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2006.11.012>
- Statista. (2023, octubre 15). México: tasa de penetración de las compras online 2017-2027. <https://es.statista.com/previsiones/703404/tasa-penetracion-comercio-electronico-mexico>
- Statista. (2024, abril 15). Ventas netas procedentes del comercio electrónico de amazon.com 2014-2023. <https://es.statista.com/estadisticas/859361/ventas-netas-procedentes-del-comercio-electronico-de-amazoncom/>
- Stock, J. R. (2001). Reverse logistics in the supply chain. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/302492964_Reverse_logistics_in_the_supply_chain
- Storecheck. (2024, marzo 5). ¿Cómo se comporta el consumidor mexicano en el punto de venta? - Blog Storecheck. Blog Storecheck. <https://blog.storecheck.com.mx/como-se-comporta-el-consumidor-mexicano-en-el-punto-de-venta/>
- Zerhouni, H., Gayon, J., y Frein, Y. (2013). Influence of dependency between demands and returns in a reverse logistics system. *International Journal of Production Economics*, 143(1), 62–71. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2010.10.014>
- Zhou, Y., y Wang, S. (2008). Generic model of Reverse Logistics network design. *Journal of Transportation Systems Engineering and Information Technology*, 8(3), 71–78. [https://doi.org/10.1016/s1570-6672\(08\)60025-2](https://doi.org/10.1016/s1570-6672(08)60025-2)

Variables que determinan los precios de las acciones de los bancos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores

Variables that determine the share prices of banks listed on the Mexican Stock Exchange.

Revista Latinoamericana de Investigación Social, vol. 7, no.2

José Antonio Morales Castro
Instituto Politécnico Nacional
jmorales@ipn.mx
(correspondencia)

Marcela Rojas Ortega
Instituto Politécnico Nacional
marojas@ipn.mx

Patricia Margarita Espinosa Jiménez
Universidad Nacional
Autónoma de México
patyalda@comunidad.unam.mx

Graciela Enríquez Guadarrama
Universidad Nacional
Autónoma de México
geguadarrama@fca.unam.mx

Artículo de investigación

Recibido: 26/05/24

Aceptado: 07/08/24

Fecha de publicación: 31/08/24

Resumen

El objetivo de esta investigación es estudiar la influencia de nueve variables que describen las características financieras específicas de los bancos, seis macroeconómicas y una del mercado de capitales, en el precio de las acciones de los bancos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores por el periodo de 2011 a 2021. Mediante el método estadístico de regresión múltiple por mínimos cuadrados se encontró que únicamente siete variables específicas de los bancos y dos macroeconómicas tienen efectos estadísticamente significativos en los precios de las cotizaciones bursátiles. Fueron dos variables las que mayor influencia tienen en los precios de las acciones, el tamaño del banco y el tamaño de la cartera de créditos, lo que significa que entre más grandes son los bancos por una parte y cuanto mayor sea la cantidad de créditos otorgados a los diferentes agentes económicos, tendrá una tendencia alcista su cotización bursátil.

Palabras Clave: Bancos; Bolsa Mexicana de Valores; Precios de acciones; Variables macroeconómicas; Variables fundamentales.

Abstract

The objective of this research is to study the influence of nine variables that describe the specific financial characteristics of banks, six macroeconomic variables and one capital market variable on the stock prices of banks listed on the Mexican Stock Exchange for the period from 2011 to 2021. Using the least squares multiple regression statistical method, only seven bank-specific and two macroeconomic variables were found to have statistically significant effects on stock prices. Two variables had the greatest influence on stock prices: the size of the bank and the size of the loan portfolio, which means that the larger the banks on the one hand and the greater the amount of loans granted to different economic agents on the other, the higher the stock price will tend to rise.

Keywords: *Banks; Mexican Stock Market; Stock prices; Macroeconomic variables; Fundamentals.*

Introducción

Conocer el valor de las acciones tiene beneficio para los inversionistas, porque en la medida que este aumente también serán mayores sus rendimientos para los dueños de las acciones al haberlas incorporado en sus portafolios de inversión. Para los bancos es importante porque su valor en el mercado bursátil aumenta en la medida que los precios de las acciones se incrementan. También es útil para evaluar el desempeño de los administradores, y se considera que estos han desarrollado una gestión exitosa, cuando los precios de las acciones crecen. Todas estas razones justifican la importancia de conocer los factores que afectan el precio de las acciones, con lo cual los inversionistas podrán decidir cuales acciones incluir en sus portafolios de inversión.

Conocer el valor intrínseco de las acciones, y como se relacionan estas con las condiciones macroeconómicas y las variables específicas de las empresas emisoras ayuda a diagnosticar la situación actual y el probable desempeño que tendrá en el futuro inmediato. Según Mohsin, Naiwen, Zia-UR-Rehman, Naseem y Baig (2020) los especuladores e inversionistas dan seguimiento a las políticas monetarias para establecer sus inversiones y conformar portafolios de inversión, en el caso de que los riesgos de tipos de cambio y de tasas de interés asociados a los rendimientos de las acciones bancarias fluctúen, estos agentes económicos podrán utilizar este conocimiento para determinar de mejor forma la estructura de sus inversiones. Los gestores también deben dar seguimiento a las políticas monetarias para establecer estrategias precisas y adecuadas para superar los riesgos. Por último, este conocimiento también ayuda a las autoridades financieras a formular políticas monetarias que ayuden a mantener la fortaleza del sistema bancario cuando se presenten riesgos de tasas de interés y cambiarios.

Morales (2016) ofrece evidencias de que las variables macroeconómicas tienen mayor impacto en la formación del precio de las acciones de las empresas que cotizan en el índice de precios y cotizaciones sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores en el periodo de 2006 a 2015. También en muchos estudios expuestos por la literatura, evidencian que la variable que mide la rentabilidad empresarial es un factor importante en la conformación del precio de las acciones. De manera que tanto los factores macroeconómicos como los específicos de las emisoras inciden en las cotizaciones de

las acciones. Por otra parte, hasta donde tenemos conocimiento, son escasas las investigaciones que han estudiado los factores que influyen en los precios de las acciones de los bancos.

El objetivo de esta investigación es estudiar los factores específicos de los bancos y los macroeconómicos que impactan en el precio de las acciones de los bancos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. Para lo cual se estudiaron nueve variables fundamentales de empresa, seis macroeconómicas y una del mercado de capitales, como determinantes de las cotizaciones bursátiles. Se plantea como hipótesis de trabajo: las variables específicas y macroeconómicas impactan en la misma magnitud en la conformación de los precios de las acciones de los bancos.

Este artículo se organiza de la siguiente manera: primero se presenta la revisión de la literatura sobre los estudios de las variables que afectan los precios de las acciones de los bancos. En el segundo apartado se presenta el modelo econométrico de regresión múltiple con la descripción de las variables seleccionadas. En el tercer apartado se muestran los resultados y su análisis. Finalmente, se exponen las conclusiones del trabajo con las observaciones finales.

Revisión de la literatura

La financiación de los bancos mediante el otorgamiento de créditos a los diferentes agentes económicos influye en la actividad económica. León y Alvarado (2015) explican que, dentro del marco de la teoría económica, los créditos son un factor que influye en el crecimiento económico. Sin embargo, en México el proceso de intermediación financiera que proveen los créditos bancarios se ve limitado tanto por factores de oferta asociados a la existencia de un oligopolio bancario como por factores de la demanda relacionados con la exclusión financiera.

La rentabilidad de la banca, percibida por los inversionistas a través del precio de sus acciones en el mercado de capitales, es una de las variables que determina la cantidad de créditos ofertados por estas instituciones. Dado que cuanto mayor es la rentabilidad de los bancos, mayor es su capacidad financiera para otorgar créditos. Por lo que la rentabilidad bancaria es importante tanto por el volumen de créditos que

pueden ofrecer, como por su impacto que tiene en el precio de las acciones. Según Irani, Haddood, Katircioglu Katircioglu (2023) los inversionistas evalúan los factores que afectan los precios de las acciones de las distintas emisoras. Lo que puede ayudar a seleccionar las acciones que deberán incorporar en sus portafolios de inversión. Los factores que determinan los precios de las acciones de los bancos son diferentes en comparación a las empresas no financieras, y se debe básicamente a la naturaleza de sus ingresos, dado que proceden principalmente de los márgenes de intermediación cobrados a los cuentahabientes.

Parody, Charris y García (2016) construyeron varios modelos de pronósticos de precios de acciones de entidades financieras de la Bolsa de Valores de Colombia, bajo el modelo log-normal, complementado con simulaciones de Monte-Carlo. Sus resultados indican que el modelo es eficiente para tener una aproximación de los posibles valores mínimos y máximos que pueden tomar los precios de las acciones, sin embargo, sus resultados carecen de la suficiente precisión para recomendar las operaciones de compra/venta. De manera que resaltan la importancia de conocer todos aquellos factores que influyen en los precios de mercado de las acciones.

Uno de los factores que influyen en las cotizaciones de las acciones son los anuncios de utilidades por acción, al respecto Arcas (1994) estudió el comportamiento de los precios de las acciones del sector bancario en la Bolsa española. En sus resultados ofrece evidencias de que los precios varían con relación a la fecha en que se anuncia un beneficio por acción mayor que la media del sector, aunque se observa una reacción positiva en el precio, ésta es transitoria, ya que la cotización de las acciones regresa al nivel anterior al anuncio, por lo que este tipo de anuncio no produce un ajuste permanente en el precio de las acciones. Por el contrario, para el caso del sector financiero de México, Fernández, Palma, Rho (2021) ofrecen evidencias de que cuando los anuncios mencionan que los beneficios son de menor cuantía que la media del sector, se observa una reacción negativa; las rentabilidades anormales no vuelven a la situación inicial, por lo que en este caso sí se produce un ajuste permanente a la baja en el precio de las acciones.

Otro de los factores que inciden en los precios de las acciones es el nivel de riesgo que tienen los bancos, en este tema Konishi y Yasuda (2004) examinaron los

determinantes del riesgo de los bancos comerciales en Japón con datos de 1990 a 1999. Hallaron que el correcto cumplimiento en la adecuación del capital reduce el riesgo y el grado de participación de funcionarios jubilados del Ministerio de Hacienda y del Banco de Japón en los consejos de administración de los bancos tiene un efecto insignificante en el nivel de riesgo bancario.

Son diversos los estudios que han encontrado relación entre la tasa de interés y el comportamiento del precio de las acciones en los mercados bursátiles. Alam y Uddin (2009) basándose en datos mensuales de 1988 a 2003 muestran que existe relación estadística entre el índice bursátil y la tasa de interés en quince países: Alemania, Australia, Bangladesh, Canadá, Chile, Colombia, España, Filipinas, Italia, Jamaica, Japón, Malasia, México, Sudáfrica y Venezuela. Aunque los resultados de los distintos países son mixtos. Para Alemania, Australia, Canadá, Chile, España, Jamaica, México y Venezuela, presentan una relación negativa y significativa entre los tipos de interés y el precio de las acciones. Por lo tanto, si el tipo de interés se controla considerablemente en estos países, será muy beneficioso para su Bolsa de Valores por el aumento de la demanda de más inversiones en el mercado de acciones.

Por su parte, Vaz, Mohamed y Brooks (2009) descubrieron que los rendimientos de las acciones de los principales bancos australianos no se ven afectadas negativamente por los anuncios de aumentos de las tasas de interés en el periodo de 1990 a 2005. Explican que en EUA los anuncios públicos de las tasas de interés si tiene efecto en las cotizaciones de las acciones. En Australia el incremento de la tasa de interés tiene un pequeño efecto positivo a largo plazo, y se debe a que los bancos locales operan en un entorno bancario menos competitivo y concentrado en comparación con los de EUA, y que además son capaces de gestionar ventajosamente los impactos de las ganancias cuando se anuncian cambios en las tasas de interés. Y por otra parte la economía australiana ha tenido una inflación y tasas de interés relativamente bajas.

Además de la tasa de interés, otras variables macroeconómicas y específicas de los bancos influyen en los precios de las acciones. Kamonye (2012) encontró que los Bancos de Kenia registraron resultados financieros impresionantes en el periodo de 2007 a 2011, por lo que investigó las variables que tienen relación con los precios de las acciones. Encontró una fuerte relación positiva entre los precios de las acciones con los

beneficios por acción, los dividendos por acción y la liquidez. Sin embargo, el capital y los activos totales tienen una relación negativa y débil. Su análisis de regresión múltiple mostró que todas las medidas de rendimiento tenían una relación positiva con los precios de las acciones. Sin embargo, sólo la relación entre el precio de las acciones y el dividendo por acción resultó ser estadísticamente significativa.

En el mercado accionario de Chile, Hitschfeld (2012) a través de una metodología de estudio de eventos, encontró que existen rendimientos anormales en el precio de mercado de la acción del Banco de Chile a raíz del anuncio oficial de fusión con Citibank Chile el 19 de julio de 2007, durante dos años antes y dos años después del anuncio. Srinivasan (2012) ofrece evidencias que muestran que el beneficio por acción y la relación precio-beneficio son los determinantes de los precios de las acciones de los sectores manufacturero, farmacéutico, energético, de infraestructura y de la banca comercial, en la Bolsa de Valores de la India durante 2006-2011.

Abdelkarim, (2014) encontró que los beneficios por acción, el valor contable por acción, la razón precio-beneficio y tamaño son determinantes significativos del precio de las acciones de los bancos en la Bolsa de Valores de Ammán en Jordania en el periodo de 2005-2011. Confirmando que estos factores poseen un fuerte poder explicativo y, por lo tanto, pueden utilizarse para estimaciones futuras de los precios de las acciones. Lo que sugiere a los inversionistas que presten atención a las variables contables de la empresa antes de invertir.

Gajardo y Quaassdorff (2014) mediante un modelo APT identificaron las variables macroeconómicas y fundamentales que explican las variaciones de precios de las acciones en Chile. En su modelo las variables tienden a ajustarse bien en conjunto, sin embargo, no se pudieron apreciar patrones comunes de casi ninguna variable independiente utilizada a lo largo de todas las acciones, sólo cuatro acciones de 23 mostraron que su modelo tenía un mejor ajuste. Debido a la complejidad de elaborar un multifactorial para explicar los precios de las acciones, consideran que el modelo CAPM es el más adecuado para el caso chileno.

Arshad, Raza, Yousaf y Jamil (2015) en un estudio que hicieron sobre los determinantes del precio bursátil de las acciones de los bancos de Pakistán en el periodo

2007-2013, encontraron que el beneficio por acción tiene una relación positiva y significativa, el valor contable y la tasa de interés tienen una relación negativa con el precio de las acciones, mientras que el PIB, la relación precio-ganancias, los dividendos por acción y el apalancamiento no tienen relación con la cotización bursátil. Por su parte Ahsan y Amad (2016) para el periodo de 2010 a 2017, ofrecen evidencias de que tres variables: las ganancias por acción, los dividendos y el crecimiento de los activos, tienen una relación positiva en el precio de las acciones de los bancos de Pakistán.

En Nepal la investigación de Pradhan y Dahal (2016) muestran que las variables específicas, que miden el beneficio por acción, el dividendo por acción, la relación precio-beneficio, el valor contable por acción, la rentabilidad de los activos y el tamaño del banco, son las principales determinantes del precio de las acciones de los bancos para el periodo de 2002-2013. El tamaño del banco resulto ser el factor más importante. Entre las variables macroeconómicas, el Producto Interno Bruto es el más significativo. Posteriormente Ratna y Sawagvudcharee (2019) examinaron los factores que influyeron en los precios de las acciones de los bancos comerciales nepaleses entre 2006 y 2015. Las evidencias de su estudio sugieren que los factores internos, como los beneficios por acción, los dividendos y la relación precio-beneficio, tuvieron una relación positiva y significativa con el precio de mercado de la acción. Sin embargo, de los factores macroeconómicos únicamente la tasa de inflación tuvo una relación significativa y negativa. Esto sugiere que tanto los inversionistas como las empresas deben tener en cuenta tanto los factores internos como los externos para determinar el movimiento del precio de las acciones.

Kartika y Henryette (2018) estudiaron la influencia del perfil de riesgo y el buen gobierno corporativo en las cotizaciones de siete acciones del sector bancario en el índice bursátil de Indonesia. El riesgo de crédito fue medido por los créditos incobrables, el riesgo de mercado medido por el tipo de interés, el riesgo de liquidez se midió por la relación entre préstamos y depósitos, el buen gobierno fue cuantificado por la propiedad de los directivos, la propiedad institucional, el comisario independiente, el tamaño del consejo de administración y la auditoría del comité. Concluyeron que los préstamos morosos, los comisarios independientes y los comités de auditoría no tienen un efecto significativo en el precio de las acciones, pero el riesgo de tipo de interés, la relación entre préstamos y depósitos, la propiedad de los directivos, la propiedad

institucional y el tamaño del consejo de administración tienen una influencia significativa en el precio de las acciones.

Mohsin, Naiwen, Zia-UR-Rehman, Naseem y Baig (2020) para el periodo de 2009 a 2019 ofrecen evidencias de que el rendimiento del mercado capitales, conjuntamente con la volatilidad de las tasas de interés y de los tipos de cambio determina la dinámica de los rendimientos de las acciones bancarias de Pakistán. Kengatharan (2018) ofrece evidencias de que los beneficios por acción y el tamaño del banco influyen positiva y significativamente en el precio de las acciones de los bancos de Sri Lanka durante el periodo de 2011 a 2015, mientras que ningún factor externo muestra influencia significativa en los precios de las acciones.

Veronika y Zuhroh (2021) mediante una regresión de datos en panel evaluaron la influencia de variables económicas y fundamentales de la empresa en los precios de las acciones de los bancos de la Bolsa de Valores de Indonesia para el lapso de 2015 a 2019. Los resultados mostraron que la inflación y tipo de cambio afectan significativamente a la cotización de las acciones bancarias, por otro lado, el ROA y el ROE no afectaron significativamente al precio de las acciones. Este resultado refleja que los inversionistas consideran las variables internas de la empresa en menor medida que las variables macroeconómicas, como determinantes de los precios de las acciones. Salamat, Momani y Batayneh (2021) ofrecen evidencias de los factores internos y externos que determinan la fluctuación de los precios de las acciones de los bancos convencionales de Jordania en 2010-2019. Sus resultados indican que el volumen de negociación, los dividendos y el Producto Interno Bruto tienen un efecto positivo en la volatilidad del precio de las acciones, mientras que la rentabilidad de los activos, los dividendos y la relación precio-beneficio (PE), afectan positivamente el precio de las acciones.

El desempeño de los mercados bursátiles y en consecuencia las cotizaciones también dependen de factores exógenos, en ese sentido Cazares y Luna (2024) ofrecen evidencias de que el mercado bursátil mexicano se ve afectado por los mercados bursátiles internacionales y que experimento una mayor volatilidad durante la pandemia de COVID19. También encontró que las noticias económico-financieras publicadas por los medios de comunicación masiva, el tipo de cambio y los indicadores que miden el

crecimiento económico tienen un efecto consistente en los rendimientos del índice bursátil mexicano.

Todos estos estudios en general concuerdan que además de los factores específicos de los bancos y algunas variables macroeconómicas, también existen otros factores como el riesgo en diferentes dimensiones, el gobierno corporativo e incluso el volumen de operaciones de cada acción en la Bolsa de Valores, que inciden las cotizaciones bursátiles de los bancos.

Materiales y métodos

Para estudiar el efecto de los factores que influyen en los precios de las acciones de los bancos, se obtuvieron los datos contables de los bancos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y de la base de datos de Economatica con las cuales se calcularon nueve variables específicas de empresa, del Banco de México y del Instituto Nacional de Estadística y Geografía se obtuvieron datos de seis variables macroeconómicas, la descripción de todas estas variables se presenta en la tabla 1. Las variables seleccionadas han sido señaladas en la literatura como las principales que influyen en los precios de las acciones, en estudios como los de Arcas (1994), Alam y Uddin (2009), Vaz, Mohamed y Brooks (2009), Abdelkarim, (2014) y Veronika y Zuhroh (2021) entre otros. económicos influye en la actividad económica. León y Alvarado (2015) explican que, dentro del marco de la teoría económica, los créditos son un factor que influye en el crecimiento económico. Sin embargo, en México el proceso de intermediación financiera que proveen los créditos bancarios se ve limitado tanto por factores de oferta asociados a la existencia de un oligopolio bancario como por factores de la demanda relacionados con la exclusión financiera.

El análisis se efectuó mediante una regresión múltiple por mínimos cuadrados. Véase ecuación 1.

$$y_i = \beta_0 + \beta_{1x1i} + \beta_{2x2i} + \dots + \beta_{kxki} + u_i \quad (1)$$

Donde Y_i denota la variable explicada por las variables independientes X_i . Al sustituir las variables específicas de los bancos y los factores macroeconómicos, la $Acción_i$ representa el precio de cierre en la Bolsa Mexicana de Valores del banco “i”, la X_1 representa el ROE, las siguientes X_i toman las denominaciones de las variables explicativas de la tabla 1, hasta la INFL (inflación), y las B_i son los valores estimados del modelo que muestran la contribución de cada una de las variables X_i en los precios de las acciones de los bancos estudiados y la U_i representa el margen de error, Gujarati y Porter (2009), véase ecuación 2.

$$Acción_i = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \dots + \beta_i X_{it} + u_i \quad (2)$$

Se seleccionaron los tres bancos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, Bancomer BBV, Santander y Bajío. El periodo de análisis abarcó del segundo trimestre de 2011 al cuarto trimestre de 2021 (1T2011 a 4T2021), es decir, 44 trimestres para cada uno de los bancos, que equivale en total a 132 trimestres de información.

Tabla 1.
Variables del modelo 1

<i>Variable</i>	<i>Fórmula</i>	<i>Descripción</i>
Precio acción	Precio cierre	Precio de la acción en el mercado de capitales de la Bolsa Mexicana de Valores
ROA	$\frac{\text{Resultado neto}}{\text{Activo total}}$	Rendimiento de la inversión total del banco
ROE	$\frac{\text{Resultado neto}}{\text{Capital contable}}$	Rendimiento de la aportación de los socios
Efeoper	$\frac{\text{Gastos admón y prom}}{\text{Activo total}}$	Eficiencia operativa. Mide la proporción de gastos operativos de la inversión total.
Tactiva	$\frac{\text{Ingresos intereses}}{\text{Activos productivos}}$	Cuantifica las ganancias financieras en relación con los activos productivos. Estos últimos comprenden las carteras de créditos y de inversiones más la

		actividad de servicios.
Tpasiva	$\frac{\text{Gastos intereses}}{\text{Pasivos bancarios}}$	Mide el costo de las deudas bancarias
TAM	Ln (Activos)	TAM: tamaño del banco, en términos de activos.
IMOR: Índice de Morosidad	$\frac{\text{Cartera morosa}}{\text{Total créditos}}$	Mide la cantidad de créditos no pagados en el plazo pactado
CTAT	$\frac{\text{Cartera credito}}{\text{Activo total}}$	Cartera crédito total a activo total. Mide la inversión de los bancos en los créditos.
Gastoper	$\frac{\text{Gastos operación}}{\text{Utilidad neta}}$	Proporción de los gastos de administración y promoción de las ganancias
SAL	Salario Mínimo Mensual	Mayor salario, genera mayor capacidad de pago créditos de los clientes
DES	$\frac{\text{Personas desempleadas}}{\text{Pobl. Economicante Activa}}$	Causa reducción de ingreso familiar y disminuye la capacidad de pago de los créditos
INT	Tasa de CETES 91 días	Interés de Certificados de la Tesorería de la Federación, y afecta las tasas pasivas y activas
PIB	Producto Interno Bruto	El aumento del PIB afecta la actividad bancaria y en consecuencia las ganancias
VarPIB	$PIB \div PIB_{-1}$	Variación de PIB
INF	Incremento de precios	INF: inflación. Impacta la actividad bancaria y sus ganancias
Volumen	Valor de negociación	Mide número de acciones de compraventa en moneda del país en que se encuentra la bolsa de valores.

Nota: Elaboración propia con base en datos de la CNBV (2021), Banco de México (2022) e INEGI (2022).

Resultados

En la tabla 1 se muestran los resultados del modelo de la regresión múltiple en la que se incluyeron todas las variables, la variable dependiente es el precio de las acciones en la Bolsa Mexicana de Valores, y de las nueve variables explicativas específicas de los bancos, donde sólo siete fueron significativas. También se puede ver que de las siete variables económicas únicamente el salario fue estadísticamente significativo al 1%.

Tabla 2.
Coefficientes de la regresión múltiple incluyendo todas las variables

Variables	Coefficientes no estandarizados	Desviación del error	Coefficientes estandarizados	Sig.
	B		Beta	
(Constante)	-959.118	155.373		0.000
ROA	0.495	9.385	0.008	0.958
ROE	0.071	1.035	0.011	0.945
Efeoper	10.958	4.570	0.190	0.019
Tactiva	3.510	1.003	0.180	0.001
Tpasiva	-13.798	2.983	-0.436	0.000
Tamaño	56.933	4.641	1.134	0.000
IMOR	-8.407	3.009	-0.174	0.006
CTAT	3.353	0.316	0.990	0.000
Gastoper	-0.405	0.226	-0.163	0.077
Sal	-0.009	0.003	-0.196	0.001
Desempleo	11.019	10.705	0.188	0.306
Interés	0.966	3.003	0.044	0.749
PIB	3.253E-06	0.000	0.089	0.568
VariaPIB	-53.972	51.408	-0.069	0.297
Inflación	0.194	1.562	0.005	0.901

Volumen	-6.519E-10	0.000	-0.068	0.154
---------	------------	-------	--------	-------

Nota: Elaboración propia.

Con la finalidad de obtener el modelo de regresión múltiple únicamente con las variables significativas, a partir del modelo que incluye todas las variables explicativas en la ecuación, posteriormente se excluyen una por una las variables que no son significativas. La variable que tiene la menor correlación parcial con el precio de las acciones (variable dependiente) es la primera que se elimina y termina el procedimiento de eliminación cuando ya no queda ninguna variable en la ecuación con el criterio de eliminación. En la tabla 3 se puede ver el proceso de eliminación de variables independientes que no son significativas para explicar las variaciones de precio de las acciones de los bancos.

Tabla 3.
Eliminación de variables

Modelo	VARIABLES DE ENTRADA/ELIMINADAS	F	Significancia
1	Tpasiva, Inflación, Gastoper, VariaPIB, Tamaño, Sal, Desempleo, Tactiva, Efeoper, IMOR, ROA, CTAT, Interés, PIB, ROE	50.884	0.0000
2	ROA	54.891	0.0000
3	Inflación	59.459	0.0000
4	ROE	64.671	0.0000
5	Interés	70.715	0.0000
6	PIB	77.698	0.0000
7	VariaPIB	85.161	0.0000
8	Volumen	92.78	0.0000

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 4 se presenta la regresión múltiple únicamente con las variables significativas que explican el precio de las acciones. Las variables que tienen mayor efecto en el precio de las acciones, de acuerdo con el coeficiente Beta, ordenadas de mayor a menor son: tamaño (TAM), cartera de crédito total (CTAT), costo de las

deudas bancarias (Tpasiva), las ganancias financieras (Tactiva), eficiencia operativa (Efeoper), índice de morosidad (IMOR), gastos de operación (Gastoper), salario (Sal) y por último el desempleo (Desempleo).

El precio de las acciones tiene una relación positiva con el tamaño, es decir que entre más grande sea el banco el precio de las acciones aumenta, una relación directa con CTAT, a mayor cantidad de créditos otorgados el precio de las acciones se incrementa. Una relación negativa con la Tpasiva, lo que significa que entre más altos sean los intereses que paga por los créditos obtenidos por los bancos disminuyen el precio bursátil de las acciones, una relación positiva con Tactiva, es decir, que a medida que los ingresos financieros aumentan también los precios de las acciones suben.

Tabla 4.
Modelo de regresión múltiple

Variables	Coefficientes no estandarizados	Coefficientes estandarizados	t	Sig.	Estadísticas de colinealidad	
	B	Beta			Tolerancia	VIF
(Constante)	-923.389		-15.096	0.000		
Efeoper	11.637	0.202	3.344	0.001	0.296	3.377
Tactiva	4.108	0.211	4.941	0.000	0.589	1.698
Tpasiva	-13.422	-0.424	-8.225	0.000	0.405	2.472
Tamaño	59.146	1.178	15.925	0.000	0.197	5.088
IMOR	-8.609	-0.178	-3.099	0.003	0.326	3.070
CTAT	3.480	1.028	12.615	0.000	0.162	6.174
Gastoper	-0.438	-0.177	-3.217	0.002	0.356	2.813
Sal	-0.008	-0.176	-4.276	0.000	0.634	1.577
Desempleo	6.253	0.107	2.478	0.015	0.579	1.728

Nota: Elaboración propia.

La Efeoper tiene una relación directa con la cotización de las acciones, lo que sugiere que entre mayor sea la cantidad de recursos destinados a la operación del banco aumenta el precio de las acciones, lo que significa que la inversión en las actividades de

administración y promoción generan valor en el banco y en consecuencia aumenta el precio de las acciones. El IMOR se relaciona inversamente con la cotización bursátil de las acciones, es decir, cuanto más aumentan la cantidad de créditos no recuperados por el banco se traduce en una reducción del precio de las acciones. Los Gastoper se relacionan inversamente con los precios de las acciones, es decir, que en la medida que aumenta la proporción de gastos de administración y promoción del total de las ganancias, los precios de las acciones caen.

De las variables macroeconómicas, muestra una relación negativa del salario con los precios de acciones. Lo que sugiere que en la medida que aumenta el salario de los trabajadores muy probablemente utilicen en menor medida los créditos bancarios y por consecuencia las ganancias y precios de las acciones de los bancos se reducen en los mercados de capitales.

Con la variable que mide el desempleo presenta una relación positiva con las cotizaciones bursátiles, es decir, a medida que se incrementa la cantidad de personas sin empleo los precios de las acciones suben, lo que sugiere que los bancos restringen los créditos a las personas que no tienen empleo, situación que disminuiría la tasa de morosidad y en consecuencia incrementaría el precio de las acciones.

En la tabla 4 también se pueden ver los estadísticos de colinealidad, en donde todas las variables tienen una *Tolerancia* > 0.10 y un factor de inflación *VIF* < 10.0 por lo que se rechaza la hipótesis de multicolinealidad.

Los estadísticos de bondad de ajuste del modelo se pueden ver en la tabla 5, se presenta el $R^2 = 0.90$ y el $R^2_{ajustado} = 0.885$, es decir, que el modelo explica el 88.5% de la varianza de los precios de las acciones, valor que se considera que es un porcentaje aceptable.

Tabla 5.
Resumen del modelo

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Cambio en F	Sig. Cambio en F
0.95	0.902	0.885	50.884	0.000

Nota: Elaboración propia.

En la tabla 6 se presenta el estadístico F con una sig<0.05 lo que permite aceptar la hipótesis de que existe una relación lineal significativa entre el precio de la acción y el conjunto de variables independientes del modelo.

Tabla 6.
Resumen del ANOVA

ANOVA					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	140972.548	16	8810.784	50.884	.00 ^b
Residuo	15237.621	88	173.155		
Total	156210.169	104			

Nota: Elaboración propia.

Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación en referencia a la tasa de interés pasiva y activa (Tactiva y Tpasiva) están en línea con los hallazgos de Vaz, Mohamed y Brooks (2009), quienes encontraron una relación positiva entre el precio de las acciones y los anuncios de la tasa de interés y diferente con las evidencias ofrecidas por Alam y Uddin (2009) quienes hallaron una relación negativa entre la tasa de interés y el mercado bursátil. En la relación que tiene la variable denominada tamaño de la empresa con las cotizaciones, nuestros resultados son similares a los Abdelkarim (2014), Ahsan, M. y Amad, A. (2016), Pradhan y Dahal (2016) y Kengatharan (2018) quienes comprobaron que cuanto mayor es el tamaño del banco aumenta el precio de las acciones de los

bancos en los mercados bursátiles. Lo que significa que a mayor tamaño se pueden obtener economías de escala y por consecuencia pueden obtener mayores ganancias lo que impulsa el precio de las acciones.

En la morosidad de los créditos nuestros resultados coinciden con varios de los estudios previos, entre ellos el de Kartika y Henryette (2018) quienes explican que cuanto mayor es la cantidad de cartera de créditos morosos, el precio de las acciones disminuye por el efecto en el deterioro de las ganancias bancarias.

Conclusión y recomendaciones

Los resultados del análisis de regresión múltiple identificaron siete variables específicas de los bancos: la eficiencia operativa (Efeoper), las ganancias financieras (Tactiva) los gastos financieros (Tpasiva), el tamaño del banco medido por los activos (Tamaño), la morosidad (IMOR), el tamaño de la cartera de créditos (CTAT) y los gastos de operación (Gastoper); y dos variables macroeconómicas: el salario (Sal) y el desempleo que influyen en los precios de las acciones de los bancos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores.

El tamaño fue la variable que más impacta en los precios de las acciones de manera directa, y se puede explicar que en la medida que los bancos, posean mayor cantidad de sucursales y cajeros automáticos, se expanden sus operaciones y aumentan los ingresos por todos los créditos y servicios que ofrece a los diferentes agentes económicos. En este contexto se sugiere que, para mejorar los precios de las acciones, los banqueros deben enfocarse en reducir los gastos de administración y promoción, lo que se traduciría en mayores ganancias.

Es conveniente que los bancos aumenten las ganancias financieras, si desean incrementar los precios de sus acciones, lo que sugiere que deberán aumentar las tasas de interés en los productos financieros que ofrecen al público en general, a su vez, sin embargo, las alzas de tasas de interés que cobran los bancos tienen límites en principio los que fijan las autoridades financieras del país y por otra parte por el mismo grupo de bancos que integran la industria financiera, quienes con el afán de captar más clientes en ocasiones cobran menores tasas de interés. En este aspecto los bancos deben ser

cuidadosos, dado que, si las tasas de interés son muy elevadas, también desincentivan a los usuarios a usar el financiamiento bancario.

Los inversionistas que incorporan en sus portafolios de inversión acciones emitidas por los bancos deberán analizar meticulosamente el efecto de las variables específicas que reflejan el desempeño financiero de los bancos, debido a que éstas son las que principalmente influyen en mayor medida en sus cotizaciones bursátiles. También debe evaluarse el comportamiento de los indicadores macroeconómicos que miden el desempleo y salario, debido a que influyen en los precios de las acciones, aunque en menor magnitud que las variables específicas de los bancos.

Los hallazgos de esta investigación ofrecen pruebas de la importancia que tienen las variables específicas de empresa en los precios de las acciones de los bancos. Los niveles que puedan tener estas variables dependen principalmente de la gestión de los banqueros, dado que son estos los que controlan los distintos gastos y costos en los bancos, así como la infraestructura que utilizan para ofrecer los servicios bancarios. Es importante que los banqueros evalúen otras estrategias, además de las tradicionales que fomenten la penetración de los servicios financieros en la sociedad, lo que se traduciría para los bancos en mayores ganancias.

El sector financiero ha tenido un auge en la cantidad de servicios bancarios mediante el formato digital, principalmente a partir del 2020 por la crisis de COVID19. Incluso comienzan a crearse bancos digitales que no requieren sucursales para desarrollar sus operaciones, lo que muy probablemente puede reducir sus gastos operativos, además de que se pueden mejorar sus servicios por las ventajas que ofrecen el formato digital. De manera que el estudio de estos aspectos en los bancos abre una línea de investigación, enfocada al estudio de las variables que miden el desarrollo de los servicios digitales y su impacto en la rentabilidad y precios de las acciones de los bancos. El análisis de estos aspectos queda pendiente para desarrollarse en futuras investigaciones.

Referencias

- Abdelkarim, M. (2014). Determinants of equity share prices of the listed banks in Amman stock exchange: Quantitative Approach. *International Journal of Business and Social Science*. 5(1), 91-104. https://journals/Vol_5_No_1_January_2014/12.pdf
- Ahsan, M. y Amad, A. (2016). Factors affecting share prices of banking sector of Pakistan. *Journal of Economic Info (JEI)*, 5(1), 1-5. <http://dx.doi.org/10.31580/jei.v3i1.82>
- Alam, M. y Uddin, S. (2009). Relationship between interest rate and stock price: empirical evidence from developed and developing countries. *International Journal of Business and Management*, 4(3), 43-51. DOI: 10.5539/ijbm.v4n3p43
- Arcas, M. J. (1994). Reacción del precio de las acciones a la publicación de los beneficios anuales: análisis empírico en el sector bancario. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 23(78), 181-201. https://ijbssnet.com/journals/Vol_5_No_1_January_2014/12.pdf
- Arshad, Z. Raza, A. Yousaf, S. y Jamil, S. (2015). Determinants of share prices of listed commercial Banks in Pakistan. *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*. 6(2), 56-64. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jef/papers/Vol6-Issue2/Version-3/I06235664.pdf>
- Banco de México (2022). Sistema de Información Económica. <http://www.anterior.banxico.org.mx/dyn/estadísticas/estadísticas001.html>
- Cazares, J. y Luna. E. (2024). Presidential communication and its impact on the Mexican stock market: evidence using a sentiment analysis approach. *Latin American Business Review*, 25(1), 47-83.
- CNBV (2021). Portafolio de información. Banca Múltiple. <https://www.cnbv.gob.mx/Paginas/PortafolioDeInformacion.aspx>
- Fernández, R., Palma, B. y Rho, C. (2021). A sentiment-based risk indicator for the Mexican financial sector. *Latin American Journal of Central Banking*, 1-27
- Gajardo, M. y Quaassdorff, F. (2014). Factores internos y externos que afectan el precio de las acciones. Seminario para optar por el título ingeniero Comercial, mención economía. Universidad de Chile, URI: <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/129868>.

- Góngora, S. y Banda, H. (2021). Impacto en el precio de las acciones de los bancos debido al ataque cibernético al SPEI. *Panorama Económico*, 16(33), 119-136. <https://doi.org/10.29201/peipn.v16i33.66>
- Gujarati, D. y Porter, D. (2009). *Econometría*. México, McGrawHill. https://www.academia.edu/37303940/Econometria_Damodar_N_Gujarati
- Hitschfeld, P. (2012). Comportamiento en el precio de mercado de las acciones del banco de Chile a raíz del anuncio oficial de fusión con Citibank Chile. Tesina para optar con el Grado de licenciado en Administración en Universidad Austral de Chile. <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2012/bpmfeh675c/doc/bpmfeh675c.pdf>
- INEGI (2022). Consulta de indicadores sociodemográficos y económicos por área geográfica. <https://www.inegi.org.mx/>
- Irani, F., Hadood, A., Katircioglu, S. y Katircioglu, S. (2021). Impact of sentiment and monetary policy on Mexican tourism stock returns: the domestic and US role. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(2), 632-653.
- Kamonye, B. (2012). The relationship between equity prices and financial performance of commercial banks quoted on the Nairobi securities exchange. A Management Research Project Presented in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration. School of Business, University of Nairobi. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/95576/Kamonye_The%20Relationship%20Between%20Equity%20Prices%20And%20Financial%20Performance%20Of%20Commercial%20Banks%20Quoted%20On%20The%20Nairobi%20Securities%20Exchange.pdf?sequence=1.
- Kartika, M. y Henryette, C. (2018). Factors influencing the stock price of banking companies in the Indonesia stock exchange. *Journal of Accounting and Strategic Finance*. 1(1), 57-58. <http://jasf.upnjatim.ac.id/index.php/jasf/article/view/26>
- Kengatharan, L. (2018). Factors influencing share price of listed commercial banks in Sri Lanka. *Management Today*. 8(1), 61-64. <http://jasf.upnjatim.ac.id/index.php/jasf/article/view/26>.
- Konishi, M. y Yasuda, Y. (2004). Factors affecting bank risk taking: evidence from Japan. *Journal of Banking & Finance*, 28, 215-232. [http://dx.doi.org/10.1016/S0378-4266\(02\)00405-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0378-4266(02)00405-3)

- León, J. y Alvarado, C. (2015). México: estabilidad de precios y limitaciones del canal de crédito bancario. *Revista Problemas del Desarrollo*. 181(46), 75-99.
<https://doi.org/10.1016/j.rpd.2015.03.002>
- Mohsin, M., Naiwen, L., Zia-UR-Rehman, M., Naseem, S. y Baig, S. A. (2020). The volatility of bank stock prices and macroeconomic fundamentals in the Pakistani context: an application of Garch and Egarch models. *Oeconomia Copernicana*, 11(4), 609-636. <https://doi.org/10.24136/oc.2020.025>
- Morales, J. (2016). Factores que influyen en las acciones sustentables de la Bolsa Mexicana de Valores. *Escritos Contables y Administrativos*, 7 (1), 15-47.
<https://doi.org/10.52292/j.eca.2016.322>
- Parody, E., Charris, A y García, R. (2016). Modelo Log-normal para la predicción del precio de las acciones del sector bancario. *Dimensión Empresarial*, 14(1), 137-149. <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v14i1.412>.
- Pradhan, R. y Dahal, S. (2016). Factors affecting the share price: evidence from Nepalese commercial banks. Available at SSRN.
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2793469>
- Ratna, S. y Sawagvudcharee, O. (2019). Internal and external factors influencing share prices of Nepalese commercial banks. *Nepalese Journal of Management Science and Research*. 2(1), 66-77. <https://www.nepjol.info/index.php/njmsr/article/view/36868>
- Salamat, W. Momani, Q. y Batayneh, K. (2021). Firm-specific, macroeconomic factors and stock price risk for Jordanian banks. *Banks and Bank Systems*, 16 (3), 166-172. DOI:10.21511/bbs.16(3).2021.15
- Srinivasan, P. (2012). Determinants of equity share prices in India: A panel data approach. *The Romanian Economic Journal*. 15(45), 205-228.
<http://www.rejournal.eu/sites/rejournal.versatech....1/553/srinivasan.pdf>
- Vaz, J. Mohamed, A. y Brooks, R. (2009). The effect of interest rate changes on bank stock returns. *Investment Management and Financial Innovations*, 5(4), 221-236. https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/2451/imfi_en_2008_04_cont_Vaz.pdf
- Veronika, A. y Zuhroh, I. (2021). Fundamental factor analysis on banking stock price in Iq45. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 118-137.
<https://doi.org/10.22219/jrak.v11i1.16115>

**Sustentabilidad, responsabilidad social empresarial y marketing
sustentable como estrategia de valor para las empresas**

*Sustainability, corporate social responsibility and sustainable marketing as
a value strategy for companies*

Revista Latinoamericana de Investigación Social, vol. 7, no.2

Angélica Patricia Figueroa Solís

Colegio de Veracruz

angelica.figueroa@colver.info

(correspondencia)

Artículo de investigación

Recibido: 09/07/24

Aceptado: 13/08/24

Fecha de publicación: 31/08/24

Resumen

Garantizar el bienestar social para las siguientes generaciones, así como para las actuales, ha generado en la humanidad conciencia por el cuidado de la naturaleza.

Hoy en día la sociedad y el mercado exigen a las empresas que se adapten a las necesidades y problemáticas socio ambientales. Las empresas que atienden los retos y desafíos del entorno generan una imagen positiva. Las estrategias sustentables que aplica la empresa demuestran el compromiso mediante acciones a favor de la sociedad y del medio ambiente. La sustentabilidad, la responsabilidad social empresarial (RSE) y el marketing sustentable, son elementos indispensables para generar conciencia y valores en los consumidores. Transitar hacia modelos productivos innovadores que cuide de la sociedad como de la naturaleza, es necesario para el desarrollo de los territorios a largo plazo. Motivo por el cual, el objetivo de esta investigación es conocer la importancia que representa la sustentabilidad, la RSE y el marketing sustentable como estrategia de valor para las empresas.

Palabras Clave: Empresa; estrategia; imagen de marca; sustentabilidad; valor de marca.

Abstract

Ensuring social welfare for the next and current generations has generated awareness in humanity for the care of nature.

Today, society and the market require companies to adapt to the needs and socio-environmental problems. Companies that meet the challenges of the environment generate a positive image. The sustainable strategies applied by the company demonstrate the commitment through actions in favor of society and the environment. Sustainability, corporate social responsibility (CSR), and sustainable marketing are indispensable elements to generate consumer awareness and values. Moving towards

innovative production models that take care of society and nature is necessary for the long-term development of territories. For this reason, this research aims to understand the importance of sustainability, CSR, and sustainable marketing as a value strategy for companies.

Keywords: *Company; strategy; brand equity; sustainability; brand value.*

Introducción

El siglo XX se caracterizó por la transformación, fragmentación y cambios en el medio ambiente. Desde el cambio climático, hasta la pérdida de biodiversidad que afecta no solamente a una región sino a escala planetaria (Foladori & Tommasino, 2000). Sumado a esto, el desarrollo tecnológico, la globalización, la gestión, la organización y los cambios en el mercado, exigen de las empresas innovación y sustentabilidad en las prácticas empresariales (Carro-Suárez et al., 2017; Chang & Cheng, 2019).

Los desafíos del medio ambiente y la sociedad, exigen a las empresas adaptaciones sustentables en los procesos de producción (Agustín Perez, 2023). Los retos que postula la competencia y el ser agentes de cambios e innovación, implica pautas de conducta ética para las organizaciones (Camacho Solís, 2015). Las empresas independientemente de sus actividades, impactan a toda la sociedad y al medio ambiente en general; de ahí que deban generar acciones solidarias como parte de la responsabilidad ante la sociedad (Toca Torres, 2017).

Las problemáticas socio-ambientales hacen que los consumidores y las empresas, consideren los aspectos e impactos en el medio ambiente. Incliniéndose hacia las prácticas y el consumo responsable (Acuña-Moraga & Severino-González, 2018).

Organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas, mediante el Pacto Mundial hace un llamado a los líderes empresariales para hacer frente a los retos globales. Se solicita a las empresas integrar la sustentabilidad a las prácticas estratégicas, para el beneficio en conjunto tanto de la sociedad, como de la organización (Kingo, 2024). La sustentabilidad suele ser usada como una herramienta para fomentar en la empresa procesos que sean amigables con el entorno; y al mismo tiempo ofrezcan productos y servicios que sean percibidos con un valor añadido (Ortiz Palafox, 2019).

La responsabilidad social empresarial (RSE), es aquella preocupación que manifiesta la empresa no solo en el crecimiento y rentabilidad de la organización, sino también, por el bienestar de la sociedad y del medio ambiente (Fisher de la Vega, 2017). El deterioro ambiental, las decisiones de los consumidores, sumado a las tecnologías de información y comunicación, impulsan a las empresas a ser responsables ante la sociedad (CME, 2001). Así mismo, denota una acción consciente por parte de la empresa, y el compromiso que asume ante las demandas de la sociedad y el cuidado de la naturaleza (Ramos Rubio, 2021).

La sustentabilidad es usada por las empresas como ventaja competitiva para el público objetivo (Al-Shaikh & Hanaysha, 2023). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) integra el marketing sustentable, que está encaminado a responder a las necesidades de los clientes. A través del cumplimiento de los objetivos organizacionales, a los procesos y a la elaboración de productos amigables, con el medio ambiente y su cuidado (Giraldo-Patiño et al., 2021). El marketing sustentable tiene como objetivo generar procesos sustentables para la sociedad. Su importancia radica en que trata de generar una rentabilidad basada en el cuidado de los recursos naturales (Fisher de la Vega, 2017).

El presente trabajo, se estructura de la siguiente manera: En el apartado de “Desarrollo” se realizan los abordajes conceptuales de: la sustentabilidad y la importancia que representa para las empresas, la RSE y el marketing sustentable, así como las tendencias de los términos tanto en título como en *abstract* utilizados en los últimos años. Por último, en las conclusiones del trabajo se sugieren considerar estrategias que permitan un consumo responsable y la participación social como eje rector del cuidado socioambiental. El objetivo de esta investigación es conocer la importancia que representa la sustentabilidad, la RSE, y el marketing sustentable como estrategia de valor para las empresas.

Desarrollo

Sustentabilidad y la importancia para las empresas

En 1987, se habla por primera vez de desarrollo sustentable en el Informe Brundtland o también llamado “Nuestro futuro común”. El cual hace un llamado para tomar acción en pro de que se puedan asegurar los recursos tanto para las presentes como las futuras generaciones (ONU, 1987). Se pone de manifiesto que el enfoque tradicional con el cual se lleva a cabo el desarrollo económico es insostenible, y que es necesario afrontar los retos y modificar acciones en pro de la sociedad y del medio ambiente (Belz et al., 2013).

La sustentabilidad es una de las tendencias que más auge ha tenido en los últimos años (Salgado Beltrán et al., 2019). El desarrollo sustentable debe estar alineado bajo tres ejes (social, ambiental y económico), que interrelacionados entre sí buscan lograr un equilibrio entre las necesidades de la sociedad y la preservación del medio ambiente (Majid et al., 2016). En ese mismo tenor, la Comisión Europea señala, que la participación de la sociedad en general es fundamental para el logro de la sustentabilidad (CE, 2024).

En las últimas décadas, los consumidores manifiestan una mayor consciencia del impacto que tiene el consumo sobre el medio ambiente, y, la importancia que representa la sustentabilidad para el territorio (Pooja et al., 2022). Ante esta situación y los continuos cambios en el mercado, la organización debe asumir la responsabilidad de generar acciones en pro de los clientes y de la sociedad en general del presente y del futuro (Lorenzo Díaz, 2002).

Organismos internacionales han formulado tanto acuerdos como documentos, que son clave para entender la evolución del concepto de Desarrollo Sustentable (Tabla 1).

Tabla 1.

Declaraciones internacionales y documentos claves en la evolución del Desarrollo Sustentable.

Año	Acuerdo	Contenido
1972	Conferencia de Estocolmo.	Promovía las simbiosis entre sociedad y naturaleza para el beneficio de las generaciones. Un crecimiento endógeno.
1972	Informe del Club de Roma “Los límites del crecimiento”.	De mantenerse las tendencias de crecimiento y la contaminación, el planeta alcanzaría los límites de su crecimiento en el curso de los próximos 100 años.
1987	Informe Brundtland o “Nuestro futuro en común”.	Se examinan problemáticas y soluciones. Se promueve el término “desarrollo sustentable”, como aquel que responde a las necesidades del presente sin comprometer el de las siguientes generaciones.
1992	Cumbre de la Tierra.	Es un llamado a generar estrategias con la finalidad de detener la degradación ambiental y promover un desarrollo sustentable con el medio ambiente.
2000	Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).	Los Estados miembros de las Naciones Unidas, se comprometen a cumplir para el 2015. Con ocho objetivos, cuya finalidad es luchar contra la pobreza, el hambre, las enfermedades, el analfabetismo, la degradación medioambiental y la discriminación de la mujer.
2015	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o también llamada Agenda 2030.	Los líderes mundiales adoptan objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Son 17 objetivos con metas específicas que deben alcanzarse para el año 2030.

Nota: (Foladori & Tommasino, 2000; OMS, 2018; ONU, 2022)

La sustentabilidad es parte del equilibrio entre la sociedad y el medio ambiente, lo que conlleva al bienestar de la humanidad (Acuña-Moraga & Severino-González, 2018). En las empresas se deben considerar la sustentabilidad desde la planeación estratégica (Moore & Manning, 2009).

Los esfuerzos de las organizaciones para mantener un crecimiento sustentable, trae consigo beneficios más allá de los indicadores económicos, también atrae inversionistas y reduce las presiones sociales (Chang & Cheng, 2019).

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE surge como un cambio de paradigma, en el que existe una preocupación evidente por parte de las empresas para lograr la sustentabilidad; y no solamente por la responsabilidad de generar utilidades (Amato et al., 2016). Es un concepto a través del

cual la empresa desea contribuir con una mejor sociedad y a generar un medio ambiente más limpio (CME, 2001).

Las empresas tienen la obligación de ser sustentables como parte de las responsabilidades ante la sociedad (Porter & Kramer, 2006). Dentro de las acciones que vuelven a una empresa socialmente responsable se encuentran:

1. Desempeñar códigos de ética en la empresa,
2. Contar con proveedores certificados y éticos,
3. Cuidar y preservar el medio ambiente,
4. Reducir contaminantes,
5. Apoyar causas sociales y acciones comunales,
6. Realizar la correcta gestión de los residuos sólidos,
7. Reciclar, reducir desechos, reutilizar,
8. Generar una producción responsable y no contaminante,
9. Generar una economía circular y
10. Proporcionar un lugar y trabajo digno a sus trabajadores (Barroso Tanoira, 2008; Camacho Solís, 2015; Castromán Diz & Porto Serantes, 2009).

La RSE influye en el valor de marca de la empresa (Aldás Manzano et al., 2013). Esta no solamente es una ventaja competitiva para la empresa sino una estrategia que permea en la cultura corporativa (Polonsky, 1994). La estrategia se desarrolla como un plan de acción que coordina la alta dirección con la finalidad de generar una ventaja competitiva y crear valor respecto a la competencia (Hitt et al., 2008). La planeación estratégica es una herramienta que permite a las empresas permanecer en el mercado y así garantizar el éxito de la organización (López-Lemus & De la Garza Carranza, 2020).

Algunos motivos para implementar la RSE se basa en generar un crecimiento y una rentabilidad para la organización, en el cual se mantenga un equilibrio entre lo económico, social y ambiental (Muñoz Murcia et al., 2020). La estrategia debe estar basada en generar cambios en el modo de producción y en generar consumidores responsables, conscientes y solidarios de sus acciones al momento de adquirir un bien o servicio (Martínez & Porcelli, 2017).

Las necesidades y deseos de los consumidores exigen gestionar no solo el territorio, sino los recursos y el cuidado del medio ambiente (Agustín Perez, 2023). La clave de una empresa es generar acciones estratégicas que se adapten a los cambios y gestionen procesos conforme a las necesidades del entorno (Chiavenato, 2006).

Amato et al., (2016) señalan que existe una clara distinción entre sustentabilidad y RSE, que van desde los atributos para ser una empresa sustentable, los motivos y las acciones sobre las que se basan, ver Tabla 2.

Tabla 2.

Variables observables definidas para los constructos de sustentabilidad y responsabilidad social empresarial (RSE).

Dimensiones	Constructo	
	Sustentabilidad	Responsabilidad Social Empresarial (RSE)
Atributos para catalogar a una empresa como sustentable.	Considerar a la comunidad. Contabilizar impactos sociales y ambientales.	Distinguirse de la competencia. Priorizar objetivos económicos antes de las acciones sustentables.
Motivaciones.	La conservación de los recursos y el bienestar social.	Mejorar la imagen y/o aprovechar oportunidades de negocio.
Pilares sobre los que deberían basarse las acciones.	Minimizar el impacto ecológico. Promover el consumo sustentable.	Mejorar la satisfacción y motivación de los empleados. Satisfacer las expectativas de los clientes.

Nota: Amato et al., (2016)

La sustentabilidad y la RSE, se apoyan en las estrategias del marketing sustentable. Acciones que se inician en la cadena de valor, hasta la retroalimentación por la venta del producto o servicio. Es importante el marketing sustentable debido a que considera una relación amigable entre el medio ambiente y la sociedad. Siendo una herramienta para conectar con los diversos públicos (Fisher de la Vega, 2017).

Marketing en las empresas

La globalización, el incremento de la competencia y los entornos cada vez más competitivos, exigen de las empresas una construcción de valor de marca. Uno de los pilares en la construcción de valor es a través de las estrategias de marketing (Aldás Manzano et al., 2013). Una empresa como unidad económica – social. Está integrada por capital, trabajo, administración y es socialmente responsable (Hernández y

Rodríguez, 2011). Dentro de las actividades que realizan las empresas, se encuentra el correcto aprovechamiento de los recursos (financieros, técnicos, humanos y materiales), esto, como parte de la finalidad de llegar a las metas que se plantea la organización (O. da Silva, 2002).

En las últimas décadas, las empresas se han dado cuenta de la responsabilidad que tienen no solo con la sociedad sino con el medio ambiente (Polonsky, 1994). Por lo tanto, las empresas intentan generar un desarrollo sustentable que no solo atienda las necesidades del público interno, sino también del público externo, a través de prácticas de autorregulación ambiental y del proceso de mejora continua que incluya la diversidad cultural, la sociedad y el territorio (Larrouyet, 2015).

Por su parte, el marketing es indispensable en las empresas, debido a que puede reflejar el compromiso con la sustentabilidad a través de las estrategias organizacionales (Granada Zuluaga, 2020). La *American Marketing Association* (AMA) (2024) define al marketing como la actividad, en la cual se crea, comunica, entrega e intercambian ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general. En ese mismo tenor Kotler y Armstrong (2013) hacen referencia de la importancia que tiene el marketing al atraer clientes bajo la premisa de un valor superior sobre el producto o servicio. La satisfacción de necesidades o deseos de los clientes a través de ese intercambio de valor, es una de las actividades que se generan en marketing (Stanton et al., 2007).

Sin embargo, el marketing al igual que otras disciplinas se ha transformado a lo largo del tiempo. Esto, para adaptarse a las necesidades tanto de los consumidores, como las exigencias empresariales que demanda el entorno. Surgiendo así el marketing sustentable como una herramienta a través de la cual se apoyan las empresas socialmente responsables (Giraldo-Patiño et al., 2021). Para las empresas es fundamental que los procesos se sustenten bajo el postulado del cuidado de la ecología, la sociedad y la economía, como ejes rectores de cambio (Olmos & González Santos, 2013). Y, el marketing sustentable es el medio a través del cual se conecta la empresa con los diferentes públicos.

El marketing sustentable lo define Fuller (1999) como el proceso de planear,

aplicar y controlar desde el proceso productivo hasta que llega el producto a las manos del cliente. Este proceso tiene como requisito tres criterios, la satisfacción del cliente, el cumplimiento de los objetivos organizacionales y el cuidado del medio ambiente. El marketing sustentable genera, construye y mantiene relaciones duraderas a largo plazo entre los clientes, la sociedad y el medio ambiente.

Algunos elementos clave del marketing sustentable son:

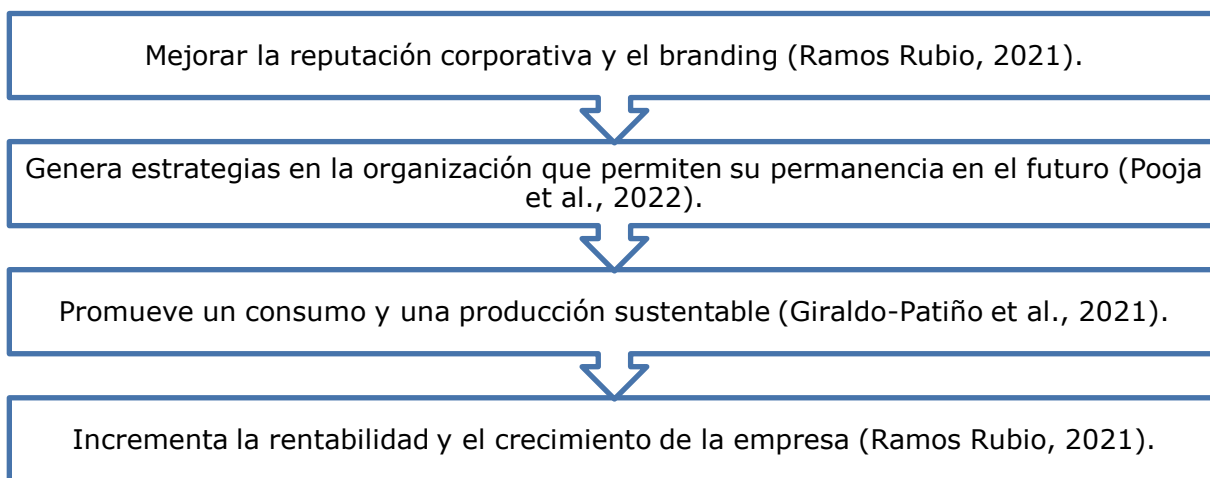
1. Analizar la problemática socio-ambiental,
2. Conocer el consumo y la conducta de los clientes,
3. Generar una relación entre los valores basados en la sustentabilidad y el marketing,
4. Realizar estrategias sustentables en la empresa,
5. La aplicación del mix de marketing sustentable (producto, precio, plaza, promoción) en la organización (Belz et al., 2013).

Entonces, el marketing sustentable puede reorientar el proceso de compra de los consumidores y el comportamiento de las empresas a través de modelos sostenibles (Ortiz Palafox, 2019).

Las estrategias que son aplicadas en la empresa a través del marketing sustentable generan beneficios a la empresa (Figura 1) como:

Figura 1.

Beneficios que trae consigo el marketing sustentable a la empresa



Nota: Elaboración propia con base en (Giraldo-Patiño et al., 2021; Pooja et al., 2022; Ramos Rubio, 2021)

Las empresas tienen un papel fundamental en la gestión, manejo y uso de recursos, así como en el impacto tanto ambiental y social (Moore & Manring, 2009).

Tendencias de las empresas

La base de datos *Dimensions*, consultada el 30 de junio de 2024. En el periodo de 1997-2024 (junio). Contó 744 artículos con las palabras clave: “sustentabilidad AND empresas OR marketing sustentable” tanto en título como en abstract.

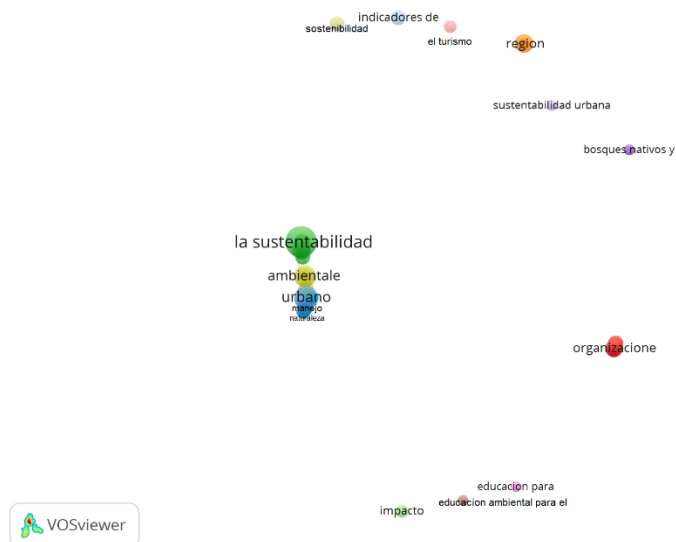
De acuerdo con la revisión bibliométrica en la base de datos *Dimensions*, las tendencias de los términos más relevantes tanto en título como en abstract, son:

a) Términos más relevantes en el título

Los términos más relevantes en el título fueron “sustentabilidad”, con 23 ocurrencias, le sigue “urbano”, con 13 ocurrencias y “ambiente”, con 11 ocurrencias (Figura 2).

Figura 2.

Mapa bibliométrico de los términos más relevantes de acuerdo a las palabras clave: “sustentabilidad AND empresas OR marketing sustentable”, durante el periodo (1997-2024).



Nota: Elaboración propia con base en: *VOSviewer* (2024).

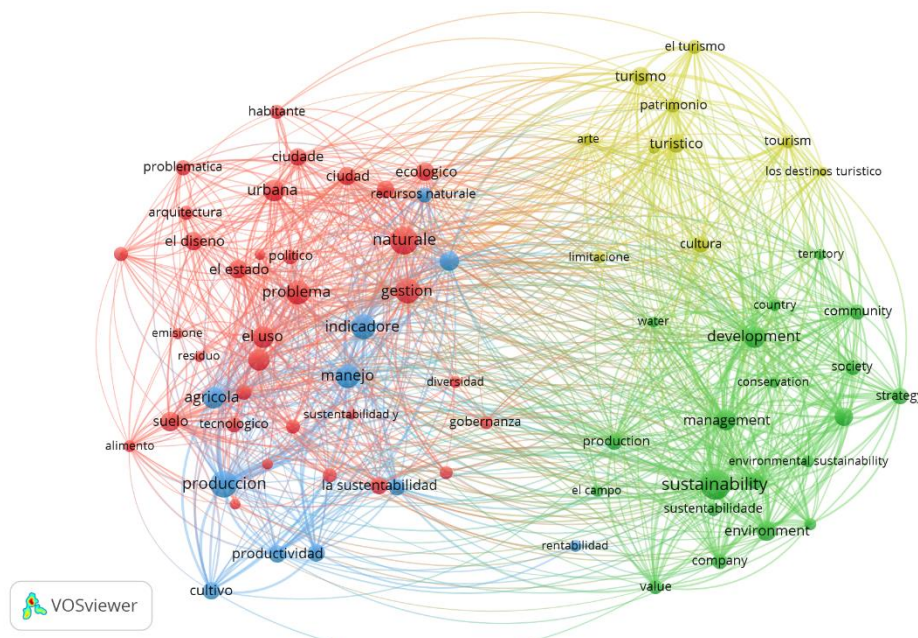
En las fronteras de la ciencia se localizaron términos como: “sostenibilidad”, “estrategia”, “indicadores”, “sustentabilidad urbana” y “educación ambiental”, los cuales se encuentran aislados entre sí y con poca interacción con los términos de mayor relevancia.

b) Términos más relevantes por *abstract*

Se localizaron cuatro clústeres, de los cuales, los términos más relevantes fueron “sostenibilidad”, con 88 ocurrencias, le sigue “naturaleza”, con 71 ocurrencias, en tercer lugar, se encuentra “producción”, con 60 ocurrencias, en cuarto lugar, “gestión”, con 59 ocurrencias, en quinto lugar, se encontró “indicadores”, con 58 ocurrencias (Figura 3).

Figura 3.

Mapa bibliométrico de los términos más relevantes por abstract, de acuerdo con las palabras clave: “sustentabilidad AND empresas OR marketing sustentable”, durante el periodo (1997-2024).



Nota: Elaborado por el autor con base en: *VOSviewer* (2024).

El clúster verde en el cual se localiza el término con el mayor número de ocurrencias es “sostenibilidad”, tiene relación con términos como “gestión”, “medio ambiente”, “desarrollo sostenible” y “sostenibilidad medioambiental”.

En el clúster color rojo se localizan términos como, “urbanismo”, “ciudades”, “naturaleza”, “gestión”.

El clúster color azul, maneja términos como, “evaluación”, “recursos naturales”, “producción”, “cultivo”, y “agricultura”.

El clúster amarillo se encuentra integrado por conceptos, tales como: “turismo”, “patrimonio”, “destinos turísticos”, y “cultura”.

En las fronteras de las ciencias se localizaron términos como: “cambio climático”, “alimentos”, “cultivo”, “problemáticas”, “medio ambiente”, “sostenibilidad

ambiental”, “desarrollo sostenible”, y “estrategias”. Lo que indica que estos términos se están empezando a visibilizar en las investigaciones.

Conclusiones

Los retos de la actualidad exigen a las empresas un compromiso con la sociedad en general y el entorno ambiental. Por lo tanto, la sustentabilidad, la responsabilidad social empresarial, y el marketing sustentable, son tres elementos que se interrelacionan entre sí, y que son indispensables para generar una buena percepción tanto de la marca, como de la cultura corporativa. Crea un valor en la empresa que sirve como diferenciador ante la competencia y mejora la imagen de la marca dentro del mercado.

Algunas de las estrategias que se promueven a través de estos conceptos, están basados en el crecimiento, expansión o la innovación para la organización. Sin embargo, hoy en día se hace necesaria la participación de toda la organización para establecer modelos empresariales basados a través de la sustentabilidad.

En la actualidad, las empresas deben desarrollar un esquema bajo una función social-productiva, cuya rentabilidad se adapte ante el sistema integral sustentable. Considerar la gestión en todo el proceso productivo con miras a generar beneficios socio-ambientales. Debe permear una cultura corporativa en donde la participación de la organización sea hacia la mejora continua. Reducir, reutilizar y reciclar no solo los residuos, sino generar a través de acciones sustentables un comportamiento en pro del medio ambiente y la sociedad. El consumo responsable y la participación de la sociedad es fundamental para el cuidado y conservación del entorno. Con la presente investigación se pretende haber generado un constructo teórico, de la importancia que representa la integración de la empresa, la sustentabilidad y el marketing sustentable para la sociedad y el cuidado del medio ambiente.

Agradecimientos

La autora agradece el apoyo al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT), por la beca otorgada para el Doctorado en Desarrollo Regional Sustentable, y a El Colegio de Veracruz como Institución de Educación Superior e Investigación Científica.

Referencias

- Acuña-Moraga, O., & Severino-González, P. (2018). Sustentabilidad y comportamiento del consumidor socialmente responsable. *Opción*, 34(87), 299–324. https://repositorio.ucm.cl/bitstream/handle/ucm/2450/severino_p_sustentabilidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Agustín Perez, S. (2023). Marketing ecologico: análisis de revisión de la literatura. *Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação*, 5(1), 55–65. <https://doi.org/10.33871/26747170.2023.5.1.7851>
- Al-Shaikh, M. E., & Hanaysha, J. R. (2023). A conceptual review on entrepreneurial marketing and business sustainability in small and medium enterprises. *World Development Sustainability*, 2, 100039. <https://doi.org/10.1016/j.wds.2022.100039>
- Aldás Manzano, J., Andreu Simó, L., & Currás Pérez, R. (2013). La responsabilidad social como creadora de valor de marca: el efecto moderador de la atribución de objetivos. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 22(1), 21–28. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2011.09.001>
- AMA (American Marketing Association). (2024). *What Is Marketing?* AMA. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Amato, C. N., Buraschi, M., & Peretti, M. F. (2016). Orientación de los empresarios de Córdoba-Argentina hacia la sustentabilidad y la responsabilidad social empresarial: identificación de variables asociadas a cada constructo. *Contaduría y Administración*, 61(1), 84–105. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.10.001>
- Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005
- Belz, F.-M., Peattie, K., & Galí, J.-M. (2013). *Marketing de sostenibilidad. Una perspectiva global*. PROFIT editorial. <https://books.google.com.ec/books?id=6-VRAgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Camacho Solís, J. I. (2015). Las normsa de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 20, 3–29. <https://doi.org/10.1016/j.rlds.2015.06.001>

- Carro-Suárez, J., Sarmiento Paredes, S., & Rosano Ortega, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. *Estudios Gerenciales*, 352–365. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>
- Castromán Diz, J. L., & Porto Serantes, N. (2009). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. *Contaduría y Administración*, 220. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2006.600>
- CE. (2024). *Participación de la sociedad civil, el sector privado y otras partes interesadas*. Comisión Europea. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/sustainable-development-goals/engagement-civil-society-private-sector-and-other-stakeholders_es
- Chang, A.-Y., & Cheng, Y.-T. (2019). Analysis model of the sustainability development of manufacturing small and medium- sized enterprises in Taiwan. *Journal of Cleaner Production*, 207, 458–473. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.025>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (Séptima ed).
- CME. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Comisión de las Comunidades Europeas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>
- Fisher de la Vega, L. E. (Ed.). (2017). *Mercadotecnia sustentable y su aplicación en México y latinoamerica*. (Primera ed). UNAM. https://books.google.com.mx/books?id=DQunDwAAQBAJ&pg=PT10&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Foladori, G., & Tommasino, H. (2000). El concepto de desarrollo sustentable treinta años después. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, 1, 41–56. <http://ricaxcan.uaz.edu.mx/jspui/handle/20.500.11845/234>
- Fuller, D. A. (1999). *Sustainable marketing*. SAGE Publications.
- Giraldo-Patiño, C. L., Londoño-Cardozo, J., Micolta-Rivas, D. C., & O’neill-Marmolejo, E. (2021). Marketing sostenible y responsabilidad social organizacional: un camino hacia el desarrollo sostenible. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 9(1), 71–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.15649/2346030X.978>
- Granada Zuluaga, M. F. (2020). *Análisis del impacto en el valor percibido por el consumidor y la intención de compra de estrategias de marketing sostenible en empresas colombianas*. [Manuela Rscobar Sierra. Universidad EIA].

<https://repository.eia.edu.co/entities/publication/12fd5ce0-b67a-4c2d-90b0-e04885db20ae>

- Hernández y Rodríguez, S. J. (2011). *Introducción a la administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia*. (Quinta edi). Mc Graw Hill.
- Hitt, M. A., Duane Ireland, R., & Hoskisson, R. E. (2008). *Administración estratégica. Competitividad y globalización. Conceptos y Casos*. (7a. Edició). Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Kingo, L. (2024). *El Pacto Mundial de la ONU: La búsqueda de soluciones para retos globales*. ONU. <https://www.un.org/es/crónica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-búsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (11th. edic). Prentice Hall.
- Larrouyet, M. C. (2015). Desarrollo sustentable: origen, evolución y su implementación para el cuidado del planeta. *Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de La Universidad Nacional de Quilmes*, 1–47. https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/154/TFI_2015_larrouyet_003.pdf?sequence=1
- López-Lemus, J. A., & De la Garza Carranza, M. T. (2020). La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras. *Contaduría y Administración*, 65(3). <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2312>
- Lorenzo Díaz, M. M. (2002). Marketing ecológico y sistemas de gestión ambiental: conceptos y estrategias empresariales. *Revista Galega de Economía*, 11(2). <https://www.redalyc.org/pdf/391/39111213.pdf>
- Majid, J., Amin, S., & Kansana, K. (2016). *Green Marketing: Sustainable Economy, Environment & Society- Concept & Challenges*. 3(3). https://www.researchgate.net/publication/303284433_Green_Marketing_Sustainable_Economy_Environment_Society-_Concept_Challenges
- Martínez, A. norma, & Porcelli, A. M. (2017). Consumo (in) sostenible: nuevos desafíos frente a la obsolescencia programada como compromiso con el ambiente y la sustentabilidad. *Ambiente y Sostenibilidad*, 6, 105–135. <https://doi.org/10.25100/ays.v0i0.4294>
- Moore, S. B., & Manring, S. L. (2009). Strategy development in small and medium sized enterprises for sustainability and increased value creation. *Journal of Cleaner Production*, 17(2), 276–282. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2008.06.004>

- Muñoz Murcia, N. M., Ruiz Acosta, L. E., & Camargo Mayorga, D. A. (2020). Relación entre responsabilidad socialempresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(2), 128–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>
- O. da Silva, R. (2002). *Teorías de la administración*. Thomson Editores S. A. de C. V.
- Olmos, M. A., & González Santos, W. (2013). El valor de la sustentabilidad. *Ciencia y Agricultura*, 10(1), 91–100. <https://doi.org/10.19053/01228420.2831>
- OMS. (2018). *Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)*. Organización Mundial de La Salud. [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/millennium-development-goals-\(mdgs\)#:~:text=La Declaración del Milenio de,se derivan de esa Declaración.](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/millennium-development-goals-(mdgs)#:~:text=La%20Declaración%20del%20Milenio%20de,se%20derivan%20de%20esa%20Declaración.)
- ONU. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Nuestro Futuro común*. Organización de las Naciones Unidas. <https://digitallibrary.un.org/record/139811?ln=es&v=pdf>
- ONU, (Organización de las Naciones Unidas). (2022). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ortiz Palafox, K. H. (2019). Sustentabilidad como estrategia competitiva en la gerencia de pequeñas y medianas empresas en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1–10. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i88.30160>
- Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.5070/G31210177>
- Pooja, T., Shirin, A., & Sujata, K. (2022). Marketing de sostenibilidad: una revisión de la literatura de 2001-2022. *Revista de Psicología Escolar Positiva*, 6(2), 131–149. <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/9239/6001>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78–92. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=23102>
- Ramos Rubio, P. (2021). Elementos de responsabilidad social empresarial y mercadotecnia social para la reputación corporativa e impacto en el branding. *RECAI. Revista de Estudios En Contaduría, Administración e Informática*, 10(27), 21. [https://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/18828/15372-181-62441-1-10-20210106 %282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/18828/15372-181-62441-1-10-20210106%20282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Salgado Beltrán, L., Beltrán Morales, L. F., García Moraga, R. E., Beltrán Morales, F. A., & Subirá Lobera, M. E. (2019). Motivos para adoptar la sustentabilidad en los negocios. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*, 16(3), 399–413. <https://doi.org/10.22231/asyd.v16i3.1236>
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). Fundamentos de Marketing. In *Mc Graw Hill* (Decimocuar). Mc Graw-Hill Interamericana.
- Toca Torres, C. E. (2017). Aportes a la responsabilidad social. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(230), 393–407. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(17\)30033-8](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(17)30033-8)

Participación política y Postdesarrollo económico: experiencias en Mozambique y Brasil¹.

Political participation and economical postdevelopment: experiences in Mozambique and Brazil

Revista Latinoamericana de Investigación Social, vol. 7, no.2

José Andrés Camino de Villa

Universidad La Salle México

jacdv@lasallistas.org.mx

(correspondencia)

Comunicado Breve

Recibido: 19/06/24

Aceptado: 19/08/24

Fecha de publicación: 31/08/24

Resumen

El presente trabajo abordará la evolución de las principales formas de participación política a través de movimientos y organizaciones sociales en Mozambique (*FRELIMO*) y Brasil (*Movimiento sin Tierra*). Se analiza su evolución en ambos países a través de las luchas que han dado voz a los invisibles y oprimidos a fin de reflexionar sobre su construcción de saberes y el desarrollo de una *Pedagogía de los Movimientos Sociales* en beneficio de los colectivos que defienden (indígenas, población negra, etc.), además de la conciencia acerca de la Participación Política, el *Postdesarrollo* y el *Buen Vivir*.

Palabras Clave: Democracia; ciudadanía; economías extractivistas; movimientos sociales; Buen Vivir.

Abstract

The present work will review the evolution of the most relevant forms of political participation through social movements and organizations in Mozambique (FRELIMO) and Brazil (Movimento sem Terra). It shall be analyzed the evolution of both countries regarding contentious politics which can let given voice to invisibilized and oppressed people's in the framework of a reflection process about the knowledge construction and

¹ Este trabajo se constituyó en el ensayo final del Curso: “Pensamiento y luchas situadas: Para una Cartografía del Sur”, dictado en la plataforma virtual de CLACSO (junio 2017-mayo 2018). Fue presentado como ponencia el 20 de octubre de 2018 en el marco del XXXII Congreso Anual de la AMEI en Guadalajara, Jalisco. A su vez, esta contribución fue actualizada en 2023 para facilitar su publicación.

the development of the so-called Pedagogy of Social Movements in benefit of collectives claimed by them (original peoples, indigenous, black people). In addition, it shall be taking conscience about the Political Participation, Postdevelopment and the Well-Living.

Keywords: *Democracy; citizenship; extractivists economies; social movements; Well living.*

Introducción

El propósito del presente ensayo consiste en realizar una reflexión acerca de los procesos de democratización a través de la participación social tanto en Mozambique como en Brasil, a través del FRELIMO como opción política predominante en el primer país, así como a través de los campamentos surgidos en el marco del *Movimiento de Trabajadores Rurales sin Tierra* (MST) en este último.

Cabe destacar que Mozambique atravesó por una lucha emancipatoria con el fin de liberarse de la colonización de Portugal, lo cual derivó en una Revolución de Independencia entre 1961 y 1974 ya que los colonos portugueses habían despojado de sus derechos básicos a la población originaria del país.

Luego de la independencia, el FRELIMO se convirtió en la fuerza política predominante, misma que reprodujo las antiguas prácticas colonialistas, bajo la modalidad de “colonialismo interno”, el cual “refleja la estructura compleja de desigualdades políticas, económicas y culturales, entre grupos y regiones dentro de un Estado Nación” (Torres, 2017). En ese contexto, los sectores excluidos siguieron sin contar con acceso a los satisfactores básicos que cubrieran sus necesidades, en detrimento de sus derechos y capacidades para ejercer participación política en la toma de decisiones del país.

Consecuencia de ello, persistieron las prácticas económicas basadas en instituciones extractivistas, las cuáles concentran la riqueza en una pequeña élite en detrimento del resto de la sociedad, preferentemente a través de la explotación excesiva de un bien -materia prima-, sin capacidad de transformarse (industrializarse) y poco sujeto a los fenómenos de la “destrucción creativa” y la innovación (Acemoglu & Robinson, 2018).

Mientras tanto, la élite criolla en Brasil se apropió no solamente de los medios de producción, sino del ejercicio de la educación y los derechos civiles y políticos de la sociedad. Es por este motivo, que el MST surgió con el afán de pedir una reforma agraria que le permita contar con algún tipo de propiedad colectiva que puedan explotar y vivir en el marco de una economía redistributiva de corte inclusivo. Por este motivo, sus integrantes han luchado por la reivindicación de sus derechos y desarrollado cooperativas y campamentos, ya que hasta el momento sus reclamos han sido ignorados por los grupos de poder en ese país.

A lo largo de las presentes líneas se abordarán las problemáticas y luchas por las que han atravesado ambos movimientos, así como su proceso de aprendizaje a lo largo de estas últimas décadas, para lo cual se tomará como referente conceptual la Pedagogía de los Movimientos Sociales, en aras de abordar sus resultados, así como la apertura de espacios logrados en el espectro político y el desarrollo en materia de participación social con el fin de democratizar no solamente su interacción con el poder, sino también a través de la búsqueda de un acceso más igualitario hacia el acceso a los medios de producción.

Mozambique: la crisis de 2014

a) Una crisis política desde la perspectiva de la “ciudadanía”

A partir del 2013, estalló una crisis político-militar en ese país, así como una crisis de “ciudadanía” consecuencia de la apertura de Mozambique hacia las directrices del modelo neoliberal lo cual generó una serie de posiciones antagónicas del *Frelimo* (izquierda) y del *Renamo*² (derecha) durante la Presidencia de Armando Guebuza (2005-2015, *Frelimo*).

Según la perspectiva de Macamo (2014), se observó una relación difícil entre cultura política y ciudadanía en Mozambique, debido a que ésta es de carácter autoritario como consecuencia de la herencia colonial que tuvo este país. No obstante, la Constitución Política de ese país (2004) establece una concepción de la **ciudadanía**

² *Frelimo*: Frente de Liberación de Mozambique. *Renamo*: Resistencia Nacional Mozambiqueña.

basada en Derechos, tales como el Derecho a la educación, salud, vivienda, asistencia a las personas adultas mayores y el derecho al trabajo.

En contraste, desde la perspectiva de la Teoría de los Movimientos Sociales, se requiere que la ciudadanía logre la apertura de espacios por la vía de la lucha para el reconocimiento al Derecho a la Diferencia en el ámbito del conjunto de relaciones entre el Estado y la Sociedad. Dicha situación va en concordancia –al menos de manera implícita- con el reconocimiento de la persistencia de la *Sociología de las Ausencias*, a efectos de evitar la “invisibilización” del oprimido (comunidades marginadas, mujeres, etc.), lo cual no ha sucedido en la práctica (Meneses, 2011).

Mientras tanto, la crisis entre el *Frelimo* y el *Renamo*, no se ha limitado únicamente a una crisis entre dos partidos políticos o grupos de choque, sino entre dos proyectos de visión de país. Por una parte, el *Frelimo* fue determinante en la lucha por la independencia de Mozambique y poseía una visión socialista del país, mientras que el *Renamo*, se asumía como una organización anticomunista, conservadora en sus valores y liberal desde un enfoque económico, y por ende, favorable a las medidas del Consenso de Washington (Macamo, 2014).

Cabe mencionar que, en el período colonial, el FRELIMO, buscó la resignificación de la Memoria del pueblo mozambiqueño por oposición al discurso colonialista de Portugal. En contraste, durante el período 1975-1981, el discurso nacionalista del *Frelimo* se tradujo en acciones de represión hacia quienes eran considerados “colaboracionistas” con el régimen colonial, y en lo general con aquellos sectores políticos que no simpatizaran con el proceso de independencia (Meneses, 2011).

Por su parte, el *Frelimo*, durante el gobierno de Armando Guebuza (2005-2015) subordinó la noción de **ciudadanía** a la voluntad particularista del Estado, lo cual incluía a los “Movimientos de Liberación desde el Poder”, mismo que vinculaba a los actores ligados con el ejercicio del poder político desde el Estado (Macamo, 2014). Consecuencia de lo anterior, el *Frelimo* articuló un discurso monolítico basado en un **nacionalismo** que tomó como base la tradición africana, según el cual, el ciudadano no contaba con la madurez suficiente para asumir por sí mismo su responsabilidad política,

lo cual requería de la tutela del Estado, y en consecuencia, su “libertad” se encontraría en función del proyecto nacional de país (Macamo, 2014), el cual solo era viable a través de la ideología socialista implementada desde la Independencia de Mozambique en 1975.

En contraste, el *Renamo*, insistía en la lucha anti-comunista y la búsqueda de la democracia como elemento para legitimarse, así como para hablar en nombre del pueblo, no obstante que sus detractores consideraban que “excluía al propio pueblo”. Según James Ferguson, citado por Macamo (2014):

El Estado en África se convirtió en una máquina anti-política que representaba el “Fin de la Historia”, por lo que la democracia se debería convertir de manera natural en una respuesta para este problema, entendiendo que ésta pasa por el fortalecimiento de la ciudadanía. Sin embargo, en África el Estado se convirtió en un “Estado Protector”, debido a ese instinto de autopreservación resultado de las condiciones adversas de vida en el Continente (p. 48).

A partir de lo anteriormente mencionado, surge la *Emergencia* de una *Consciencia Utópica Africana*, la cual plantea la libertad y el reconocimiento como parte de un discurso contrahegemónico. Por su parte, la *Consciencia Utópica Africana* busca llevar a cabo movimientos de liberación, además de práctica y acción política, lo cual podía evolucionar en el desencadenamiento de luchas armadas por la independencia, cuya dimensión cualitativa se puede entender como una “expansión inexorable de bienestar y armonía” desde la perspectiva de los Movimientos de Liberación existentes en la región (Macamo, 2014).

El primer factor de peso de la “consciencia utópica”, tanto del *Frelimo* como del *Renamo* sería convertir el proceso democrático en un juego de “suma cero” en la lucha política sostenida entre ambos. No obstante, a partir del 2004 la política del *Frelimo* consistió en instrumentalizar un proceso de privatización de las empresas públicas en beneficio del partido político y sus individuos próximos con el fin de tener recursos financieros que pudieran ser canalizados con fines partidarios. El aparato del Estado se colocó al servicio del partido. Asimismo, sus cuadros aprovecharon los patrones de dependencia del país, la

ayuda externa y la “industria” de la cooperación internacional (Macamo, 2014, p. 53).

Con posterioridad al gobierno de A. Guebuza (2005-2015), el Presidente Filipe Jacinto Nyusi (2015- , FRELIMO) inició negociaciones con el RENAMO enfocadas en la descentralización política y la desmilitarización del país, mismas que se paralizaron luego del fallecimiento del líder histórico del Renamo, Afonso Dhlakama en mayo de 2018. No obstante, en agosto de 2018, se firmó un Memorando de Entendimiento sobre desarme, desmovilización y reintegración en la vida pública de los combatientes del RENAMO, luego de un encuentro que sostuvo con el entonces Coordinador de la Comisión Política del RENAMO, Ossufo Momade. Finalmente, el 6 de agosto de 2019 se firmó el Acuerdo de Paz y Reconciliación (APR) entre el Presidente Nyusi y Momade (Ministerio de Asuntos Exteriores [MAE]: Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, 2023).

No obstante, fue durante el marco del proceso electoral presidencial del año 2004 que se creó otra fuerza política de oposición denominada Movimiento Democrático de Mozambique (MDM) por parte de Daviz Simango, quien era alcalde de Beira y en donde se ha reelegido en varias elecciones subsecuentes. Por su parte, el *Renamo* continua siendo la segunda fuerza política del país, con votaciones que han fluctuado entre el 24 y 36% durante los procesos electorales de 2009, 2014 y 2019; lo cual se reflejó con una representación aproximada de 1/3 de la Asamblea Nacional. Sin embargo, el FRELIMO sigue siendo el partido político hegemónico, al ganar la mayor parte de la Asamblea Nacional, las Asambleas Provinciales y los Gobiernos Provinciales (Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, 2023).

Esta situación puede demostrar que tanto la participación como la representación política del país sigue siendo muy limitada a unos cuantos actores políticos en uno de los países más pobres del mundo cuyo IDH es de 0.446, ocupando el lugar 185 de 189 en la construcción de ese indicador en 2022 (Dirección General de Comunicación e Información Diplomática, 2023), situación que se refleja en el desarrollo de su economía, lo cual se va a abordar en la siguiente sección.

b) Los dilemas del (Post)Desarrollo Económico

En el ámbito económico, el Estado Africano fue diseñado -consecuencia de su pasado colonial- para crear un ambiente favorable a la atracción de Inversión Extranjera Directa (IED) con la teórica finalidad de fomentar el crecimiento económico y de reducir la pobreza en el Continente. Según Poncian (2014), este proceso:

No debe basarse exclusivamente en la creación de una economía extractivista, también necesita de un proceso de desarrollo equitativo y justo, por lo cual requiere de un balance entre los intereses de las Empresas Multinacionales y las aspiraciones de sus ciudadanos (pp. 1-2).

En consecuencia, las economías extractivistas en África se han convertido en **Economías de Enclave** caracterizadas por conflictos interétnicos y políticos, despojo de tierras y desplazados, contaminación y degradación del medio ambiente y su entorno. Sus gobiernos persiguen el desarrollo de una legislación que incremente el valor agregado de la extracción de materias primas, los vínculos entre las Compañías y las Comunidades Locales por medio de la conciencia que puedan generar las Empresas Socialmente Responsables (ESR), situación que no ocurre salvo que las Empresas Multinacionales (EMN) sufran presión por parte de los gobiernos con el fin de reducir sus márgenes de ganancias económicas, vía impuestos o políticas redistributivas (Poncian, 2014).

Mozambique constituye un caso de **economía extractivista**; no obstante, dada su ubicación geopolítica, se ha constituido en un espacio vulnerable para el desarrollo de actividades criminales. También se ha erigido en uno de los 10 principales exportadores de gas natural en el mundo, lo cual repercute en sus relaciones con el medio ambiente y el interior de su sociedad (Poncian, 2014).

Por estos motivos, en el ámbito de los esquemas de dominación capitalista en el mundo, Cruz e Silva (2017) mencionó:

La existencia de una relación negativa entre el Capitalismo Global y los Países del Sur, a través de la cual se ha visto una situación de **exclusión social** de los

ciudadanos que viven en los países que generan esas mismas riquezas, así como una falta de sustentabilidad derivado de la financiación externa con pocas alternativas de supervivencia a las comunidades campesinas que allí residen (Cruz e Silva, 2017).

Las políticas mencionadas han sido heredadas del pasado colonial y de las experiencias de explotación que aún persisten en Mozambique, por lo cual, es importante mencionar que el país posee importantes yacimientos de gas natural, cuyas reservas probadas alcanzaban en 2017 los 75 000 millones de m³, razón por la cual el gobierno desarrolló un plan para producir 800 megawatts de electricidad para el año 2020, a través de la aprobación de un Fondo Soberano que permita la explotación del gas natural y otros yacimientos mineros. En consecuencia, se requiere la construcción de infraestructura moderna y nuevas carreteras e importación de maquinaria y equipo que puedan hacer viable el proyecto.

También se estima la necesidad de reubicar a 3,000 personas en otras zonas del país y contratar 10,000 trabajadores para la construcción de las plantas eléctricas mencionadas, situación que trae en consecuencia la deslocalización de algunas comunidades locales (Poncian, 2014).

Por lo tanto, se observa que aún persiste la sobreexplotación de la mano de obra, recursos naturales y daño al medio ambiente. Por lo tanto, los nuevos enfoques académicos y de política gubernamental requieren una visión sustentable, al mismo tiempo que protejan los derechos laborales de la población campesina u obrera y se practique el “comercio justo” a partir de una remuneración al trabajo que garantice la satisfacción de las necesidades de la población, al mismo tiempo que la inversión en tecnologías limpias pueda evitar la erosión de los suelos y la contaminación del agua y otros recursos naturales.

Para reforzar el presente orden de ideas, se busca poner en práctica un enfoque basado en el **Postdesarrollo**, el cual aglutina una serie de ideas críticas tanto con el paradigma desarrollista como con el neoliberal, el cual tiene que construirse “desde y con la diversidad, promueva la sustentabilidad de la vida y la naturaleza, reconozca las relaciones sociales y económicas en favor de los pueblos indígenas (originarios) y

campesinos en su relación con la naturaleza de la cual forman parte” (Concheiro, 2014)³. Es en ese espacio donde los movimientos y las organizaciones sociales requieren luchar por espacios de poder desde lo local, lo nacional y lo global. Estos elementos conforman la cultura del “**Buen Vivir**”.

Brasil: El debate sobre la “Cuestión Agraria”

Por su parte, los académicos brasileños han desarrollado un debate sobre la “Cuestión Agraria”, que consiste en una crítica al capitalismo y enfatiza las desigualdades en las relaciones sociales en el ámbito agrario; misma que se desarrolla en un contexto de mundialización de la economía e internacionalización de la lucha campesina, por lo que algunos autores consideran que en este enfoque “se presentan los fenómenos de integración, subalternidad y resistencias debido a la des-territorialización del campesino y su proletarianización, consecuencia de su integración en el capitalismo global” (Felicio & Fernandes, 2014).

Los autores en cuestión se preguntan si el campesino se ha convertido en parte del **agronegocio**, o bien, si ha evolucionado para alcanzar un modelo de desarrollo propio. En ese ámbito, sus consecuencias se han observado en el marco de la relación de compra-venta de Tierras, o en la lucha que ellos realizan por su posesión a través de ocupaciones selectivas. Por este motivo, se expone la importancia del MST y su impacto en las llamadas “Democracias del Sur”.

a) *Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST)*

El movimiento surgió en el marco de las luchas campesinas que se comenzaron a gestar en los años 1960’s del siglo XX como parte de la búsqueda de una **reforma agraria** que permitiera modificar el régimen de propiedad privada en manos de los grandes latifundistas. De este modo, las Ligas Campesinas comenzaron a manifestar sus convicciones de bienestar y un uso de la tierra más justo (Camino, Heredia, Rebolledo, & Velásquez, 2017).

³ La literatura recomienda tres tipos de acciones para los colectivos que luchan a favor de los grupos indígenas y campesinos en el marco del **Postdesarrollo**: 1) transformación institucional y productiva, 2) distribución justa y equitativa de la riqueza, y 3) conservación de los **recursos naturales** en un esquema de agricultura compatible con la cultura de las sociedades a las que representa (Concheiro, 2014, pp. 106-107).

No obstante, la dictadura de Humberto Castelo Branco (1964-1967) dio marcha atrás con la representación [simbólica] que estas Ligas contaban en los Estados de Brasil y fomentó la mecanización del sector agrario para impulsar el agronegocio en el marco de un modelo de explotación que beneficiaba a las grandes corporaciones capitalistas. Estas empresas desarrollaron alianzas con los grandes latifundistas de Brasil, lo cual generó tres problemáticas:

- El incremento de la producción generó un enorme consumo de agrotóxicos.
- La producción se ha destinado a los mercados de exportación, especialmente con el cultivo de la soja.
- Eventualmente, también aumentó la violencia frente a los campesinos -lo cual se aceleró durante la Presidencia de Jair Bolsonaro (2019-2022) (Valdez, 2022).

Derivado de ello, algunos movimientos sindicales y la Comisión Pastoral de la Tierra (CPT) inspirados por la Teología de la Liberación, comenzaron a organizar familias campesinas desplazadas, principalmente en las regiones de Curitiba, Paraná, Río Grande do Sul y en algunas zonas de la periferia de Sao Paulo, a efectos de ocupar tierras u organizar campamentos de familias sin tierras para desafiar a los gobiernos emanados o apoyados por las fuerzas armadas (Camino, Heredia, Rebolledo, & Velásquez, 2017).

Como lo señalan Camino, Heredia, Rebolledo & Velásquez (2017), el *Primer Encuentro Nacional de los Trabajadores Sin Tierra*, se llevó a cabo del 20 al 22 de enero de 1984. En él se planteó que el Movimiento tenía que ser de carácter nacional para que los reclamos de los campesinos fueran tomados en cuenta. Asimismo, el Primer Congreso del MST se organizó en 1985, en el cual se congregaron 1,500 delegados de todos los Estados de Brasil, incluyendo Obispos y miembros del Estado. En él se decidió no respaldar al entonces Presidente José Sarney (1985-1990) y permanecer en la oposición, por lo que entre sus objetivos prevalecieron la importancia de desarrollar cooperativas agrícolas y campamentos que impulsaran la asimilación de las nuevas tecnologías agrícolas sin dejar de lado la organización comunitaria y la propiedad colectiva de la Tierra. Ejemplo de ello radica en que para el año 2017 el MST

organizó aproximadamente 100 cooperativas, 96 agroindustrias y asentó a 350 mil familias (Camino, Heredia, Rebolledo, & Velásquez, 2017).

En apoyo a lo anterior, Joao Paulo Rodrigues, miembro de la Dirección Nacional del MST, mencionó que la principal forma de lucha del MST sigue siendo la ocupación de tierras ociosas, seguida del establecimiento del campamento, hasta que el gobierno declare una expropiación. Según su información (citado por Valdez, 2022), existe 1 millón de familias en Brasil que ocupan 30 millones de hectáreas (ha.), de las cuáles, aproximadamente la mitad se encuentran vinculadas al MST.

Por lo tanto, el movimiento requiere resolver cuatro demandas: “la producción de materias primas para la industria, el desarrollo del interior del país, la generación del empleo y la producción de alimentos [para las familias]” (Valdez, 2022).

Entre otros objetivos del MST está el de proporcionar educación a los niños [y adultos] que viven en los campamentos y alfabetizar a los campesinos. En este marco se establecieron 2,000 escuelas públicas que subsisten en los campamentos y asentamientos, así como 200,000 personas han tenido acceso a la educación gratuita rural (Camino, Heredia, Rebolledo, & Velásquez, 2017). De igual forma, Rodrigues (2022) señala que el MST tiene convenios educativos con algunos gobiernos municipales y estatales con el fin de propiciar la alfabetización para jóvenes y adultos, así como la existencia de otros convenios con 64 universidades en materia de Educación Superior (citado por Valdez, 2022).

Es en este punto donde se desea destacar la importancia de la *Pedagogía de los Movimientos Sociales*. En opinión de Miguel G. Arroyo, el MST le ha dado voz a los campesinos desplazados en Brasil, ya que al promover la educación de este colectivo, estableció un proceso de **codificación de saberes y aprendizajes** que se han venido desarrollando a lo largo de esta lucha. Asimismo, se retoma la *Pedagogía del Oprimido*, razón por la cual es importante ir humanizando el movimiento, tomando en cuenta la lucha por la supervivencia y la adquisición de derechos, como son: educación, salud y vivienda, los cuales deben dejar de ser una dádiva clientelar y convertir a los actores en sujetos de socialización y aprendizaje (Arroyo, 2023). Éste constituye un primer paso para la superación de la *Sociología de las Ausencias* ya que el campesino ha sido

invisibilizado a lo largo de la historia de Brasil, desde la colonia hasta los tiempos actuales; y a través de la cual, se busca concretar una reforma agraria.

No obstante, el MST ha venido atravesando dificultades, ya que si bien la Constitución Brasileña de 1988 (Art. 184) garantiza que la Reforma Agraria debe aplicarse en aquellos latifundios que permanecen improductivos, actualmente el 50% de las tierras de Brasil siguen perteneciendo al 1% de la población (Instituto Tricontinental de Investigación Social, 2020), motivo por el cual el MST ha tenido que entablar juicios ante los Tribunales de Brasil y han sido muy pocos los casos en los que se ha expropiado la Tierra en favor de los campesinos (Colectivo Documental Semillas, 2018).

Durante la lucha del MST, hasta el año 2016 fueron asesinados 1,800 campesinos y 8 personas estuvieron condenadas a prisión. De la misma manera, para que una familia pueda obtener una porción de tierra se requiere que habite durante un período entre 2 y 5 años en los campamentos, razón por la cual, los campesinos se han tenido que resignar a tener una vida itinerante de campamento en campamento (Colectivo Documental Semillas, 2018). Al mismo tiempo, como parte del repertorio de acción colectiva del MST, se ha visto en la necesidad de articular sus demandas con otros movimientos sociales, como el Movimiento Negro y el Movimiento Obrero, especialmente por la marginación que viven estos últimos en las zonas urbanas, como son las *favelas* en las grandes ciudades del país.

Por estas razones, durante el período electoral de 2022, el MST decidió postular 15 candidatos al Congreso Nacional y respaldar la tercera elección de Lula da Silva a la Presidencia (quien fue reelecto en segunda vuelta por el período 2023-2026), ya que los actores del MST consideran que:

Lula es más consciente de una producción que preserve el medio ambiente y que para eso la reforma agraria es fundamental... [A su vez,] se considera que la visión de Lula cambió a raíz del tiempo, la prisión y los viajes, y tiene una visión más grande sobre la necesidad del cambio en el tema de la agricultura, la Amazonía, lo indígena, la tierra y los recursos naturales (Rodrigues, citado por: Valdez, 2022).

La importancia de estudiar el MST para comprender el *Sur Global* radica en que su conocimiento facilita la construcción de procesos de aprendizaje a través de la *Pedagogía de los Movimientos Sociales* (Arroyo, 2023). A lo largo de la evolución del Movimiento se ha fomentado la filosofía del “**Buen Vivir**” (Concheiro, 2014)⁴, que ha intentado facilitar la integración de las familias que habitan en los campamentos con su entorno natural, así como para “vivir de lo que la tierra produce” en armonía con la naturaleza (Avritzer, 2017). Al mismo tiempo, se ha concientizado a los miembros del movimiento que es necesario promover el desarrollo comunitario y experiencias conjuntas bajo la lógica de compartir lo que se posee y apoyar a los más necesitados.

b) ¿En qué medida es factible la inserción de estos movimientos sociales en la vida democrática del país?

Según el artículo, "**Un balance de la participación democrática en Brasil (1990-2014)**", escrito por L. Avritzer (2017); se pueden rescatar algunos aspectos sobre la evolución democrática en Brasil, por medio del cual, dicho autor considera que la democracia brasileña es de corte elitista, razón por la cual enfatiza la importancia de la **democracia participativa**, que trasciende el ámbito de la democracia electoral. Retoma la evolución de algunos movimientos sociales, como la Central Única de Trabajadores (CUT) o el MST, quienes influyeron en la implementación del **presupuesto participativo de Porto Alegre** y de otras ciudades brasileñas.

De igual manera, proliferaron los "**Planes Directores Municipales**" que se volvieron obligatorios en algunas regiones de Brasil, lo cual se convirtió en una innovación democrática debido a que otorgaron un marco de acción para fomentar la participación de ciudadanos y colectivos en las políticas presupuestales del ámbito local. No obstante, su expansión no se ha podido homogeneizar a lo largo del país, y luego del apoyo que recibió la democracia participativa durante los dos primeros

⁴ La literatura postdesarrollista parte de la premisa que el mundo actual atraviesa por una serie de crisis diversas, como son: financiera, económica, ambiental o alimentaria; motivo por el cual, en el Encuentro Zapatista Internacional que tuvo lugar en 1996 se consideró que la construcción de un mundo nuevo es factible a través del “**Buen Vivir**”, entendido como una dimensión ético-política y cultural de la construcción de una utopía posible que permite delinear un bienestar colectivo. Los colectivos en lucha buscan superar la división campo-ciudad que permitan la reapropiación de la naturaleza y garanticen el derecho a la “**igualdad en la diferencia**”. La estrategia se basa en una economía “moral” que facilite la distribución equitativa de los recursos como la tierra y el agua, y garanticen la autosuficiencia alimentaria y la satisfacción de las necesidades “reales” y “sentidas” de la población (Concheiro, 2014).

gobiernos de Lula da Silva (2002-2010), estos marcos de referencia cayeron en relativa decadencia.

La propuesta democrática de Avritzer puede ser complementada con medidas de corte económico **Postdesarrollista**, entre las que destaca la Política Nacional de Desarrollo Sustentable de los Pueblos y Comunidades Tradicionales (PNPCT) y el enfoque del Desarrollo Territorial Rural (DTR) durante la segunda Presidencia de Lula da Silva en el año 2007, mismas que recogen tres elementos importantes para entender la dinámica de los movimientos sociales mencionados: **tradición, identidad y territorio**.

El denominado “territorio ancestral” por las poblaciones campesinas y originarias de Brasil se ha erigido en una resistencia frente a la lógica de acumulación capitalista como parte de la construcción de su identidad, mismo que es reconocido por la estrategia del DTR que busca promover las institucionalidades representativas de los territorios rurales, mediante “la organización y fortalecimiento de los agricultores familiares, los asentados de la reforma agraria y las poblaciones rurales, mediante la institución de 164 *territorios rurales* (municipios) que representan el 58% del área territorial del país” (Montenegro, 2014).

A partir de los elementos mencionados se puede apreciar que este tipo de estrategias de desarrollo rural con enfoque territorial en el marco del Post-Desarrollo se han logrado arraigar como parte de las instituciones del Estado, razón por la cual, la democracia participativa refuerza a los movimientos sociales -en este caso los de carácter rural- tomando en consideración su repertorio de demandas que empoderan al movimiento, y de esta forma, participan e influyen en el Estado, reforzando su institucionalidad democrática. Desde un punto de vista personal, ésta sería la principal enseñanza que nos dejaría la participación del MST en Brasil.

Conclusiones

Luego de analizar las experiencias de Mozambique y Brasil, se aprecia la existencia de contextos y situaciones de vida similares para los sectores invisibilizados de la población. Mientras que en Mozambique, el *Frelimo* –antiguo Movimiento de

Liberación y hoy partido político en el poder- logró la independencia del país y articular un proyecto de nación, también se transformó en un partido político hegemónico y en última instancia favoreció al capitalismo global, permitió la privatización del sector público y promovió una economía extractivista de explotación en perjuicio de los “ausentes” o “invisibilizados”, por lo que convirtió en *enemigos* a quiénes se opusieran al régimen.

Por su parte, el MST se enmarcó en el contexto de las luchas agrarias, tanto por la posesión y ocupación de tierras, lo cual dio realce a la “Cuestión Agraria” en Brasil debido a los patrones de subalternidad y explotación en el marco de un colonialismo interno que aún persiste. No obstante, el MST ha articulado las necesidades del colectivo campesino a lo largo y ancho de Brasil, al margen que sus demandas han permanecido generalmente aisladas, lo cual ha facilitado la represión por parte de la policía y fuerzas armadas debido a las presiones que ejercen los latifundistas en contra del movimiento (Concheiro, 2014).

En ambos casos, la lucha se ha centrado en fomentar procesos de participación política que permitan revertir los patrones de las economías extractivistas y construir un modelo económico alternativo al neoliberalismo en el marco de las ideas del Postdesarrollo y el “Buen Vivir”.

Mientras tanto, en el ámbito político nos encontramos que la democracia electoral sigue siendo fundamentalmente elitista en Brasil, en tanto que en Mozambique no trasciende las instituciones formales y se ha convertido en un monopolio del *Frelimo* que no ha sido incluyente ni ha promovido la participación de los colectivos marginados (grupos tribales, campesinos, mujeres, etc.). En este ámbito, autores como de Sousa y Avritzer (2002) insertan el debate entre la persistencia de una democracia liberal representativa (en crisis) con una democracia acorde con los países del *Sur Global*, que tome en cuenta las experiencias de los colectivos y los movimientos sociales, así como las experiencias locales de la democracia en contraposición a una visión "nacional" y homogeneizadora de sus respectivas sociedades (de Sousa & Avritzer, 2002).

Finalmente, es importante rescatar que los distintos movimientos sociales, ya sea fuera del poder (MST), o bien, al interior de él (*Frelimo*) realicen un ejercicio de

autocrítica sobre sus actuaciones a lo largo del último medio siglo y codifiquen sus saberes bajo la lógica de la *Pedagogía del Oprimido* a través de un proceso de aprendizaje que resignifique sus logros y reflexione sobre sus errores, para que de este modo, se puedan replantear estrategias y continúen sus luchas a favor de los desposeídos y de las comunidades. De esta manera, contarán con la legitimidad de defender las causas de la Participación Política, el *Postdesarrollo* y el *Buen Vivir*.

Referencias

- Acemoğlu, D. y Robinson, J. (2018). *¿Por qué fracasan los países?* Alianza Editorial.
- Arroyo, M.G. (enero-junio de 2023). Pedagogias em Movimento – o que temos a aprender dos Movimentos Sociais? *Currículo sem Fronteiras*, 3(1), 31-33.
- Avritzer, L. (2017). Un balance de la participación democrática en Brasil (1990-2014). En B. de Sousa Santos y J. Mendes. *Demodiversidad: Imaginar nuevas posibilidades democráticas*. Akal, 365-383.
- Camino, A., Heredia, M., Rebolledo, G. y Velásquez, P. (2017). Movimientos Sociales Transnacionales en Europa y América Latina: estudio de casos. En C. Hernández y E. Pompa (Eds.). *Gobernanza Mundial: Significado, crítica y aplicaciones en su dimensión regional*. Ed. Monrevalladolid, 208-247.
- Colectivo Documental Semillas. (30 de marzo de 2018). *El MST (Movimiento sin Tierra)* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AgZj4gYqsc&feature=youtu.be>
- Concheiro, L. (2014). Desarrollo y anti-desarrollo en el camino de otra modernidad. *Veredas, Revista del pensamiento sociológico*. El desarrollo rural en América Latina, 95-111.
- Cruz e Silva, T. (11 de abril de 2017). *Que Alternativas para As Economias Extrativas em África? O caso de Moçambique*. Curso Internacional – Pensamiento y luchas situadas. Para una cartografía del Sur. CLACSO-Virtual (en línea) [Archivo de Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=CkaGjOGuWQ0
- de Sousa, B y Avritzer, L. (2002). Para Ampliar o Cânone Democrático. En B. de Sousa, *Democratizar a Democracia*. Civilização brasileira. p. 42.
- Dirección General de Comunicación e Información Diplomática. (2023). *Ficha País: República de Mozambique*. Ministerio de Asuntos Exteriores Unión Europea y Cooperación [MAE]. https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/MOZAMBIQUE_FICHA&20PAIS.pdf
- Felício, M. y Fernandez, B. (2014). Contribuição ao debate paradigmático da questão agraria e do capitalismo agrário. *Veredas, Revista del pensamiento sociológico*. *El desarrollo rural en América Latina*, 15(23), 435-475.
- Instituto Tricontinental de Investigación Social. (2020). *Reforma Agraria Popular y la*

lucha por la tierra en Brasil. Dossier n° 27,
<https://thetricontinental.org/es/dossier-27-tierra/>

- Macamo, E. (2014). *Estado, Recursos Naturais e Conflitos: Atores e Dinâmicas* [Conferência de Apertura]. Comunicação à IV Conferência Internacional do IESE, 41-60.
- Meneses, M.P. (2011). Images Outside the Mirror? Mozambique and Portugal in World History. *Human Architecture: Journal of Self-Knowledge*, 121-136.
- Montenegro, J. (2014). El desarrollo que no cesa. Entre las viejas fórmulas que se venden como nuevas y las viejas resistencias que se renuevan. *Veredas, Revista del pensamiento sociológico. El desarrollo rural en América Latina*, 15(28), 136-137.
- Poncian, J. (27-28 de agosto de 2014). *Balancing the Needs of Citizens and Corporate Interests: Tanzania's Mineral Sector Regulation and its Relevance to Mozambique*. Comunicação à IV Conferência Internacional do IESE.
- Torres, J. (mayo de 2017). El concepto de colonialismo interno. *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo* [Archivo PDF]. p. 13.
- Valdez, C. (28 de septiembre de 2022). Joao Paulo Rodrigues (MST): “La mitad de los parlamentarios del Congreso está involucrado con el agronegocio”. *El Salto*.
<https://www.elsaltodiario.com/brasil/entrevista-joao-paulo-rodrigues-lider-nacional-mst-elecciones-brasil-lula-bolsonaro-reforma-agraria>

Reporte integrado y sostenibilidad en exportadoras

Integrated reporting and sustainability in exporters

Revista Latinoamericana de Investigación Social, vol. 7, no.2

Angelly Nicole Vasconez Camacho

UNIANDES Ecuador

cs.angellynvc43@uniandes.edu.ec

(correspondencia)

Mónica Patricia Mayorga Díaz

UNIANDES Ecuador

ua.monicamayorga@uniandes.edu.ec

Maria Elena Cedeño Rosales

UNIANDES Ecuador

cs.mariaecr42@uniandes.edu.ec

Comunicado Breve

Recibido: 25/06/24

Aceptado: 19/08/24

Fecha de publicación: 31/08/24

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se tomó en consideración un modelo de reporte integrado y se planteó una serie de indicadores clasificados en ámbitos sociales, económicos y medioambientales, que permiten al auditor analizar y evaluar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las empresas exportadoras de rosas bajo el marco regulador vigente en el Ecuador, de tal forma que se transparente la información financiera y no financiera en un solo reporte, permitiendo así deducir el reporte integrado y la sostenibilidad. La investigación fue realizada mediante la técnica de revisión documental obteniendo como resultado la triangulación de la información de las fuentes consultadas que permitieron la revisión de documentos en donde se puede identificar estudios previamente elaborados, autoría y su discusión.

Palabras Clave: Alianzas; desarrollo sostenible; estrategias.

El presente trabajo de investigación se deriva del proyecto COIL denominado “La sostenibilidad y la medición de riesgos” celebrado entre la Universidad Regional Autónoma de los Andes y la Universidad La Salle México.

Abstract

This research considers an integrated reporting model and proposes a series of indicators classified into social, economic, and environmental domains. These indicators enable auditors to analyze and evaluate the fulfillment of Sustainable Development Goals in rose-exporting companies under the current regulatory framework in Ecuador. The goal is to transparently present financial and non-financial information in a single report, allowing for the deduction of integrated reporting and sustainability. The research employed the documentary review technique, resulting in the triangulation of information from consulted sources, facilitating the examination of documents where previously conducted studies, authorship, and discussions can be identified.

Keywords: *Alliances; sustainable development; strategies.*

Introducción

Las empresas exportadoras en el Ecuador han impulsado en gran parte la economía del país, su participación es de gran relevancia ya que es una de las principales fuentes de ingresos del país, fortaleciendo las relaciones del comercio exterior, sin dejar de lado su integración en la creación de fuentes de trabajo favoreciendo a la disminución de la tasa de desempleo del país.

Cabe mencionar que las empresas exportadoras, al ser catalogadas como sociedad anónima están reguladas por la Superintendencia de Compañías y a su vez manejan certificaciones como Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) otorgada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el mismo que mantiene alianzas con la Agenda 2030 para el desarrollo Sostenible, que fue adoptada por el Ecuador en el año 2018 mediante el decreto N°371, están en el compromiso de velar y proteger la causa de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Hoy en día, todos los tipos de empresas tienen la posibilidad y facilidad de hacer uso de las nuevas tecnologías y herramientas mucho más eficientes que con la finalidad de lograr una mejor administración dentro de la organización, sin importar el tamaño o naturaleza de esta. Por tal razón, es de vital importancia que se tome en consideración la búsqueda o adopción de estas nuevas herramientas gestión, creando así un modelo de

negocio que sea sostenible económica y operativamente, no solo a corto, sino a mediano y largo plazo. Un buen sistema de gestión le permite obtener instrucciones, métricas, estadísticas, alertas de tarifas, reconocer los mejores y peores productos, y mantener su línea de contabilidad en línea, entre otros beneficios (García, et al., 2009); (Oto, 2011); (Vaca,2016); (Carrasco,2017); (Pereira,2019); (Casco, et al., 2017); (Gavilánez, et al., 2018).

El reporte integrado es un tipo de informe global de la empresa que brinda información relevante sobre los aspectos económicos, sociales y medioambientales en que se desenvuelve la organización, además de mostrar su estrategia, la gestión empresarial y sus intereses corporativos a futuro mostrando la capacidad que tiene para crear y mantener la creación de valor en el tiempo, siendo el RI una herramienta moderna de presentar informes corporativos de manera eficiente (Royett, et al., s/f) ; (García-Sánchez et al., 2013) ; (Zhou et al. , 2017) ; (Baptista, 2018); (Quevedo, et al., 2022); (Cohen, et al. , 2023).

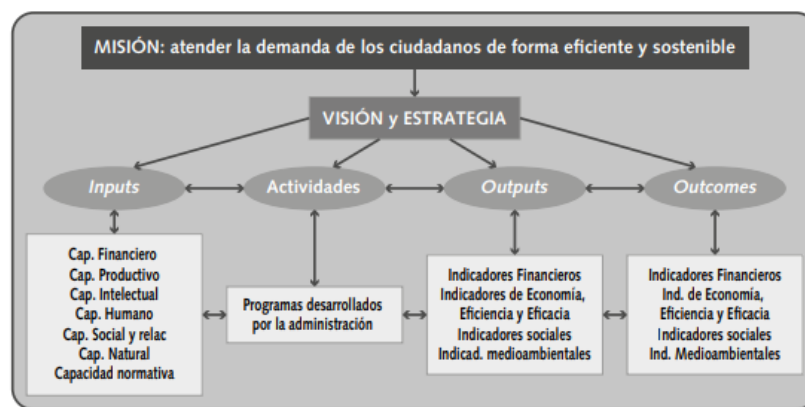
Este reporte integrado tiene como objetivo explicar la creación de valor por una entidad a largo plazo. Este proceso es influenciado por las relaciones que la empresa mantiene con su entorno y su dependencia de diversos recursos. Los principales conceptos relacionados con el IR están representados en tres aspectos: i) los siete capitales en los que una organización impacta que son: financiero, de manufactura, intelectual, humano, natural y social y de relacionamiento; ii) el modelo de negocio de una organización; y iii) la creación de valor en el tiempo. Este tipo de informes integrados, que combinan en un solo reporte la información financiera y no financiera sobre el desempeño de una empresa, han surgido como una nueva práctica contable para ayudar a las empresas a conectar ambos tipos de información, brindando una mejor visión del proceso de creación de valor y un mejor instrumento para comunicarse. Esto a las partes interesadas externas (García-Sánchez et al., 2013) ; (Zhou, et al. , 2017) ; (Baptista, 2018); (Quevedo, et al., 2022); (Cohen, et al. , 2023).

Las compañías dedicadas a la exportación en el Ecuador se encuentran en procesos de transparentación de información, en donde es trascendental la adopción del reporte integrado con miras a los sistemas de auditoría, considerando claro está, que es en el sector público en donde se ha implantado su aplicación. Las organizaciones del

sector público dentro de su administración, están en la obligación de presentar información financiera oportuna al ente regulador, lo cual sucede de igual manera con las empresas del sector privado, para el caso del RI se considera importante que la organización implemente un sistema de gestión que se desenvuelva en torno a la misión que tenga planteada la organización, facilitando así el establecer sus estrategias respaldadas en el plan operativo de la empresa, lo cual generará la creación de valor para cada parte interesada y en cómo aumentarla durante el proceso de la gerencia estratégica y el desarrollo de la visión empresarial (Kaplan, et al., 2001); (Kong, et al., 2008); (Moore, 2000) (**Figura 1**).

Figura 1.

Proceso de creación de valor de las empresas públicas.



Nota: Basado en Villegas, M. G. (2017).

El desarrollo sostenible se define como la satisfacción de las necesidades que se presentan hoy en día, sin que la capacidad y posibilidad de que las futuras generaciones satisfagan las suyas se lleguen a ver comprometidas, y de esta forma afianzar la estabilidad entre el desarrollo de los aspectos económicos, medioambientales y sociales. (Dumay & Cai, 2015); (Doppelt, 2003 como se citó en Bonifaz et al, 2018); (Arias, et al., 2021); (Reyes,2012; como se citó en Caicedo, 2021); (Oxfam, s.f., como se citó en Osorio et al, 2022).

La creación de valor dentro de una empresa hoy en día se ha transformado en una forma del compromiso y responsabilidad con el desarrollo sostenible ya que responde a los mercados globales a través de estrategias competitivas, logra el equilibrio

económico, asegura un ambiente agradable y garantiza una mejor calidad de vida para la sociedad. Razones por las que la sostenibilidad se ha convertido en un tema trascendente para las organizaciones debido a una mayor responsabilidad social empresarial (Doppelt, 2003 como se citó en Bonifaz et al, 2018); (Arias, et al, 2021); (Reyes,2012; como se citó en Caicedo, 2021); (Oxfam, s.f., como se citó en Osorio et al, 2022).

Por otro lado, la sostenibilidad da a las empresas la posibilidad de reorganizar los recursos de trabajo durante la búsqueda de su desarrollo sostenible, así como también, las ventajas que se pueden presentar mediante la tecnificación, el clima y programas o proyectos enfocados en el cuidado y protección del medio ambiente, y asuntos sociales, desde una perspectiva económica termina siendo una pieza fundamental que permite garantizar en un futuro la satisfacción de las necesidades. Por tal razón, es necesario que el sector florícola haga frente este desafío de manera responsable ya que fomentar la sostenibilidad depende de una alineación de costos enfocada en garantizar la calidad y un mejoramiento continuo (Cortes & Peña; 2015 como se citó en Arias et al, 2021); (Sarandón & Flores, 2009 como se citó en Caicedo, 2021); (Cobos, et al., 2021).

En septiembre del 2015, los 193 Estados que conforman las Naciones Unidas, en conjunto con una gran cantidad de actores de la sociedad civil, académicos e integrantes del sector privado, comenzaron un procedimiento de negociación de manera abierta, democrática y participativa, en el que dio como resultado la denominada Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, con sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que son ODS 1 fin de la pobreza; ODS 2 hambre cero; ODS 3 salud y bienestar; ODS 4 educación de calidad; ODS 5 igualdad de género; ODS 6 agua limpia y saneamiento; ODS 7 energía asequible y no contaminante; ODS 8 trabajo decente y crecimiento económico; ODS 9 industria, innovación e infraestructura; ODS 10 reducción de las desigualdades; ODS 11 ciudades y comunidades sostenibles; ODS 12 producción y consumo responsable; ODS 13 acción por el clima; ODS 14 vida submarina; ODS 15 vida de ecosistemas terrestres; ODS 16 paz, justicia e instituciones sólidas; ODS 17 alianzas para lograr los objetivos” (ONU, 2015); (Cepal, 2018); (de Inza, 2019). (Figura 2.)

Figura 2

Objetivos de Desarrollo Sostenible



Nota: Basado en ONU (2015).

Una de las normas que contribuye directamente al desarrollo sostenible es la ISO 26000, a pesar de que no es certificable, a través de esta se muestra el alcance que llega a tener una empresa en la toma de decisiones referente al medio ambiente y la sociedad en general, comprendiendo que el compromiso ético y transparente es una parte primordial dentro de las organizaciones que desean una Responsabilidad Social bien establecida, según la Guía de Responsabilidad Social, todas las organizaciones deben tomar en consideración los 7 principios de RS con el fin de hacer de su integración en la Responsabilidad Social un proceso más fácil dentro de la misma. Los principios de RS son: 1) rendición de cuentas; 2) comportamiento ético; 3) transparencia; 4) respeto por los intereses de las partes interesadas; 5) respeto por los principios de legalidad; 6) respeto por la normativa internacional de comportamiento; 7) respeto por los derechos humanos. (Serrano, 2012); (Rendón & García, 2015); (Buitrago, et al., 2022).

Materiales y métodos

Dentro de la lógica de intervención se revisaron fuentes bibliográficas referentes al reporte integrado y la sostenibilidad, de donde se procede a la triangulación de la información bibliográfica, la misma que se contrasta con fuentes secundarias para la aplicación de la técnica de revisión documental que permite la revisión de documentos puede identificar estudios previamente elaborados, autoría y su discusión, describe el tema del estudio, crear un punto de partida, fortalecer la base teórica del desarrollo del autor, crear relaciones entre el trabajo, realizar un seguimiento de las preguntas y los objetivos de la investigación, acercarse, identificar similitudes y diferencias entre el trabajo y las ideas de los investigadores, categorizar experiencias; distinguir los

elementos de mayor interés y sus esquemas de observación; y, señalar áreas inexploradas. (Gómez, et al., 2017); (Jara, 2021). El estado de la práctica se la analiza con la información obtenida en las estadísticas publicadas por la SEPS, INEC, BCE, Observatorio económico de PYMES de la Universidad Andina Simón Bolívar, con lo que se efectuó la triangulación de las aristas investigadas.

Resultados

Luego de la aplicación de la revisión documental, se presenta la triangulación efectuada como se observa en la Tabla 1:

Tabla 1

Marco jurídico e institucional

Organismo Informante	Documento	Descripción	Relevancia
Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible en Ecuador (CEMDES)	Noticia de blog publicada el 5 de julio de 2023 https://cemdes.org/blog/una-nueva-investigacion-revela-que-el-liderazgo-en-sostenibilidad-se-mide-cada-vez-mas-por-la-integracion-de-la-sostenibilidad-en-la-estrategia-empresarial/	Una nueva investigación revela que el liderazgo en sostenibilidad se mide cada vez más por la integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial	“La última investigación de GlobeScan y el SustainAbility Institute de ERM encuentra que el liderazgo en sostenibilidad se mide cada vez más por la integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial”. ¹
Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible en Ecuador (CEMDES)	Propuesta de Valor https://cemdes.org/agenda-2030/	Agenda 2030	“El sector privado tiene un papel fundamental que desempeñar para determinar si los ODS se cumplen o no en el transcurso de la próxima década y, de manera similar, debe hacer un balance de sus esfuerzos e identificar sus propias áreas prioritarias de participación en los ODS” ²
Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible en Ecuador (CEMDES)	Reporte y Sostenibilidad https://cemdes.org/report-e-y-sostenibilidad/	El Reporte y sostenibilidad	“Las prácticas de reporte deben asegurar que las empresas sean valoradas en las cuestiones importantes, que las partes interesadas tengan la información necesaria y a tiempo para la toma de decisiones.” ³
Corporación Ecuatoriana de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (CERES)	Revista Excelencia Ecuador Sostenible - edición agosto 2023	Responsabilidad ambiental y social, tema urgente en las empresas	“Las empresas que tendrán más posibilidades de sobrevivir la próxima década son aquellas que ya están trabajando seriamente en reducir sus impactos ambientales y han identificado los riesgos que significará el cambio climático para su operación”. ⁴

Corporación Ecuatoriana de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (CERES)	Revista Excelencia Ecuador Sostenible - edición Julio 2023	Más allá de los temas ambientales	“La implementación de una cadena de valor sostenible es sinónimo de calidad y de Responsabilidad Social empresarial, que contribuye al fortalecimiento de la empresa y a impulsar la generación de beneficios, tanto para la propia organización como para toda su red, a corto plazo y a futuro”. ⁵
Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros	Ley de Compañías Registro Oficial N° 312 de 05-nov-1999, última modificación 15-mar-2023	Art. 431 Inciso último -Ley de compañías	“La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, velará e incentivará la implementación del buen gobierno corporativo, la transparencia en la gestión y el desarrollo de acciones de responsabilidad social corporativa.” ⁶
Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros	Ley de Compañías Registro Oficial N° 312 de 05-nov-1999, última modificación 15-mar-2023	Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 151 de 28 de febrero del 2020	“El representante legal de la sociedad de beneficio e interés colectivo deberá preparar, anualmente, un informe de impacto de la gestión de la respectiva sociedad, en el que se dará cuenta de las actividades adoptadas para la consecución de su obligación general de crear un impacto material positivo y verificable en la sociedad y el medio ambiente. De ser el caso, dicho reporte deberá ser emitido sobre la base de uno, varios o todos los rubros de las áreas de impacto previstas en el capítulo anterior, en caso de que la sociedad de beneficio e interés colectivo hubiere decidido adoptarlas”. ⁷
Diario del Exportador	Sección Acceso al Mercado - Publicado el 17 de noviembre de 2017	Certificaciones de Responsabilidad Social: BSCI	“Todas las empresas que participan en la BSCI adquieren el compromiso de mejorar las condiciones laborales, permanecer en contacto con los grupos de interés y aceptar el Código de conducta de la BSCI y sus apéndices”. ⁸
Constitución de la República del Ecuador	Constitución del Ecuador 2008 Registro Oficial N°449 de 20-oct-2008, última modificación 25-ene-2021	Título VI, Régimen de Desarrollo, Art. 278 - numeral 2	“Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde: 2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con Responsabilidad Social y ambiental”. ⁹

Nota. Datos Obtenidos de ¹CEMDES (2023). ²CEMDES (s/f). ³CEMDES (s/f). ⁴CERES (2023). ⁵CERES (2023). ⁶Ley de Compañías (1999). ⁷Ley de Compañías (2020). ⁸Diario del Exportador (2017). ⁹Constitución de la República (2008).

Discusión

En el Ecuador, la adopción del reporte integrado y el aporte con el desarrollo sostenible se garantiza a través del marco regulador vigente porque en la Constitución de la República del Ecuador (2008), Título VI.- Régimen de Desarrollo “Art. 278.- Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:” Numeral 2 “Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con Responsabilidad Social y Ambiental.” Decreto N°371 (2018) “Art. 2.- ... la administración pública central y la administración pública institucional de la Función Ejecutiva, en el ámbito de sus competencias, establecerán sus instrumentos tanto normativos como de planificación y gestión hacia el cumplimiento de esta Agenda y contarán con los aportes del sector privado, la academia y los ciudadanos, a través de las diferentes instancias de participación de acuerdo con el ordenamiento jurídico”.

La Ley de Compañías (1999) “Art. 431 Inciso último. - La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, velará e incentivará la implementación del buen gobierno corporativo, la transparencia en la gestión y el desarrollo de acciones de Responsabilidad Social Corporativa.”, el Informe de impacto de gestión, Artículo agregado por Disposición reformativa novena de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 151 de 28 de Febrero del 2020, Art(...).- “El representante legal de la sociedad de beneficio e interés colectivo deberá preparar, anualmente, un informe de impacto de la gestión de la respectiva sociedad, en el que se dará cuenta de las actividades adoptadas para la consecución de su obligación general de crear un impacto material positivo y verificable en la sociedad y el medio ambiente.”. La ley Orgánica de Salud (2006), Capítulo V - Salud y seguridad en el trabajo “Art. 118.- Los empleadores protegerán la salud de sus trabajadores, dotándoles de información suficiente, equipos de protección, vestimenta apropiada, ambientes seguros de trabajo, a fin de prevenir, disminuir o eliminar los riesgos, accidentes y aparición de enfermedades laborales”.

A pesar de que no esté establecido un formato específico para la presentación del reporte integrado, (Mayorga et al., 2023) en su trabajo de investigación plantean una estructura para el RI considerando en uno de sus elementos, el nivel del cumplimiento de los ODS, la misma que se presenta a continuación y se detalla en la Tabla 2:

1. Razón social y antecedentes de la empresa.
2. Marco regulador vigente que permite la presentación de las cifras financieras.
3. Estados Financieros y Notas aclaratorias aprobados por la máxima autoridad.
4. Análisis Financiero e interpretación.
 - 4.1. Análisis vertical.
 - 4.2. Análisis horizontal.
 - 4.3. Indicadores financieros.
5. Análisis del cumplimiento de los ODS.
6. Conclusiones y recomendaciones sobre: liquidez, rentabilidad, endeudamiento, apalancamiento, participación de terceros en el patrimonio y activos, incidencia del capital humano, capital social, capital financiero, capital ecológico.

Tabla 2
Indicadores Sostenibles

INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA	ODS RELACIONADO
Medio Ambiente	1. Preferencia de materiales ecológicos	$= \frac{\text{Materiales ecológicos utilizados} - \text{Materiales ecológicos utilizados en el período anterior}}{\text{Materiales ecológicos utilizados en el período anterior}} \times 100$	6,13 Y 15
	2. Exportación de productos orgánicos	$= \frac{\text{Cantidad de productos de origen orgánico exportado}}{\text{Cantidad total de productos exportados}} \times 100$	12, 13 Y 15
	3. Exportación aérea responsable	$= \frac{\text{N° de contratos con empresas aéreas que utilizan combustibles verdes}}{\text{N° total de contratos con empresas aéreas.}} \times 100$	6, 13 Y 14
Sociedad	1. Capacitaciones	$= \frac{\text{N° De capacitaciones realizadas}}{\text{N° de capacitaciones planteadas en el cronograma}} \times 100$	4 Y 8
	2. Contratación igualitaria	$= \frac{\text{N° De trabajadores femeninos / masculinos}}{\text{Total de trabajadores.}} \times 100$	5,8 Y 10
	3. Condiciones médicas de los trabajadores (por uso y manejo de agroquímicos)	$= \frac{\text{N° de exámenes médicos realizados a los trabajadores}}{\text{N° Total de exámenes médicos planteados en el cronograma anual}} \times 100$	3 Y 8
	4. Compromiso con la comunidad	$= \frac{\text{Proyectos sociales realizados} - \text{proyectos sociales realizados en el período anterior}}{\text{proyectos sociales realizados en el período anterior}} \times 100$	1,2, 11 Y 16
	5. Pausas activas	$= \frac{\text{T tiempo diario empleado en pausas activas}}{\text{T tiempo total de la jornada de trabajo.}} \times 100$	3 Y 8
Economía	1. Satisfacción de los trabajadores	$= \frac{\text{N° De trabajadores satisfechos}}{\text{Total de trabajadores.}} \times 100$	8
	2. Satisfacción del cliente	$= \frac{\text{N° De clientes satisfechos}}{\text{Total de clientes.}} \times 100$	12
	3. Incremento de producción	$= \frac{\text{Cantidad de productos exportados} - \text{Cantidad de productos exportados en el período anterior}}{\text{Cantidad de productos exportados en el periodo anterior}} \times 100$	8 Y 12
	4. Convenios con otras instituciones	$= \frac{\text{Cantidad de convenios con otras instituciones}}{\text{Cantidad de convenios con otras instituciones en el período anterior}} \times 100$	17
	5. Condiciones del área laboral	1. Bueno = El área de trabajo es adecuada y no pone en riesgo el bienestar del trabajador. 2. Regular 3. Malo = El área de trabajo no está en buenas condiciones y el bienestar del trabajador se puede ver afectado.	8 Y 9

Nota: Tabla de indicadores para evaluar los ODS.

Conclusiones

Dentro del modelo de reporte integrado que se toma como referencia, se propone una serie de indicadores clasificados en las tres categorías en que se dividen los ODS que son: social, económico y medioambiental, dando así una herramienta clave al auditor para analizar y evaluar el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de tal forma que se permita transparentar la información en un solo reporte.

Con base en lo mencionado anteriormente, las empresas exportadoras de rosas, con la finalidad de fortalecer sus relaciones comerciales, tanto nacional como internacionalmente, garantizar el origen y la calidad de sus productos y crear valor en el tiempo, deberá tomar en consideración la implementación del reporte integrado junto con los indicadores sostenibles permitiendo así la mejora sobre la toma decisiones y optimizar los recursos teniendo en cuenta el impacto positivo que puede generar en los diferentes ámbitos y así alcanzar las metas y objetivos empresariales.

Por consiguiente, en lo referente al aporte hacia la sostenibilidad, tanto el reporte integrado como los indicadores específicos para estas organizaciones de exportación de rosas permiten que se transparente la información financiera y no financiera en un solo reporte como una herramienta de gestión ventajosa.

Referencias

- Arias, K. L. C., Maldonado, F. J., Olaya, R. M. D., & Saltos, M. B. G. (2021). Modelo estratégico de costos una ventaja competitiva de sostenibilidad para la producción de banano. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(3), 156-166.
- Baptista, N. (2018). *Integrated reporting stimulates strategic communication of corporate social responsibility? A marketing perspective analysis based on Maignan, Ferrell and Ferrell s stakeholder model of corporate social responsibility in marketing. Media & Jornalismo*, 18, 43-59.
- Bonifaz, A. G. T., Vega, M. I. G., Tamayo, S. P. J., & Castro, J. E. B. (2018). La Responsabilidad Social Empresarial: Un desafío para la sostenibilidad de las empresas del Ecuador. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 7(4), 68-89.
- Buitrago, C. A. F. G., Cagua, M. M., & Barón, S. G. M. (2022). Modelo de integración de los principios de responsabilidad social (ISO 26000: 2010), de la gestión de la calidad (ISO 9001: 2015) y empresas familiarmente responsables (EFR 1000-1) en grandes y medianas organizaciones. *Episteme. Revista de divulgación en estudios socioterritoriales*, 14(2), 92-111.
- Caicedo Camposano, O. G. (2021). Sustentabilidad de los sistemas de producción de Banano (*Musa paradisiaca* AAA) en Babahoyo, Ecuador.
- Carrasco Gavilanez, X. E. (2017). *Modelo de gestión financiera para la toma de decisiones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Empresa Eléctrica Riobamba” Ltda., 2016* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Carrera Contabilidad y Auditoría).
- Casco, A. D., Garrido, R. G., & Moran, E. V. (2017). La gestión administrativa en el desarrollo empresarial. *Contribuciones a la Economía*, 1.
- Cepal, N. U. (2018). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe.
- Cobos Mora, F. J., Gómez Pando, L. R., Reyes Borja, W. O., & Medina Litardo, R. C. (2021). Sustentabilidad de dos sistemas de producción de arroz, uno en condiciones de salinidad en la zona de Yaguachi y otro en condiciones normales en el sistema de riego y drenaje Babahoyo, Ecuador. *Ecología Aplicada*, 20(1), 65-81.

- Cohen, N. L., Werbin, E. M., & Quadro, M. E. (2023). Información no financiera: su importancia en la toma de decisiones y su relación con el desempeño. *Documentos de Trabajo de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas (DTI-FCE)* (1), 1-16.
- Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible en Ecuador CEMDES (2023.). *Una nueva investigación revela que el liderazgo en sostenibilidad se mide cada vez más por la integración de la sostenibilidad en la estrategia empresarial*. Recuperado el 29 de septiembre de 2023 de <https://cemdes.org/blog/una-nueva-investigacion-revela-que-el-liderazgo-en-sostenibilidad-se-mide-cada-vez-mas-por-la-integracion-de-la-sostenibilidad-en-la-estrategia-empresarial/>
- Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible en Ecuador CEMDES (s.f.). *Agenda 2030*. Recuperado el 29 de septiembre de 2023 de <https://cemdes.org/agenda-2030/>
- Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible en Ecuador CEMDES (s.f.). *Reporte y Sostenibilidad*. Recuperado el 29 de septiembre de 2023 de <https://cemdes.org/reporte-y-sostenibilidad/>
- Constitución de la República del Ecuador. *Artículo 278* [Título VI]. Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008 (Ecuador).
- Corporación Ecuatoriana de Responsabilidad Social y Sostenibilidad CERES (2023). Más allá de los temas ambientales. *Excelencia Ecuador Sostenible, Edición agosto 2023*, 8.
- Corporación Ecuatoriana de Responsabilidad Social y Sostenibilidad CERES (2023). Responsabilidad ambiental y social, tema urgente en las empresas. *Excelencia Ecuador Sostenible, Edición Julio 2023*, 14.
- Cortés Mura, H. G., & Peña Reyes, J. I. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. *Revista EAN*, (78), 40-55.
- de Inza, B. P. (2019). ¿Qué son los ODS? *bie3: Boletín IEEE*, (14), 51-63.
- Diario del Exportador (2017). Acceso al Mercado. *Certificaciones de Responsabilidad Social: BSCI*.

- Doppelt, B. (2003). Leading change toward sustainability. A change management guide for Business, Government and Civil Society. Sheffield, Inglaterra: Greenleaf Publishing Limited.
- Dumay, J., & Cai, L. (2015). Using content analysis as a research methodology for investigating intellectual capital disclosure: A critique. *Journal of Intellectual Capital*, 16(1), 121-155.
- Jara Conohuilla, R. J. (2021). Estrategias pedagógicas con tecnología en la enseñanza de la escritura académica universitaria: una revisión sistemática. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 15(1).
- García, J., Bedoya, L., & Ríos, C. (2009). Modelo de gestión financiera integral para MIPYMES en Colombia. . *Contaduría Universidad de Antioquia*, 187-201.
- García-Sánchez, I.-M., Rodríguez-Ariza, L., & Frías-Aceituno, J.-V. (2013). The cultural system and integrated reporting. *International Business Review*, 22(5), 828-838.
- Gavilánez, M., Espín, M., & Arévalo, M. (2018). Impacto de la gestión administrativa en las PYMES del Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Gómez, D., Carranza, Y., & Ramos, C. (2017). Revisión documental, una herramienta para el mejoramiento de las competencias de lectura y escritura en estudiantes universitarios. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (1), 46-56.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2001). Transforming the balanced scorecard from performance measurement to strategic management: Part 1. *Accounting horizons*, 15(1), 87-104.
- Kong, X. J., Ren, Y. P., Long, L. S., Zheng, Z., Nichol, G., Huang, R. B., & Zheng, L. S. (2008). Dual shell-like magnetic clusters containing NiII and LnIII (Ln= La, Pr, and Nd) ions. *Inorganic chemistry*, 47(7), 2728-2739.
- Ley de Compañías. *Artículo 431* Inciso último. Registro Oficial 312 de 05 de noviembre de 1999 (Ecuador).
- Ley de Compañías. *Artículo agregado*. Registro Oficial Suplemento 151 de 28 de febrero del 2020 (Ecuador).
- Ley Orgánica de Salud. *Artículo Artículo 118* [Capítulo V]. Registro Oficial Suplemento 423 de 22 de diciembre de 2006 (Ecuador).

- Mayorga, M. P. D., Cedeño, M. E.R., Vásconez, A. N. C., Goyes, J. F. G. (2023). El reporte integrado como aporte a la gestión empresarial.
- Moore, J. E. (2000). One road to turnover: An examination of work exhaustion in technology professionals. *MIS quarterly*, 141-168.
- Organización de Naciones Unidas. (2015). Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015. https://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=S
- Osorio Atehortúa, U. A. Martínez Gómez, J. & Quintero Arango, L. F. (2022). *Validación de un instrumento para la medición de la sostenibilidad empresarial en pequeñas y medianas empresas*. 1. Universidad Católica Luis Amigó. <https://elibro.net/es/ereader/uniandesecuador/225179?page=19>
- Oto Topón, B. S. (2011). *Modelo de gestión financiera y reducción de morosidad en el departamento financiero de la Empresa Eléctrica Riobamba SA* (Bachelor's thesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo).
- Oxfam Intermón. (s.f.). Definición de sostenibilidad: ¿sabes qué es y de qué trata? Blog de Oxfam Intermón. <https://blog.oxfamintermon.org/definicion-de-sostenibilidad-sabes-que-es-y-sobre-que-trata/>
- Pereira Bolaños, C. A. (2019). Actualidad de la gestión empresarial en las pymes
- Presidencia de la República. (2018). *Decreto N° 371 del 19 de abril de 2018. Adopción de la Agenda 2030, Ecuador*.
- Quevedo, M. I. A., Chong, E., & Rivero, E. R. (2022). Relevancia de la información no financiera para los directivos de las empresas listadas en la bolsa de valores de Lima. *Quipukamayoc*, 30, 23-31.
- Rendón, M. E. M., & García, M. L. S. (2015). El gobierno corporativo y el comité de auditoría en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Contaduría y administración*, 60(2), 486-506.
- Reyes-Sánchez, L. B. (2012). Aporte de la química verde a la construcción de una ciencia socialmente responsable. *Educación química*, 23(2), 222-229.
- Royett, J. H., Morales, N. C., & Lorduy, A. G. (s/f). Capítulo XXXVIII Aspectos introductorios de información financiera y no financiera en las empresas pertenecientes a la zona portuaria de la ciudad de Cartagena de Indias. Parte I.

- Sarandón, S. J., & Flores, C. C. (2009). Evaluación de la sustentabilidad en agroecosistemas: una propuesta metodológica. *Agroecología*, 4, 19-28.
- Serrano, M. M. (2012). La responsabilidad social y la norma ISO 26000. *Revista de Formación Gerencial*, 11(1), 102-119.
- Vaca Jiménez, M. G. (2016). *Modelo de gestión de cobranzas para la Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi* (Master's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador).
- Villegas, M. G. (2017). El Reporte Integrado en el sector público: una mirada desde latinoamérica. *Revista española de control externo*, 19(57), 67-92
- Zhou, S., Simnett, R., & Green, W. (2017). Does Integrated Reporting Matter to the Capital Market? [<https://doi.org/10.1111/abac.12104>]. *Abacus*, 53(1), 94-132