

ESTUDIOS MULTIDISCIPLINARIOS EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y NEGOCIOS

Coordinadores:

José Luis Esparza Aguilar

María De Jesús Pérez Hervert

José Luis Zapata Sánchez



LA BIBLIOTECA

Estudios multidisciplinarios en gestión empresarial y negocios

Coordinadores

José Luis Esparza Aguilar

María de Jesús Pérez Hervert

José Luis Zapata Sánchez

Estudios multidisciplinarios en gestión empresarial y negocios

Coordinadores

José Luis Esparza Aguilar

María de Jesús Pérez Hervert

José Luis Zapata Sánchez



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO



LA BIBLIOTECA

Este Libro, arbitrado bajo el método “doble ciego” por especialistas en la materia se privilegia con el aval de la Universidad de Quintana Roo.

Estudios multidisciplinarios en gestión empresarial y negocios

Coordinadores

José Luis Esparza Aguilar

María de Jesús Pérez Hervert

José Luis Zapata Sánchez

D.R. © Ediciones La Biblioteca, S.A. de C.V.

Azcapotzalco la Villa No. 1151

Colonia San Bartolo Atepehuacán

C.P. 07730, México, D.F.

Tel. 55-6235-0157 y 55-3233-6910

Email: contacto@labiblioteca.com.mx

Primera edición: diciembre, 2021

ISBN: 978-607-8733-51-4

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta, del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de lo así previsto por la Ley Federal de Derechos de Autor y, en su caso, por los tratados internacionales aplicables.

Impreso y encuadernado en México

Printed and bound in México

Índice

Contenido

Prólogo	9
Presentación.	11
Introducción	13
Capítulo 1. Gestión financiera en PyMes: Una aproximación teórica. . . 15 <i>Analady Becerril García</i> <i>Zugaide Escamilla Salazar</i> <i>Carlos Robles Acosta</i>	
Capítulo 2. El desempeño financiero entre empresas familiares y no familiares mexicanas cotizadas 31 <i>José Luis Esparza Aguilar</i> <i>Argentina Soto Maciel</i>	
Capítulo 3. El café de especialidad, alternativa de productividad en México 47 <i>Lucio Saldaña Porras</i> <i>María Enriqueta Caballero Guillaumin</i> <i>Ildefonso Víctor Muñoz Rosas</i>	
Capítulo 4. Confiabilidad y validez de una escala de identidad organizacional en servicios privados de salud 65 <i>Carlos Robles Acosta</i> <i>Oswaldo Antonio Ortega Reyes</i>	
Capítulo 5. Influencia de la comparación social en la compra compulsiva y sus efectos en la influencia interpersonal normativa mediante el uso de plataformas de internet 81 <i>José Luis Zapata Sánchez</i>	

Capítulo 6. Análisis del desarrollo socioeconómico del sector turismo en Quintana Roo mediante el método econométrico.	99
<i>María de Jesús Pérez Hervert</i>	
<i>Rita Elizabeth Chablé Iuit</i>	

Figuras

1.1 Estructura de las variables de la hipótesis	19
1.2 Diagrama de las variables de estudio.	19
4.1 Diagrama del modelo con la estimación de los parámetros estandarizados	73
5.1 Modelo conceptual	86
5.2 Modelo final con coeficientes path significativos	94

Tablas

1.1 Matriz de congruencia de la variable dependiente	20
1.2 Matriz de congruencia de las variables independientes	21
1.3 Cálculo de la muestra.	25
1.4 Ficha muestral	25
2.1 Muestra utilizada por sector económico y tipo de empresa	37
2.2 Prueba de Kolmogorov-Smirnov	39
2.3 Prueba de U Mann-Whitney	40
2.4 Índices Tau-c de Kendall y Spearman	40
4.1 Correlación entre ítems de la escala de Identidad.	70
4.2 Variaciones comunes ^a	71
4.3 Varianza total explicada	71
4.4 Matriz de factores rotados ^a	72
4.5 Índice de bondad de ajuste del modelo inicial y su re-especificación.	74
4.6 Cargas factoriales y descriptivos por ítem del cuestionario de identidad	74
5.1 Análisis descriptivo de los constructos y consistencia interna	88
5.2 Cargas de los indicadores reflectivos (n=150)	90
5.3 Cargas cruzadas de los indicadores reflectivos modelo 2 (n=150)	91
5.4 Matriz de correlaciones entre constructos y raíz de AVE mayor a las correlaciones y el índice Rho	

de Dillon-Goldsteins del modelo 2 (n=150)	93
5.5 Evaluación de los efectos en el modelo 2.	94
6.1 Dimensiones de Desarrollo Humano en Quintana Roo del año 2010.	108
6.2 Resultados de la Prueba Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin test statistic	110
6.3 Resultados de la regresión variable Servicios de Salud	112
6.4 Resultados de la regresión variable Población Estudiantil.	113
6.5 Resultados de la regresión variable Población Ocupada.	114
6.6 Resultados de la regresión variable PIB Estatal.	115
6.7 Resultados de la regresión variable PIB Actividades Primarias	116
6.8 Resultados de la regresión variable PIB Actividades secundarias.	117
6.9 Resultados de la regresión variable PIB Actividades Terciarias	118

Prólogo

Los nuevos tejidos sociales, sumergidos en constantes cambios de significancia en orden al desarrollo humano, así como de orden científico, humanístico y tecnológico, exige a los contextos sociales de índole académico, emerger en teorías con carácter de científicidad, que permitan el abarcamiento de estos cambios y darle respuestas de forma oportuna y concreta.

Es así, como desde la óptica de poder mantener la sistematización en el desarrollo social, que oriente la conformación y sostenibilidad de sociedades más efectivas, dignas y congruentes en su accionar. Se hace imprescindible establecer parámetros de gestión que orienten estudios y análisis en las diversas disciplinas de la ciencia y el saber, que enrumbe el maniobrar en los cambios significativos que se generan de la interacción y evolución social.

De esta forma, asumiendo los grupos o entes empresariales en su rol protagónico en escenarios sociales complejos, se ha considera desarrollar un estudio multidisciplinarios en gestión empresarial y negocios, que oriente la consecución de los entes productivos, tanto públicos como privados, sin importar su nivel de organización, ni área de producción, a diagnosticar, emprender y empoderarse de sus procesos, económicos financieros y/o productivos, para seguir manteniendo sus clientes cautivos-potenciales, abordar nuevos mercados en escenarios diversos geográficamente y sobre todo orientar un propósito de integración social que les permita ahondar en la cobertura de necesidades propias y creadas, generando de esta forma calidad de vida, que sea congruente a la evolución del hombre como ser biopsicosocial.

Toda esta situación de análisis, permite que en los entornos académicos – investigativos se gesten procesos de análisis críticos – reflexivos, resultado de las diagnósis congruentes de los entornos en los cuales se tiene incidencia y que requieren que se les dé respuesta a situaciones generadas de la propia interacción empresa – comunidad, como lo es el caso de este libro. Es en este sentido, se ha propuesto la socialización de estudios e investigaciones concebidas desde esa misma interacción que permitirá mostrar los hallazgos, conclusiones y propuestas creadas de las realidades propias de cada contexto de análisis y que redundan en siste-

matizar soluciones, de manera que se siga mantenimiento y desplegando acciones de sostenibilidad de los entornos socioproductivos que integran el desarrollo de sociedades organizadas con carácter de razonamiento humanitario, científico y tecnológico, que sea congruente a las nuevas realidades cambiantes.

Es así como se le da entrada al Libro Intitulado: **Estudios multidisciplinares en gestión empresarial y negocios**, que genera constructos teóricos que soportan las ciencias de estudio y análisis estructural de cotejo de hallazgos significativos con las teorías de soporte, dando paso a si de nuevas formas o enfoques de estudio y análisis de las realidades empresariales, en nuevos escenarios de cambios y complejidades.

DR. ÁNGEL NAVA CHIRINOS. PHD

Director – Fundador de la Red Iberoamericana de Investigación,
Desarrollo e Innovación de la Ciencia (REDICIENCIA)

Docente – Investigador. Venezuela / España

Presentación

El presente libro es una compilación de temas relevantes al desarrollo económico del país resultante de una serie de estudios de investigación llevados a cabo a lo largo de un amplio abanico temático. El valor aportado de este libro reside en el desarrollo de distintos métodos de estudio y de análisis para el entendimiento puntual de fenómenos económicos, sociales, y culturales, así como también, interinstitucionales e intersectoriales de las empresas mexicanas. Si bien las cuestiones abordadas en la presente compilación son de diversa índole, la temática recurrente indica la dirección hacia el crecimiento, desarrollo y progreso nacional habida cuenta a la información relevante resultante de un puntual análisis metodológico en el sector bienes y servicios. Así pues, se evidencia el interés del sector Educación Superior mexicano por la colaboración para un desarrollo socioeconómico regional (y, por tanto, nacional) a partir de la generación de datos e información que podrían resultar bastante relevante durante el proceso de toma de decisiones.

A grandes rasgos, la temática abordada incluye cuestiones tales como la gestión financiera en las pequeñas y medianas empresas, el desempeño financiero de las empresas familiares y no familiares en la Bolsa Mexicana de Valores, la productividad, comercialización y futuro de consumo de la cafecultura, la identidad organizacional en el sector servicios privados de salud, la influencia interpersonal normativa y sus relaciones causales en la era de las plataformas y aplicaciones de internet, así como un análisis econométrico del desarrollo socioeconómico del sector turismo. A su vez, el enfoque geográfico de estas investigaciones perfila distintas regiones de interés toda vez integradas a un desarrollo nacional en conjunto. Ya bien las variables estudiadas en las preguntas de investigación arrojan resultados pertinentes a un contexto local, bastantes conclusiones se pueden extrapolar hacia otras regiones de México e, inclusive, otras regiones del mundo. Así pues, este libro no solo compila estudios realizados en el estado de Quintana Roo, si no también, de la Ciudad de México, el Estado de México, Estado de Veracruz, y Estado de Hidalgo.

De la misma manera, cada capítulo aporta un valioso análisis resultante de la investigación colaborativa entre las diversas instituciones participantes: Universidad de Quintana Roo, Universidad Anáhuac, Univer-

sidad Autónoma del Estado de México campus Atlacomulco y Ecatepec, Universidad Veracruzana y Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Es evidente que, la importancia en la colaboración entre las universidades radica en las limitaciones de los instrumentos de análisis y el vasto ecosistema de bienes y servicios a nivel nacional. Tales limitaciones solo pueden ser superadas a partir de múltiples perspectivas. Pero, y al mismo tiempo, a partir de una visión compartida orientada a reducir las brechas en el conocimiento.

De este modo, el presente libro propicia la colaboración multidisciplinaria para un entorno de academia e investigación que finalmente permea hacia una economía más competitiva y una sociedad más informada.

Asimismo, se extiende un agradecimiento especial al Dr. Ángel Nava Chirinos por su invaluable aportación con el prólogo y a los autores Analdy Becerril García, Zugaide Escamilla Salazar, Carlos Robles Acosta, Argentina Soto Maciel, Lucio Saldaña Porras, María Enriqueta Caballero Guillaumin, Ildefonso Víctor Muñoz Rosas, Oswaldo Antonio Ortega Reyes y Rita Elizabeth Chablé Iui por su colaboración.

DR. JOSÉ LUIS ESPARZA AGUILAR

Coordinador del Cuerpo Académico
Estudios Estratégicos, Económicos y Empresariales

Introducción

Estudios Multidisciplinarios en Gestión Empresarial y Negocios expande el horizonte de conocimientos en torno al desempeño del sector bienes y servicios a nivel nacional desde una perspectiva de gestión y administración empresarial. Con ello, los seis capítulos que constituyen el presente libro se fundamentan en una amplia revisión de literatura empírica pertinente al ámbito de estudios, toda vez que se fundamentan también a partir de diversos instrumentos de medición cuantitativa y cualitativa.

En el capítulo uno, *Gestión financiera en PyMes: una aproximación teórica*, Analady Becerril García, Zugaide Escamilla Salazar y Carlos Robles Acosta plantean bases teóricas y metodológicas para el análisis de la gestión financiera en las pymes de la zona norte del Estado de México. Debido a que, en cualquier fase del proceso de creación empresarial, el financiamiento es fundamental para el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), se considera que una adecuada gestión financiera interna permite la generación de una serie de beneficios que favorecen la toma de decisiones financieras, generando así, grandes oportunidades para su sostenibilidad monetaria.

En el capítulo dos, *El desempeño financiero entre empresas familiares y no familiares mexicanas cotizadas*, José Luis Esparza Aguilar y Argentina Soto Maciel, analizan las diferencias del desempeño financiero corporativo entre las empresas familiares y no familiares ambas cotizadas en la Bolsa de Mexicana de Valores. La investigación fue llevada a cabo por medio de un estudio de corte transversal a partir de una muestra de 110 empresas de las cuales 64 son familiares y 46 no familiares. Asimismo, el análisis posterior de datos fue realizado a través de pruebas estadísticas no paramétricas en donde se utilizó la empresa familiar como variable dependiente y a los indicadores ROA, ROE, market-to-book y Q de Tobin como las variables independientes. A la postre, el estudio confirma que las empresas familiares son financieramente más sanas que las empresas no familiares.

En el tercer capítulo, *Lucio Saldaña Porras, María Enriqueta Caballero Guillaumin e Idelfonso Víctor Muñoz Rosas* realizan un análisis teórico descriptivo sobre la producción, comercialización y consumo del café. En *El café de especialidad, alternativa de productividad en México* se considera

la importancia económica y social de la cafecultura a partir de la gran participación de cafecultores a nivel nacional: tan solo en el año 2017, se registró a nivel nacional una participación de hasta 500 mil cafecultores, y una dependencia de los mexicanos para el café en torno a los 3 millones de consumidores. Con todo, debido a aspectos de competencia a nivel mundial, los autores señalan un cambio en la cultura de los cafecultores orientada hacia una comercialización de vanguardia denominada café de especialidad.

En *Confiabilidad y validez de una escala de identidad organizacional en servicios privados de salud*, Carlos Robles Acosta y Oswaldo Antonio Ortega Reyes exploran la confiabilidad y validez de la *Escala de Identidad Organizacional* (IDN) para organizaciones mexicanas de servicios de salud. En el cuarto capítulo, se realizó un análisis con el método multivariado y las técnicas de análisis factorial exploratorio y confirmatorio a partir de quince ítems aplicados a una muestra de 214 trabajadores pertenecientes a seis clínicas privadas de servicios de salud en el Estado de Hidalgo. De este modo, identificaron una estructura de tres factores: orgullo, pertenencia y significado, en donde el factor orgullo muestra cargas estimadas más elevadas, seguido por pertenencia y, finalmente, significado.

En el quinto capítulo, José Luis Zapata Sánchez presenta una investigación cuantitativa de corte transversal simple a partir de la técnica de muestreo no probabilístico “bola de nieve” en una muestra de 150 estudiantes de nivel superior repartidos en diferentes instituciones educativas en Quintana Roo. En *Influencia de la comparación social en la compra compulsiva y sus efectos en la influencia interpersonal normativa mediante el uso de plataformas de internet*, se analizó la relación entre la comparación social, la compra compulsiva y el uso de las plataformas de internet en la influencia interpersonal normativa por medio del modelado de ecuaciones estructurales (SEM).

Por último, en el sexto capítulo, María de Jesús Pérez Hervert y Rita Elizabeth Chablé Iuit analizan el impacto de la actividad turística en el desarrollo socioeconómico en el estado de Quintana Roo durante el periodo del 2010 al 2015. En *Análisis del desarrollo socioeconómico del sector turismo en Quintana Roo mediante el método econométrico*, se aplicó el método econométrico y el índice de desarrollo humano elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo para analizar variables sociales y económicas, tales como el PIB, la salud, la educación y el ingreso.

Capítulo 1

Gestión financiera en PyMes:

Una aproximación teórica

ANALADY BECERRIL GARCÍA¹
ZUGAIDE ESCAMILLA SALAZAR²
CARLOS ROBLES ACOSTA³

Introducción

En los últimos años las pequeñas y medianas empresas (pymes) se han convertido en una pieza fundamental en las economías mundiales, al representar el mayor número de unidades económicas, y por ende simbolizan el mayor porcentaje de empleo, por tanto, son consideradas uno de los principales motores para el crecimiento y progreso de todo país (Oropeza y García, 2013). Así mismo, de acuerdo con datos de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) del año 2015, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía menciona que las pymes representan el noventa y siete por ciento del total de las empresas, las cuales generan el setenta y nueve por ciento de empleo en la población y aportan el cuarenta y dos por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) en México.

En este orden de ideas de acuerdo con López y Lara (2017), las pymes activan la economía tanto familiar como del país, debido a que generan ingresos para sí mismas y en la zona donde se ubican, por ello la importancia hacia el país, y de ahí que resulte necesario que se instruyan acciones para contribuir a su establecimiento, crecimiento y trascendencia.

En este contexto han surgido diversas investigaciones que analizan las causas de las principales problemáticas y las deficiencias de las pymes para tener una mayor estabilidad y tiempo de vida en el mercado (Clark, et al., 2015) ya que hoy en día este tipo de empresas se enfrentan a una serie de

1 Auxiliar de Investigación, Centro Universitario Atlacomulco, Universidad Autónoma del Estado de México. Email: abecerrilg002@alumno.uaemex.mx.

2 Profesor-Investigador, Centro Universitario Atlacomulco, Universidad Autónoma del Estado de México. Email: zescamillas@uaemex.mx.

3 Profesor-Investigador, Centro Universitario Ecatepec, Universidad Autónoma del Estado de México. Email: croblesa@uaemex.mx.

problemáticas como son la falta de crecimiento (Molina y Sánchez, 2016) y de liquidez debido a una deficiente cobranza (Saavedra, Tapia y Aguilar, 2015; Saavedra, Tapia y Aguilar, 2016), así como intereses mayores por una deuda (Esparza, et al., 2010), las cuales deben superar para mantenerse vigentes, a pesar del alto índice de fracaso que tienen, considerado que el setenta y cinco por ciento de las nuevas empresas cierran a solo dos años de haber iniciado sus actividades (Cruz, et al., 2016), debido principalmente a una mala gestión financiera (Rodríguez, 2016; Saavedra y Camarena, 2017).

Por otra parte, Rodríguez (2016) enuncia que la gestión financiera en las pymes es indispensable dado que ayuda a la administración, planeación y el control de los recursos financieros que dan sostenibilidad, no obstante, de igual manera señala que también presentan una constante insolvencia y poca liquidez, debido al desconocimiento del propietario o encargado de cómo manejar de forma eficiente los recursos que se tiene. Ahora bien, en Saavedra, Tapia y Aguilar (2015) indican que la gestión financiera contempla distintos aspectos como son: creación de presupuestos, toma de decisiones, proyecciones financieras, financiamiento, destino del financiamiento y fuente de financiamiento. Mientras que, en Esparza, et al., (2010) consideran como variables de la gestión financiera al endeudamiento, rentabilidad económica, crecimiento, utilización de información contable y financiera y financiamiento.

En este sentido se expresa en Czarniewski (2016) que resulta fundamental que las pymes, reciban financiamiento para un desarrollo tanto económico como social, dado que generan un impacto económico positivo, así como un impacto social beneficioso, en razón de que crean puestos de trabajo propiciando mejoras en la calidad de vida. Por ello que el financiamiento es un condicionante para el desarrollo y consolidación de las pymes, no obstante, el acceso a éste es limitado, ya que varias investigaciones como la de Beck et al, (2005); Bebczuk y Haimovich (2007) y Bebczuk (2010) citadas en Martínez, et al. (2017), afirman que este tipo de empresas tienen más limitantes para acceder al financiamiento que las grandes empresas, debido a su naturaleza.

En cuanto a las investigaciones relacionadas con el estudio de la gestión financiera, se detectaron algunos trabajos; en Europa se localizó el trabajo de Intriago, et al., (2021), mientras en América se encontraron trabajos como el de Paredes, et al., (2019), y a su vez en Ecuador se aprecia el de Marcotrigiano (2013), en Venezuela se halla el trabajo de

Martínez, et al., (2017), mientras en Colombia está la de Lopera, et al., (2014). Por su parte en México se tienen trabajos como los de Oropeza y García (2013), Saavedra, Tapia y Aguilar (2016), Esparza et al., (2010), Gómez, García y Marín (2008) y Saavedra y Milla (2017) en los estados de Tabasco, Ciudad de México, Quintana Roo, Puebla y Querétaro respectivamente. Por tanto, es importante mencionar que para el Estado de México no en encontraron investigaciones de aproximación teórica o empírica y por ende mucho menos para la zona norte del Estado.

Como ya se mencionó en párrafos anteriores, la gestión financiera es un objeto de estudio de gran importancia, y si bien existen diversos estudios sobre gestión financiera en el mundo, en México la breve revisión realizada permitió detectar que existen pocos trabajos que se relacionan a este tópico, destacando investigaciones en los Estados de la república como son Tabasco, Ciudad de México, Quintana Roo, Puebla y Querétaro. Entonces, la necesidad de profundizar no solo en el país, sino en el contexto objeto de estudio seleccionado en la presente investigación debido a la importancia de mostrar más luz al conocimiento, sobre el análisis de la gestión financiera, pero sobre todo aquellas alternativas que están relacionadas con la gestión financiera en las pymes. Dado que estas representan el noventa y siete por ciento del total de las empresas, generando el setenta y nueve por ciento de empleo, aportando el cuarenta y dos por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) en México, por lo que se son creadoras de nuevas fuentes de empleo y contribuyentes del PIB y desarrollo económico y social del país.

En tanto, este trabajo tiene como objetivo principal plantear las bases teóricas y metodológicas para el análisis de la gestión financiera en las pymes de la zona norte del Estado de México. Partiendo de las variables extraídas de la revisión de la literatura que han sido abordadas recurrentemente en trabajos pioneros sobre gestión financiera y pymes, así como los indicadores de cada una de las ellas, la exposición de la hipótesis, el objetivo, el método, la población objeto de estudio, la muestra con la que se pretende trabajar, y la constitución del instrumento para la recolección de datos.

Desarrollo

Debido a que se considera la naturaleza de este trabajo como una aproximación teórica, donde sólo se muestra los planteamientos teóricos y metodológicos que permitirán llevar a cabo el análisis de la gestión finan-

ciera en las pymes de la zona norte del Estado de México, detectando así aquellas alternativas de financiamiento que utilizan estas empresas para su desarrollo y consolidación; primeramente se llevó a cabo la búsqueda sobre la temática objeto de estudio en algunas bases de datos, teniendo como eje de dicha búsqueda la gestión financiera en pymes. Como segundo momento, se centró en aquellos trabajos relacionados a dicha temática y, se extrajeron variables importantes que han sido medidas por un grupo de investigadores alrededor del mundo y en México.

Cabe mencionar que en el país las pymes mexicanas son consideradas la base de la economía nacional, dado que existen más de cuatro millones, que representa el noventa y siete por ciento del total de empresas, las cuales a su vez generan el setenta y nueve por ciento del empleo y aportan el cincuenta y dos por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), lo anterior de acuerdo con cifras del INEGI, por tanto, el análisis de la gestión financiera es crucial, ya que se considera un determinante para el desarrollo y la continuidad de las pymes, ofreciendo la posibilidad de que este tipo de empresas lleguen a ser grandes en el sector donde pudieran tener presencia.

Es así que se plantea la pregunta de investigación siguiente: ¿El análisis de la gestión financiera en las pymes de la zona norte del Estado de México permitirá detectar aquellas alternativas de financiamiento que utilizan para su desarrollo y consolidación?

Así mismo, los objetivos se estructuran de la siguiente manera: a) general: analizar la gestión financiera en las pymes de la zona norte del Estado de México para detectar aquellas alternativas de financiamiento que utilizan para su desarrollo y consolidación. b) específicos: uno, recabar información existente sobre la gestión financiera y el financiamiento, y como estos influyen en las pymes; dos, analizar y describir la relación de las variables independientes: financiación y utilización de información contable y financiera, que están asociadas a la gestión financiera; tres, establecer y explicar las relaciones que existen entre la variable dependiente, las variables independientes y la variable de control en la gestión financiera de las pymes de la zona norte del Estado de México.

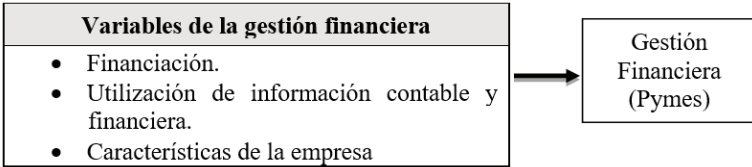
Por tanto, de todos estos argumentos mencionados se construye una hipótesis general, quedando planteada de la siguiente manera:

El análisis de la gestión financiera (financiación, utilización de información contable y financiera y características de la empresa) en las pymes

de la zona norte del Estado de México permite detectar aquellas alternativas de financiamiento que utilizan para su desarrollo y consolidación.

A manera de estructura de las variables que integran la hipótesis se muestra la figura 1.1.

Figura 1.1 Estructura de las variables de la hipótesis

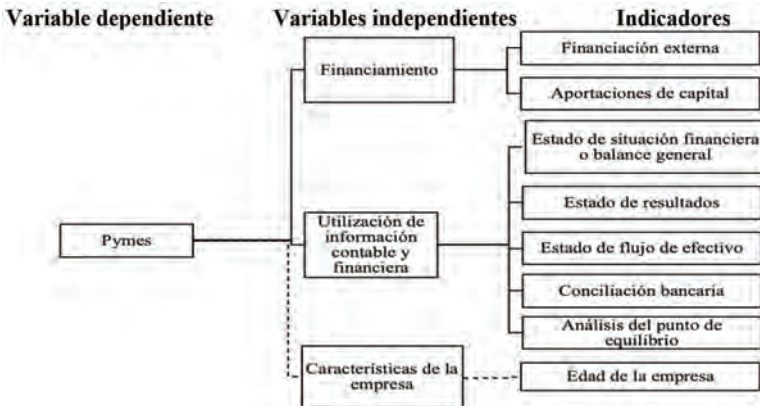


Fuente: Elaboración propia, 2021.

Plasmando una idea

En el siguiente diagrama se muestran las variables que se han seleccionado y que se consideran importantes para el análisis de los factores que influyen en la gestión financiera. Como variable dependiente se tiene a las pymes y, como variables independientes a los factores de financiación, utilización de información contable y financiera, y como variable de control a la edad de la empresa, tal como se presenta en la figura 1.2.

Figura 1.2 Diagrama de las variables de estudio



Fuente: Elaboración propia, 2021.

En este sentido a continuación, las tabla 1.1 y 1.2 muestra la definición conceptual y operacional de la variable dependiente pymes, las variables independientes de financiamiento, así como la variable utilización de información contable y financiera. De igual manera se presentan las variables de control características de la empresa, y cada uno de sus indicadores (financiación externa, aportaciones de capital, estado de situación financiera o balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo, conciliación bancaria, análisis del punto de equilibrio y la edad de la empresa).

Tabla 1.1 Matriz de congruencia de la variable dependiente

Variable dependiente	Definición conceptual	Definición operacional
PYME	Unidad económica que produce bienes y servicios, es de pequeña dimensión, con un número limitado de trabajadores y cobertura en el mercado normalmente dirigida por el dueño o una persona externa [20].	Aquellas empresas que, dadas sus características particulares, se encuentran en esta clasificación.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tabla 1.2 Matriz de congruencia de las variables independientes

Variables independientes	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Definición conceptual	Definición operacional
Financiamiento	Fondos o recursos económicos que las empresas requieren para desarrollarse, o bien, para continuar sus actividades, cuyo costo está representado por lo financiado y el interés respectivo [21].	Medición de la frecuencia en que se emplea el financiamiento por parte de las Pymes para el desarrollo de sus actividades.	Financiación externa	Forma de financiamiento que se obtiene por medio de préstamos o crédito en instituciones [13].	Determinación de la recurrencia al financiamiento externo por parte de las pymes, así como las instituciones a las que más recurren.
			Aportaciones de capital	Normalmente proveen de los accionistas o dueños, o del aplazamiento de pago a proveedores para poder capitalizarse, o en su caso ocupando el crédito bancario el tercer lugar [1].	Revisión de las opciones que tienen las pymes para capitalizarse, como son: recursos de sus dueños o accionistas, aplazamiento de pago a proveedores, o en su caso ocupando el crédito bancario el tercer lugar [1].
Utilización de información contable y financiera	Tipo de información que brinda a los encargados o dueños de las empresas datos sobre la situación que tiene la empresa en términos económicos y financieros [7].	Medición de la conveniencia de la información contable y financiera por parte de las Pymes para la toma de decisiones.	Estado de situación financiera o balance general	Presenta información relacionada con los recursos de la empresa, así como del financiamiento utilizado para obtener recursos económicos [16].	Revisar si el balance general ha sido elaborado en los últimos 6 meses por las pymes y si estos representan lo que sucede en la empresa.

Variables independientes	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Definición conceptual	Definición operacional
Utilización de información contable y financiera			Estado de resultados	Presenta el resultado de las operaciones realizadas en la empresa y la rentabilidad de las mismas. Asimismo, muestra cuanto se pagó y cobro por operaciones ordinarias o accesorias durante un periodo determinado [16].	Revisar si en las pymes llevan un control de los gastos e ingresos que tienen derivados de sus operaciones y/o actividades diarias.
			Estado de flujo de efectivo	Da a conocer el resultado de las operaciones realizadas en cobros y pagos en efectivo [16].	Revisar si en las pymes son mayores o menores los montos de cobro frente a los de pago.
			Conciliación bancaria	Permite contrastar y a su vez validar los saldos de la empresa en sus cuentas de ahorro o corriente [24].	Determinación de la frecuencia en que las pymes realizan o no conciliaciones bancarias y los beneficios quienes las realizarían.

Variables independientes	Definición conceptual	Definición operacional	Indicador	Definición conceptual	Definición operacional
Utilización de información contable y financiera			Análisis del punto de equilibrio		Punto en el cual las empresas aseguran su funcionamiento, a partir del equilibrio entre su situación financiera y la utilidad neta por las ventas [1].
Características de la empresa	Variables que controlan la operatividad administración y operación [22].	Aquello que caracteriza a una empresa en comparación con otras.	Edad de la empresa		Número de años transcurridos desde que inició operaciones las pymes.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Tipo de estudio

Se pretende que estos planteamientos integren cuatro alcances que puede tener un estudio de corte cuantitativo, es decir, de tipo exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo [25]. Por lo tanto, se desarrollará en un primer momento una investigación de tipo exploratoria porque se recaba la información que gira en torno al análisis de la gestión financiera, se identificarán conceptos tales como financiamiento, utilización de información contable y financiera y características de la empresa, así como los indicadores de financiación externa, aportaciones de capital, estado de situación financiera o balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo, conciliación bancaria, análisis del punto de equilibrio y edad de la empresa, todo esto mediante una exhaustiva revisión a las principales bases de datos de revistas científicas que la Universidad Autónoma del Estado de México tiene en su biblioteca digital y algunas otras de libre consulta.

Posteriormente para tener un alcance descriptivo se detallarán y medirán las variables dependientes que son financiamiento y utilización de información contable y financiera, e igualmente los indicadores de financiación externa, aportaciones de capital, estado de situación financiera o balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo, conciliación bancaria y análisis del punto de equilibrio en las pymes de la zona norte del Estado de México, a fin de caracterizar a cada una de las pymes de la muestra. Para dar respuesta a la pregunta de investigación que se planteó se llevará a cabo el estudio correlacional, así se conocerá la relación entre las variables seleccionadas. Consideramos que esta investigación va más allá del establecimiento de relaciones entre conceptos y variables, por lo que, en un último momento, se realizará un estudio explicativo, es decir, se explica la relación que tiene cada variable independiente en las pymes de acuerdo al estudio correlacional.

Población de estudio

En este contexto y para la presente investigación se pretende considerar como población a las pequeñas y medianas empresas del Estado de México, que de acuerdo a datos proporcionados por el Instituto de Información Estadística y Geográfica (IIEG) del año 2018, en el Estado de México existen un total de 3,955 empresas, de estas empresas 3,169 corresponden a pequeñas y 786 a medianas empresas.

Criterios de exclusión

De acuerdo con el enfoque de la investigación, las pequeñas y medianas empresas que se contemplaran como parte de la población serán las que se encuentren en las siguientes ubicaciones geográficas: Atlacomulco e Ixtlahuaca.

Tipo de muestreo

Muestreo aleatorio simple.

Selección de la muestra

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra se empleó una muestra probabilística bajo la fórmula de población finita, calculando un margen de error del 10%, un nivel de confianza del 95%, con un tamaño de la población de 3,955 y un 50% de heterogeneidad, se obtuvo un tamaño de muestra de 94 pymes (ver tabla 1.3).

Tabla 1.3 Cálculo de la muestra

Margen de error	10%
Nivel de confianza	95%
Tamaño de la población	3,955
Tamaño de la muestra	94

Fuente: Desarrollo propio con base a calculado-
ra de muestras en línea.

Con base en lo anterior, se establece la siguiente ficha muestral (ver tabla 1.4).

Tabla 1.4 Ficha muestral

Ámbito geográfico	Los municipios de Atlacomulco, Ixtlahuaca y Te- mascalcingo.
Población universo	Pequeñas y medianas empresas
Tamaño de universo	3,955
Método de aplicación	Google Forms
Método de muestreo	Muestreo probabilístico
Tamaño de la muestra	94

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Instrumento de medición

El instrumento de medición para la obtención de datos que se empleará es el cuestionario utilizado por Esparza, et al. (2010), el cual ha sido empleado y válido en el contexto mexicano. Por tanto, el instrumento está constituido por 8 planteamiento en 3 bloques, el bloque uno referente a características de la empresa está compuesto por 1 pregunta abierta, el bloque dos referentes a financiamiento está integrado por 2 planteamientos con escala de Likert de cinco posiciones, donde 1 es poco uso y 5 a mucho uso; y finalmente el bloque tres de información contable y financiera por 5 planteamientos con escala de Likert de cinco posiciones, donde 1 es ninguna utilización y 5 a mucha utilización. Cabe destacar que este instrumento se aplicará de manera electrónica por medio de un formulario en Google Forms y estará dirigido directamente a los gerentes de las empresas, considerando las características estructurales de las pequeñas y medianas empresas y la carencia de bases de datos económicas en México.

Trabajo a futuro

La presente investigación, pretende integrar los cuatro alcances que puede tener un estudio cuantitativo, es decir, de tipo exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo, por tanto, la primera fase considerada de tipo exploratoria, se construyó a partir de una exhaustiva revisión de la literatura extraída de las principales bases de datos de revistas científicas que la Universidad Autónoma del Estado de México tiene en su biblioteca digital y algunas otras de libre consulta.

Posteriormente para tener un alcance descriptivo se detallarán y medirán las variables dependientes que son financiamiento y utilización de información contable y financiera, e igualmente los indicadores de financiación externa, aportaciones de capital, estado de situación financiera o balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo, conciliación bancaria y análisis del punto de equilibrio en las pymes de la zona norte del Estado de México, esto para dar respuesta a la pregunta de investigación, para tal efecto se pretende llevar a cabo un estudio correlacional, así se conoce la relación entre las variables y se predice el análisis de la gestión financiera en las pymes de la zona norte del Estado de México. Es así como, esta investigación va más allá del establecimiento

de relaciones entre conceptos y variables, por lo que después de analizar la información se realizará un estudio explicativo, es decir, se explicará la influencia que tiene cada variable independiente en las pymes de acuerdo con el estudio correlacional.

Conclusiones

Partiendo del objetivo general trazado para este trabajo, el cual es plantear las bases teóricas y metodológicas para el análisis de la gestión financiera en las pymes de la zona norte del Estado de México, se concluye lo siguiente.

Los argumentos teóricos y metodológicos aquí mostrados se consideran puntuales y sólidos para dar inicio al análisis de la gestión financiera en las pymes de la zona norte del Estado de México, consideramos que esto ayudará a que este tipo de empresas formulen e implementen estrategias, que les permitan poder asegurar la sostenibilidad financiera, sin importar si son de nueva creación, o ya se encuentran establecidas en el mercado, dichas estrategias podrán ser una fuente generadora de ingresos y empleos contribuyendo al desarrollo económico de la zona donde se establezcan. Por tanto, se estimó que un trabajo de esta magnitud puede llenar el vacío de conocimiento que existe sobre el análisis de la gestión financiera de las pymes de la zona norte del Estado de México, y asimismo servir como base para futuros trabajos sobre el análisis de gestión financiera en las pequeñas y medianas empresas, a partir de indicadores de financiación externa, aportaciones de capital, estado de situación financiera o balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo, conciliación bancaria y análisis del punto de equilibrio.

Referencias

- BALZAN, D. (2017). Automatización de las conciliaciones bancarias. [Tesis, Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia]. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tda/172>
- CARDOZO, E., Velásquez, Y. y Rodríguez, C. (2012). Revisión de la definición de PYME en América Latina [Archivo PDF]. <http://oa.upm.es/19446/>
- CLARK, M., Villareal, L. y Padilla, H. (2015). Factores que inciden en la permanencia de las PyMEs en el municipio de Navojoa, Sonora. *Vinculatégica*, (1), 21-44. <http://eprints.uanl.mx/17010/>

- CRUZ, M., López E., Cruz, E. y Meneses, G. (2016). La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa [Archivo PDF]. http://www.ecorfan.org/actas/A_1/29.pdf
- CZARNIEWSKI, S. (2016). Small and Medium-Sized Enterprises in the Context of Innovation and Entrepreneurship in the Economy. *Polish Journal of Management Studies*, 13 (1), 30-38. <https://y-adda.icm.edu.pl/baztech/element/bwmeta1.element.baztech-88a49c6c-6da6-456d-b48b-c0a551bdf59a>
- ESPARZA, J., García, D. y Duréndez, G. (2010). Diferencias de gestión financiera entre empresas familiares y no familiares del sector turístico mexicano. *Actualidad Contable FACES*, 13 (20), 29-48. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25715828004.pdf>
- GÓMEZ, A., García, D. y Marín, S. (2008). La financiación de la PYME en Puebla (México): un estudio empírico. *Revista de la Facultad de Economía de la BUAP*, 13 (38-39), 59-80. <https://www.redalyc.org/pdf/376/37621035003.pdf>
- HERNÁNDEZ, R., Fernández, C. y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación (6ta Ed.). México: Mc Graw Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- INEGI. (2015). Resultados de la encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (ENAPROCE) 2015. <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2015/>
- INTRIAGO, M., Bravo, N. y Bravo, D. (2021). Una aproximación preliminar a la gestión de los recursos financieros de las pequeñas y medianas empresas del sector agrícola, *La Habana*, 15 (1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000100004
- LEÓN, E. y Saavedra, M. (2018). Fuentes de Financiamiento para las Mipyme en México. *Excelencia Administrativa Digital*, (44), 113-142. https://www.researchgate.net/publication/333728900_Fuentes_de_Financiamiento_para_las_MIPyMEs_en_Mexico
- LOPERA, J., Vélez, V. y Ocampo, L. (2014). Alternativas de Financiación para las MIPYMES en Colombia. *Adversia*, (14). <https://revistas.udea.edu.co/index.php/adversia/article/view/20900>
- LÓPEZ, A., y Lara, P. (2017). Financiamiento para PYMES en México. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/02/credito.html>
- MARCOTRIGIANO, L. (2013). Reflexiones acerca de la elaboración y presentación de estados financieros bajo ambiente VEN-NIF PYME.

- Actualidad Contable Faces*, 16 (26), 45-81. <https://www.redalyc.org/pdf/257/25728399004.pdf>
- MARTÍNEZ, L., Guercio, M., Corzo, L. y Vigier H. (2017). Determinantes del financiamiento externo de las PyMEs del MERCOSUR. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22 (80), 672-692. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/65472>
- MOLINA, D. y Sánchez A. (2016). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. *Revista PIB*, 4 (2), 21-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6353919>
- OROPEZA, W. y Garcia, J. (2013). La gestión financiera de las mipymes del sector comercio del Estado de Tabasco [Archivo PDF]. http://handbook.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/ECONOMICAS_6/Administracion_Financiera/34%20wvo%20ruiz.pdf
- PAREDES, C., Chicaiza, B. y Ronquillo, J. (2019) Análisis financiero en las empresas del sector servicios en Ecuador entre los años 2016-2017. *Revista de Investigación Sigma*, 6 (2), 85-95. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/1676>
- RODRÍGUEZ, P. (2016). Gestión Financiera en PyMES. *Revista Publicando*, 3 (8), 588-596. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833410>
- SAAVEDRA, M. y Camarena, M. (2017). La Gestión Financiera de las PYME en la Ciudad de México y su relación de la competitividad. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 71, 149-173. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/cont/article/view/332828>
- SAAVEDRA, M. y Milla, S. (2017). La competitividad de la Mipyme en el nivel micro: El caso de Querétaro, México. *En contexto*, 5 (7), 107-135. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5518/551857515008/index.html>
- SAAVEDRA, M., Tapia, B. y Aguilar A., M. (2015). Los Sistemas de Información y Gestión Financiera en las Pyme del Distrito Federal [Archivo PDF]. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xx/docs/1.11.pdf>
- SAAVEDRA, M.L., Tapia Sánchez, B. y Aguilar Anaya., M. (2016). La gestión financiera en las pymes del Distrito Federal, México. *Revista Perspectiva Empresarial*, 3 (2), 56-69. <https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/107>
- XIANG, D., Zhang, Y. & Worthington, A. (2020). Determinants of the use of Fintech Finance among Chinese small and medium-size enterprises. https://www.researchgate.net/publication/328085241_Determinants_of_the_Use_of_Fintech_Finance_among_Chinese_Small_and_Medium-Sized_Enterprises

Capítulo 2

El desempeño financiero entre empresas familiares y no familiares mexicanas cotizadas

JOSÉ LUIS ESPARZA AGUILAR¹
ARGENTINA SOTO MACIEL²

Introducción

En México, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2019), se estima que las grandes empresas constituyen el 0.2 % del total de unidades económicas del país, concentran la mayoría de los ingresos en un 47.8 % y generan más del 31.6 % de los empleos. De las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), el 90 % son de propiedad familiar (KPMG, 2016).

Desde una perspectiva financiera, las empresas familiares han sido estudiadas por diversos investigadores en diferentes partes del mundo (McConaughy, Walker, Henderson y Mishra, 1998; Carney y Gedajlovic, 2002; Anderson y Reeb, 2003; Astrachan y Shanker, 2003; Martínez, Stöhr y Quiroga, 2007; Allouche, Amann, Jaussaud y Kurashina, 2008; Lagos Cortés, Betancourt Ramírez y Gómez Betancourt, 2018; Watkins, 2018). En estos estudios se ha demostrado teórica y empíricamente que existen divergencias relacionadas con el desempeño entre las empresas familiares y las no familiares.

Las revisiones realizadas por Williams (2018) y González, Idrobo y Tabora (2019) donde analizan 338 y 61 trabajos sobre el desempeño de empresas familiares publicados en revistas revisadas por pares respectivamente, corroboran lo anterior. El desempeño financiero es una línea de investigación muy relevante dentro de las empresas familiares, debido a que estas empresas persiguen objetivos importantes como el cuidar los intereses que la familia mantiene en la empresa, originando una sinergia importante para su desarrollo competitivo y continuidad generacional

1 Profesor Investigador, Universidad de Quintana Roo, DCPE. Email: jlesparza@uqroo.edu.mx

2 Profesora Investigadora, Universidad Anáhuac, Facultad de Economía y Negocios. Email: argentina.soto@anahuac.mx

(Donckels y Frohlich, 1991; Carney y Gedalovic, 2002; Anderson y Reeb, 2003).

La mayoría de la literatura proviene de economías desarrolladas, como Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Dinamarca, Canadá, Japón o Taiwán (Amit y Villalonga, 2014). En consecuencia, las conclusiones no se pueden generalizar o comparar con otros países. Los trabajos se desarrollan en diferentes culturas, tipos de empresa, actividades económicas, indicadores de desempeño y tipos de análisis. Por ejemplo, los estudios en economías emergentes, donde prevalece la inestabilidad y los vacíos institucionales (Gedajlovic, Carney, Chrisman y Kellermanns (2012), son ausente y se carece de conocimiento al respecto (Barontini y Caprio, 2006; Driffield et al., 2007; Wiriyakitjar, 2010).

El presente trabajo se enmarca en la teoría de agencia, que desde su enfoque sugiere que las empresas familiares sufren menores costos de agencia debido a que la propiedad y la gestión están en poder de la familia (Jensen y Meckling, 1976; Fama, 1980; Fama y Jensen, 1983), lo que implica un mejor desempeño y asegurar la permanencia en el mercado de la empresa para la sucesión generacional.

Merece la pena mencionar que, en México debido a que se considera un país con economía emergente, existen pocos estudios empíricos relacionados con diferencias del desempeño financiero entre las empresas familiares y no familiares cotizadas. Con base en lo anterior, se ha planteado la siguiente pregunta de investigación: ¿existen diferencias significativas entre el desempeño financiero corporativo de las empresas familiares y no familiares cotizadas mexicanas?

El objetivo de este estudio consiste en analizar las principales diferencias en el desempeño financiero de las empresas familiares y no familiares cotizadas mexicanas, tomando en consideración indicadores financieros, tales como ROA, ROE, *Market-to-book* y Q de Tobin. Para esto, se ha realizado un estudio empírico de corte transversal con una muestra de 110 empresas que cotizaron en el mercado de capitales (acciones) durante 2018, integradas por 64 empresas familiares y 46 no familiares.

Esta investigación se ha organizado como sigue: primero, se presenta el marco teórico que argumenta este trabajo. En seguida, se describe la metodología de la investigación. Posteriormente, se proporcionan los resultados del análisis y finalmente, se presentan las principales conclusiones, aunando las limitaciones, implicaciones y futuras líneas de investigación.

Marco teórico

Teoría de agencia y empresa familiar

La teoría de la agencia representa un marco teórico capaz de analizar el comportamiento, las relaciones y el conflicto que surge por la forma en que se asignan los recursos financieros entre distintas partes interesadas de una empresa, es decir, los accionistas, los acreedores y los administradores (Jensen y Meckling, 1976). En las empresas familiares, los conflictos también pueden surgir por la forma de asignar el control y los beneficios privados específicos (Hart, 1995). Particularmente, trata sobre los factores subyacentes de conflicto, que surgen cuando una de las partes interesadas (el principal) delega la gestión de sus intereses, generalmente financieros, a otros actores (el agente) de la firma (Jensen y Meckling, 1976).

Desde este enfoque, los directivos externos a la familia tienen objetivos personales muy diferentes, ya que estos actúan de forma oportunista buscando satisfacer sus propios intereses, respecto a los que persiguen los propietarios de la empresa, de tal manera que a los directivos externos les interesa más el crecimiento que la rentabilidad (Fama, 1980; Howorth, Westhead y Wright, 2004; Maury, 2006). En este tenor, la naturaleza familiar de la empresa disminuye el problema de agencia entre el principal-agente (Fama y Jensen, 1983). En las empresas familiares la gestión debería ser más eficiente cuando existe relación laboral entre propietarios y directivos, de lo contrario habría problemas en el comportamiento oportunista del agente externo respecto al propietario y los costos que implica su supervisión (Cabrera-Suárez, De Saá-Pérez y García-Almeida, 2001).

La empresa familiar ha sido el principal motor de las economías en diversos países porque contribuyen en gran medida al producto interno bruto y en la generación de empleo (Anderson y Reeb, 2003; Astrachan y Shanker, 2003; IFERA, 2003; Lagos, Betancourt y Gómez, 2018; KPMG, 2016). La importancia de estas empresas se puede observar con cifras similares en diferentes contextos geográficos como, por ejemplo, de acuerdo con información de la *Family Business Network* en su informe *Family Business International Monitor*, en Europa las empresas familiares representan del total de empresas, el 91 % en Finlandia, 85 % en España, 83 % en Francia, 79 % en Alemania y Suecia, 73 % en Italia, 65 % en Reino Unido y 61 % en Holanda (FBN, 2008). En Estados Unidos las

empresas familiares representan el 60 % (Astrachan y Shanker, 2003). En Latinoamérica representan, de acuerdo con Tàpies (2011), en Argentina el 65 %, en Brasil el 90 %, en Chile el 75 % y, en Colombia el 46 % (Lagos Cortés, Betancourt Ramírez y Gómez Betancourt, 2018). En México, representan el 83 % (San Martín y Duran, 2017) y, específicamente en las empresas que cotizan en la BMV, más del 90 % tienen una notable representación familiar en el capital y en el control (KPMG, 2016).

Esta información ha mostrado la importancia que tienen estas empresas para las economías de los países, sin embargo, este tipo de empresas han sido estudiadas desde diversos tópicos, originando que exista divergencias en sus comportamientos. Esto lo confirman varios autores que definen a la empresa familiar (Villalonga y Amit, 2006; Miller, Le, Lester y Cannella, 2007), en donde la propiedad y el control de la empresa están en poder de la familia y la mayoría de los puestos de dirección son ocupados por los familiares y existe continuidad generacional (Sharma, Chrisman y Chua, 1997; Westhead y Cowling, 1997; Cromie, Dunn, Sproull y Chalmers, 2001; Chua, Chrisman y Sharma, 2003; Chua, Chrisman y Chang, 2004).

Esta divergencia de estudios implicaba que no hubiera un consenso de definición aprobado entre los investigadores e instituciones sobre la empresa familiar, a raíz de esto, fue aprobada una definición desde 2008 por el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF) y la *Family Business Network* (FBN). No obstante, los diversos estudios sobre empresa familiar en diversos países continúan definiendo este concepto sin que haya llegado a ser algo definitivo y aceptado internacionalmente.

Lo anterior, es confirmado por Molina, Botero y Montoya (2016), los cuales realizaron una búsqueda exhaustiva de estudios relacionados con la dinámica de la empresa familiar, a partir de diversas fuentes de consulta. Los resultados les permitieron concluir que el principal obstáculo para la investigación en empresas familiares es la propia definición de empresa familiar, y sugieren que esto podría solucionarse con una clara descripción y acuerdo internacional de los criterios utilizados para una adecuada definición.

El desempeño financiero y la empresa familiar

El desempeño financiero en las empresas es más fácil de medir, ya que es comúnmente evaluado mediante el uso de indicadores monetarios y económicos, como la rentabilidad y el crecimiento. A pesar de que se han

encontrado ventajas para usar algunas medidas de desempeño financiero, muchas de los investigadores han utilizado de manera constante exclusivamente indicadores financieros para medir el desempeño de la empresa. Lo anterior puede deberse a que esas medidas crean una base sólida para obtener buenos resultados sobre el desempeño financiero y el éxito empresarial, ya que se enfoca en generar beneficios y medir el crecimiento de la empresa.

El desempeño financiero de las empresas familiares ha sido estudiado por diversos investigadores en varios países (McConaughy, Walker, Henderson y Mishra, 1998; Carney y Gedajlovic, 2002; Anderson y Reeb, 2003; Martínez, Stöhr y Quiroga, 2007; Allouche, Amann, Jaussaud y Kurashina, 2008; Watkins, 2018).

Por lo anterior, es de gran relevancia para esta investigación mencionar el trabajo de Williams (2018), así como el de González, Idrobo y Taborborda (2019), donde analizan respectivamente 338 y 61 manuscritos que exploran el impacto del desempeño financiero en las empresas familiares. Los trabajos reúnen investigaciones que exploran diferentes variables de desempeño financiero (ROA, ROE y Q de Tobin), comprenden diversas definiciones de empresa familiar, así como varios métodos de estimación. Sin embargo, los resultados muestran una relación positiva entre las empresas familiares y el desempeño financiero.

En estos trabajos estudiados se utilizan alguna de las siguientes medidas financieras: ROI (Return on Investment o Rendimiento sobre la Inversión), ROE (Return on Equity o Rentabilidad Financiera), Q de Tobin (Rendimiento de Mercado), ROA (Return on Assets o Rendimiento Operativo), crecimiento de ventas o ganancias y ROS (Returns on Sales o Rendimiento sobre Ventas). Solamente en una pequeña proporción de ellos, las medidas financieras son multidimensionales. En esta perspectiva, Amit y Villalonga (2014) reconocen el uso frecuente del ROA y los indicadores Q de Tobin de manera individual o multidimensional. También destacan que el ROE, ROIC (Return on Invested Capital o Rendimiento del Capital Invertido) y ROI son utilizados con una menor frecuencia.

Lo anterior es consistente con otros estudios empíricos que encuentran el mismo efecto positivo bajo diferentes condiciones (McConaughy, Matthews y Fialko, 2001; Anderson y Reeb, 2003; Kotey, 2005; Laitinen, 2008; Watkins, 2018). En este sentido, McConaughy, Walker, Henderson y Mishra (1998) atribuyeron un mayor desempeño financiero

en cuanto a la rentabilidad operativa y el rendimiento de mercado en las empresas familiares debido al incentivo de la familia para maximizar el valor de la empresa y su interés en la propiedad.

Ante la divergencia geográfica, los trabajos muestran la misma tendencia, sin embargo, en la mayoría de los casos se tratan de economías desarrolladas. Para Anderson y Reeb (2003) estudiando empresas norteamericanas cotizando en el índice S&P 500, reportaron un mayor desempeño financiero en empresas de propiedad familiar que en las no familiares. En Japón, Allouche, Amann, Jaussaud y Kurashina (2008) y, Martínez, Stöhr y Quiroga (2007) en Chile, encontraron en sus respectivos estudios un efecto positivo entre la empresa familiar y el desempeño financiero medido mediante indicadores ROA, ROE y Q de Tobin. En Hong Kong, Carney y Gedajlovic (2002) en un estudio realizado con empresas familiares y no familiares, encontraron que las empresas familiares son más eficientes en el uso de recursos y más rentables que su contraparte, las no familiares. En México, Watkins (2018), en un estudio con 89 empresas familiares y no familiares que cotizaron en la BMV de 2002-2012, analizó el impacto que tiene la propiedad familiar en el desempeño corporativo y encontró que las empresas familiares tienen un mejor desempeño en cuanto a rentabilidad que las no familiares.

Otros autores como Maury (2006) y Lee (2006) encontraron un efecto positivo al examinar la propiedad familiar con diferentes indicadores como la rentabilidad, el empleo y las tasas de crecimiento de los ingresos. Oswald y Jahera (1991) y Harvey (1999) concluyeron que las empresas familiares muestran mayor interés en la propiedad y eso motiva a los miembros de la familia a tomar mejores decisiones financieras, también utilizan con mayor eficiencia los recursos, obteniendo mayores indicadores de rentabilidad que las empresas no familiares.

Con base en la revisión de la literatura previa que sustenta un mayor desempeño financiero en empresas familiares que en las no familiares, se proponen las siguientes hipótesis para el contexto mexicano:

H₁: Las empresas familiares tienen un mayor desempeño financiero medido a través del indicador ROA que las no familiares.

H₂: Las empresas familiares tienen un mayor desempeño financiero medido a través del indicador ROE que las no familiares.

H₃: Las empresas familiares tienen un mayor desempeño financiero medido a través del indicador *Market-to-book* que las no familiares.

H_4 : Las empresas familiares tienen un mayor desempeño financiero medido a través del indicador Q de *Tobin* que las no familiares.

Metodología

Selección de la muestra

El presente trabajo de investigación es de tipo exploratorio y descriptivo, realizado mediante un estudio de corte transversal con una muestra de 110 empresas familiares y no familiares que cotizaron en el mercado de capitales (acciones) de la BMV durante el año 2018. La fuente de datos utilizada para extraer la información financiera de las empresas fue *Economica*. Las entidades financieras y aquellas “sin fin de lucro” fueron excluidas por las características particulares de su información contable, así como las que dejaron de cotizar durante el periodo.

A la empresa familiar se le ha considerado cuando más del 50 % del capital accionario es propiedad de la familia o grupo familiar, los puestos gerenciales o de dirección son ocupados al menos por un representante de esa familia y existe continuidad para futuras generaciones. Las 110 empresas (de las cuales 64 son familiares y 46 no familiares) que componen la muestra final se presenta en la siguiente tabla 2.1.

Tabla 2.1 Muestra utilizada por sector económico y tipo de empresa

Sector	Empresa familiar	Empresa No familiar	Total
Industrial	13	5	18
Materiales	17	10	27
Productos de consumo frecuente	16	14	30
Salud	3	-	3
Servicios de telecomunicaciones	6	13	19
Servicios y bienes de consumo no básico	9	4	13
Total	64	46	110

Fuente: elaboración propia con base en información de la página electrónica de la BMV.

Variables

VARIABLE DEPENDIENTE

Empresa familiar. Se ha definido esta variable considerando diversos estudios que establecen algunas definiciones de empresa familiar (Villalonga y Amit, 2006; Miller, Le Lester y Cannella, 2007), en donde la propiedad y el control de la empresa se encuentran en poder de la familia y los principales puestos de dirección son ocupados por algunos de sus miembros (Cromie, Dunn, Sproull y Chalmers, 2001; Chua, Chrisman y Sharma, 2003; Chua, Chrisman y Chang, 2004; Soto, 2013). Por lo anterior, se ha construido una variable binaria que tiene valor 1 cuando la empresa es familiar y valor 0 en el caso contrario.

VARIABLES INDEPENDIENTES

Rentabilidad económica (ROA). Mide la eficacia de la empresa en la utilización de los recursos de capital, sin diferenciar entre recursos propios y ajenos. Se define dividiendo la utilidad de la empresa antes de gastos financieros e impuestos entre el activo total neto. Este indicador relaciona el beneficio que obtiene la empresa con la inversión, independientemente de su estructura financiera. Esta variable ha sido utilizada por otros autores (Anderson y Reeb, 2003; Villalonga y Amit, 2006; Martínez, Stöhr y Quiroga, 2007; López y Sánchez, 2007).

Rentabilidad financiera (ROE). Representa el rendimiento del capital invertido por los accionistas. En resumen, mide la rentabilidad neta obtenida por la empresa sobre su capital invertido. Esta variable ha sido utilizada en diversos estudios (Anderson y Reeb, 2003; Martínez, Stöhr y Quiroga, 2007).

Market-to-book. Esta variable se compone de la capitalización bursátil de la empresa entre el valor del capital neto en libros. Esta medida ha sido utilizada en otros estudios (Rehman y Shah, 2013; Pucheta-Martínez, 2015).

Q de Tobin. Representa el valor de mercado de la empresa dividido entre el valor de reposición de los activos de la empresa. Esta variable ha sido utilizada por diversos autores (Anderson y Reeb, 2003; Villalonga y Amit, 2006; Martínez, Stöhr y Quiroga, 2007).

Resultados

El presente trabajo se enfocó en realizar el análisis de los datos y la obtención de resultados mediante pruebas estadísticas no paramétricas y con el apoyo del programa SPSS. Según Hair, Anderson, Tatham y Black (2010), estas pruebas han demostrado ser muy eficientes para el análisis con muestras pequeñas y generalmente son aplicadas con mayor frecuencia en datos categóricos y ordinales, debido a que no son tan exigentes en los supuestos sobre la distribución normal. Por esto, y debido a que la variable “empresa familiar” es binaria y las variables de desempeño financiero son de tipo ordinal, la prueba adecuada a utilizar es la de diferencias de medias, aunque previamente se comprobó que estas variables siguieran una distribución normal. Para esto se ha realizado la prueba de Kolmogorov-Smirnov (Tabla 2.2).

Tabla 2.2 Prueba de Kolmogorov-Smirnov

Desempeño financiero	Z de Kolmogorov-Smirnov	Significación asintótica bilateral
ROA	1.490	0.024
ROE	1,729	0.005
Market-to-book	1.627	0.043
Q de Tobin	1.385	0.010

Fuente: elaboración propia.

Con los resultados obtenidos en la tabla 2, la prueba de Kolmogorov-Smirnov permite rechazar la hipótesis nula (nivel de significancia de $p < 0.05$) de que las variables de desempeño financiero siguen una distribución normal. Por lo tanto, resulta poco adecuado aplicar la prueba de diferencias de medias y, por consiguiente, se procedió con una prueba que no exigiera el supuesto de normalidad de los datos. En este sentido, se ha utilizado la prueba U de Mann-Whitney que es la más utilizada para contrastar asociaciones entre variables ordinales y no exige el supuesto de normalidad sobre sus correspondientes funciones de distribución (Tabla 2.3).

Tabla 2.3 Prueba de U Mann-Whitney

Desempeño financiero	U de Mann-Whitney	Significación asintótica bilateral
ROA	1043.000	0.009
ROE	1106.000	0.027
Market-to-book	993.500	0.004
Q de Tobin	1060.500	0.013

Nota: variable de agrupación Empresa familiar (1) y no familiar (0).

Fuente: elaboración propia.

La prueba de U Mann-Whitney corrobora la asociación entre variables a un nivel significativo ($p < 0.05$) e indica que el desempeño financiero corporativo medido a través de los cuatro indicadores estudiados, son factores que influyen de manera importante en la empresa familiar. Sin embargo, esta prueba no proporciona información en saber si las empresas que tienen menor o mayor desempeño financiero son las familiares o no familiares. Por consiguiente, para saber este sentido se han efectuado las siguientes pruebas estadísticas que son utilizadas con variables ordinales, el coeficiente Tau-c de Kendall y la correlación de Spearman (Tabla 2.4).

Tabla 2.4 Índices Tau-c de Kendall y Spearman

Desempeño financiero	Tau-c de Kendall	Significación aproximada	Correlación de Spearman	Significación aproximada
ROA	.284	0.009	.249	0.009
ROE	.242	0.029	.212	0.026
Market-to-book	.316	0.002	.278	0.003
Q de Tobin	.272	0.011	.239	0.012

Fuente: elaboración propia.

Tal y como lo muestra la tabla 2.4, es importante mencionar que los índices de Kendall y Spearman arrojaron datos positivos y estadísticamente significativos a un nivel de confianza total ($p < 0.05$). Lo anterior permite aceptar las hipótesis H_1 , H_2 , H_3 y H_4 las cuales establecen que las empresas familiares son las que tienen un mayor desempeño financiero medido a través del ROA, ROE, *Market-to-book* y Q de Tobin, respectivamente, en comparación con las empresas no familiares. Estos resultados son consistentes con diversos estudios que han demostrado que las empresas familiares tienen un mayor desempeño financiero que las no familiares

(McConaughy, Matthews y Fialko, 2001; Anderson y Reeb, 2003; Kotey, 2005; Maury, 2006; Lee, 2006; Laitinen, 2008; Watkins, 2018).

Conclusiones

El estudio de la empresa familiar en diversos países continúa siendo de gran interés y preocupación, dada su importante representatividad en las economías nacionales. La revisión de literatura permitió reconocer la pertinencia de comparar en los estudios a las empresas familiares de las no familiares. También destacó la existencia de trabajos realizados en economías desarrolladas contrariamente a aquellas en desarrollo. En México, es un área de investigación reciente, que aún se encuentra en desarrollo y está creciendo gracias a los trabajos de diversos investigadores (San Martín y Durán, 2016; Watkins, 2018; Esparza y Soto, 2019) por mencionar algunos de ellos recientes. Y puso en evidencia la dificultad de realizar generalizaciones o comparaciones, principalmente por la diversidad de indicadores movilizados para medir el desempeño, pero también por la diferencia en el tamaño de las empresas o sus actividades económicas.

Por ello, el presente trabajo evidencia las principales diferencias sobre el desempeño financiero corporativo entre las empresas familiares y no familiares que cotizaron en el mercado mexicano de capitales en 2018. Para ello, se establecieron las respectivas hipótesis de investigación, mismas que han sido comprobadas a través de la evidencia empírica que se obtuvo de diversos estudios relacionados con estas empresas y por medio de las pruebas estadísticas no paramétricas realizadas.

Es importante considerar que los indicadores contables como la rentabilidad económica (ROA) y la rentabilidad financiera (ROE), son utilizados para conocer el valor de las empresas en el corto plazo, mientras que las variables de mercado como el *Market-to-book* (MTB) y la Q de Tobin, representan el valor de la empresa a futuro o a más largo plazo. Por lo tanto, la combinación de los cuatro indicadores utilizados en este trabajo, pueden considerarse muy buena aproximación de desempeño financiero en la empresa familiar.

Los resultados obtenidos muestran que existe evidencia estadísticamente significativa para confirmar que el desempeño de las empresas familiares medido a través de los indicadores ROA, ROE, *Market-to-book* y Q de Tobin, es mayor que en las empresas no familiares, tal y como lo han corroborado diversos autores (McConaughy, Walker, Henderson y

Mishra, 1998; Anderson y Reeb, 2003; Allouche, Amann, Jaussaud y Kurashina, 2008; Martínez, Stöhr y Quiroga, 2007; Carney y Gedajlovic, 2002; Watkins, 2018).

El trabajo muestra originalidad al considerar a una economía emergente y al probar simultáneamente diferentes indicadores para medir el desempeño financiero entre las empresas familiares y no familiares.

Dentro de las limitaciones, se encuentra el estudio empírico realizado a una muestra de empresas que cotizaron en el mercado de capitales (acciones) específicamente en un periodo determinado, sin considerar otras empresas que por sus características contables y financieras se apegan a otras normas de información. En consecuencia, se propone como futura línea de investigación, realizar estudios con datos de panel para analizar el comportamiento de las variables financieras en un tiempo determinado, así como estudios con modelos de ecuaciones estructurales para determinar relaciones causales entre las variables.

Finalmente, este estudio contribuye con la literatura relacionada con el desempeño corporativo financiero de las empresas familiares cotizadas, en un mercado tan competitivo y en un país con una economía emergente. A las empresas familiares, para que establezcan mejores estrategias financieras y continúen generando utilidades para sus futuras generaciones. A la BMV, para que impulse con mayor fuerza la continuidad de estas empresas que se han desempeñado sanamente dentro del mercado accionario. A los profesionales, para acompañar a los responsables y familias empresarias en la profesionalización de las empresas familiares para que sean capaces de mejorar su desempeño. A las universidades, para que se dote de bases de datos a investigadores y estudiantes, a fin de que puedan realizar investigación en estos temas tan relevantes y actuales.

Referencias

- ALLOUCHE, J., Amann, B., Jaussaud, J. y Kurashina, T. (2008). The impact of family control on the performance and financial characteristics of family versus nonfamily businesses in Japan: A matched-pair investigation. *Family Business Review*, 21(4), 315-330. <https://doi.org/10.1177/08944865080210040104>
- AMIT, R., y Villalonga, B. (2014). Financial performance of family firms. *The Sage handbook of family business*, 157-178.

- ANDERSON, R. y Reeb, D. (2003). Founding-family ownership and firm performance: evidence from the S&P 500. *The Journal of Finance*, 58(3), 1301-1328. <https://doi.org/10.1111/1540-6261.00567>
- ASTRACHAN, J. H. y Shanker, M. C. (2003). Family businesses' contribution to the US economy: A closer look. *Family Business Review*, 16(3), 211-219. <https://doi.org/10.4337/9781847204394.00011>
- BARONTINI, R. y Caprio, L. (2006). The effect of family control on firm value and performance: Evidence from continental Europe. *European Financial Management*, 12(5), 689-723. <https://doi.org/10.1111/j.1468-036x.2006.00273.x>
- CABRERA-SUÁREZ, K., De Saá-Pérez, P. y García-Almeida, D. (2001). The succession process from a resource- and knowledge-based view of the family firm. *Family Business Review*, 14(1), 37-48. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2001.00037.x>
- CARNEY, M. y Gedajlovic, E. (2002). The coupling of ownership and control and the allocation of financial resources: evidence from Hong Kong. *Journal of Management Studies*, 39(1), 123-146. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00285>
- CHUA, J. H., Chrisman, J. J. y Chang, E. (2004). Are family firms born or made? An exploratory investigation. *Family Business Review*, 17(1), 37-55. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2004.00002.x>
- CHUA, J. H., Chrisman, J. J. y Sharma, P. (2003). Succession and non-succession concerns of family firms and agency relationship with non-family managers. *Family Business Review*, 16(2), 89-107. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2003.00089.x>
- CROMIE, S., Dunn, B., Sproull, A. y Chalmers, D. (2001). Small firms with a family focus in the Scottish Highlands and Islands. *The Irish Journal of Management*, 22(2), 45-66.
- DONCKELS, R. y Fröhlich, E. (1991). Are family businesses really different? European experiences from STRATOS. *Family Business Review*, 4(2), 149-160. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1991.00149.x>
- DRIFFIELD, N., Mahambare, V., y Pal, S. (2007). How does ownership structure affect capital structure and firm value? Recent evidence from East Asia. *Economics of Transition*, 15(3), 535-573. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0351.2007.00291.x>
- ESPARZA, J. y Soto, A. (2019). El gobierno corporativo y el riesgo de insolvencia en las empresas familiares mexicanas. *Contaduría y Administración*, 64(4), 1-19. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2234>

- FAMA, E. F. (1980). Agency problems and the theory of the firm. *Journal of Political Economy*, 88(2), 288-307. <http://doi.org/10.1017/cbo9780511817410.022>
- FAMA, E. F. y Jensen, M. (1983). Agency problems and residual claims. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325. <https://doi.org/10.2139/ssrn.94032>
- FAMILY Business Network (FBN), (2008). Family business international monitor. Lausana: *FBN International*. <https://www.fbnaia.org/web/wp-content/uploads/2011/pdf/Monitor2008.pdf>
- GEDAJLOVIC, E., Carney, M., Chrisman J. J. and Kellermanns, F. W. (2012). The adolescence of family firm research: Taking stock and planning for the future. *Journal of Management*, 38(4), 1-28. <https://doi.org/10.1177/0149206311429990>
- GONZÁLEZ, M., Idrobo, J. D. y Taborda, R. (2019). Family firms and financial performance: a meta-regression analysis. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*. 1-35. <https://doi.org/10.1108/arla-09-2018-0213>
- HAIR, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. I. y Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper saddle river, NJ: Prentice hall International Inc.
- HART, O. (1995). Corporate governance: some theory and implications. *The Economic Journal*, 105(430), 678-689. <https://doi.org/10.2307/2235027>
- HARVEY, S. J. (1999). Owner as manager, extended horizons and the family firm, *International Journal of the Economics of Business*, 6(1), 41-55. <https://doi.org/10.1080/13571519984304>
- HOWORTH, C., Westhead, P. y Wright, M. (2004). Buyouts, information asymmetry and the family management dyad. *Journal of Business Venturing*, 19(4), 509-534. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.04.002>
- IFERA, (2003). Family businesses dominate. *Family Business Review*, 16(4), 235-240. <https://doi.org/10.1177/08944865030160040201>
- INEGI, (2019). Censos Económicos 2019, Resultados oportunos, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, México.
- JENSEN, M. C. y Meckling, W. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Finance Economics*, 3(4), 305-360. <https://doi.org/10.2139/ssrn.94043>
- KOTEY, B. (2005). Goals, management practices, and performance of family SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 3-24. <https://doi.org/10.1108/13552550510580816>

- KPMG, (2016). Empresas familiares en México: el desafío de crecer, madurar y permanecer. KPMG de México.
- LAGOS Cortés, D., Betancourt Ramírez, J. y Gómez Betancourt, G. (2018). Relación entre gobierno corporativo, control familiar y desempeño en empresas colombianas. *Innovar*, 28(69), 85-98. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n69.71698>
- LAITINEN, E. (2008), Value drivers in finnish family-owned firms: profitability, growth and risk, *Int. J. Accounting and Finance*, 1(1), 1-41. <https://doi.org/10.1504/ijaf.2008.020235>
- LEE, J. (2006). Family firm performance: Further evidence. *Family Business Review*, 19(2), 103-114. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2006.00060.x>
- LÓPEZ-GRACIA, J. y Sánchez-Andújar, S. (2007). Financial structure of the family business: evidence from a group of small Spanish firms. *Family Business Review*, 20(4), 269-287. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2007.00094.x>
- MARTÍNEZ, J. I., Stöhr, B. S. y Quiroga, B. F. (2007). Family ownership and firm performance: Evidence from public companies in Chile. *Family Business Review*, 20(2), 83-94. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2007.00087.x>
- MAURY, B. (2006). Family ownership and firm performance: Empirical evidence from Western European corporations, *Journal of Corporate Finance*, 12(2), 321- 341. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2005.02.002>
- MCCONAUGHY, D. L., Matthews, C. H. y Fialko, A. S. (2001). Founding family controlled firms: Performance, risk, and value. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 31-49. <https://doi.org/10.1111/0447-2778.00004>
- MCCONAUGHY, D. L., Walker, M. C., Henderson, G. y Mishra, C. (1998). Founding family controlled firms: efficiency and value, *Review of Financial Economics*, 7(1), 1-19. [https://doi.org/10.1016/s1058-3300\(99\)80142-6](https://doi.org/10.1016/s1058-3300(99)80142-6)
- MILLER, D., Le Lester, R. y Cannella, A. (2007). Are family firms really superior performers?, *Journal of Corporate Finance*, 13(5), 829-858. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2007.03.004>
- MOLINA Parra, P. A., Botero Botero, S. y Montoya Monsalve, J. N. (2016). Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis. *Pensamiento & Gestión*, (41), 116-149.

- OSWALD, S. L. y Jahera, J. S. (1991). Research notes and communication. The influence of ownership on performance: an empirical study, *Strategic Management Journal*, 12(4), 321-326.
- PUCHETA-MARTÍNEZ, M. C. (2015). El papel del Consejo de Administración en la creación de valor en la empresa. *Revista de Contabilidad*, 18(2), 148-161. <https://doi.org/10.1016/j.rcsr.2014.05.004>
- REHMAN, A. y Shah, S. Z. A. (2013). Board independence, ownership structure and firm performance: Evidence from Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(3), 832-845.
- SAN Martín, J. M. y Durán, J. A. (2016). Sucesión y su relación con endeudamiento y desempeño en empresas familiares. *Contaduría y Administración*, 61(1), 41-57. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.005>
- SAN Martín, J. M. y Durán, J. A. (2017). Radiografía de la empresa familiar en México. UDLAP. <http://www.udlap.mx/empresasfamiliares/assets/files/radiografiaEmpresaFamMex.pdf>.
- SHARMA, P., Chrisman, J. y Chua, J. (1997). Strategic management of the family business: past research and future challenges. *Family Business Review*, 10(1), 1-35. <http://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1997.00001.x>
- SOTO, A. (2013). La empresa familiar en México situación actual de la investigación. *Contaduría y Administración*, 58(2), 135-171. [http://doi.org/10.1016/s0186-1042\(13\)71213-0](http://doi.org/10.1016/s0186-1042(13)71213-0)
- TÀPIES, J. (2011). Empresa familiar: un enfoque multidisciplinar. *Univerisia Business Review*, 4(32), 12-25.
- VILLALONGA, B. y Amit, R. (2006). How do family ownership, management and control affect firm value?, *Journal of Financial Economics*, 80(2), 385-417. <https://doi.org/10.2139/ssrn.556032>
- WATKINS, K. (2018). Desempeño financiero de empresas familiares vs. empresas no familiares en México. *Contaduría y Administración*, 63(2), 22. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1214>
- WESTHEAD, P. y Cowling, M. (1997). Performance contrasts between family and non-family unquoted companies in the UK, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 3(1), 30-52. doi.org/10.1108/13552559710170892
- WILLIAMS, R. (2018). Measuring family business performance: research trends and suggestions. *Journal of Family Business Management*, 8, 2, 146-168, <https://doi.org/10.1108/jfbm-12-2017-0047>
- WIRIYAKITJAR, R. (2010). Performance of family business and non family business companies listed on the stock exchange of Thailand.

Capítulo 3

El café de especialidad, alternativa de productividad en México

LUCIO SALDAÑA PORRAS¹

MARÍA ENRIQUETA CABALLERO GUILLAUMIN²

ILDEFONSO VÍCTOR MUÑOZ ROSAS³

Introducción

El café es uno de los productos más comercializados en el mundo, tan solo en México y Centroamérica se tuvo una producción de 20.7 millones de sacos para el ciclo 2019/20 de acuerdo con el informe anual (International Coffee Organization, 2020), sin tomar en cuenta a países como Brasil y Colombia y que es todavía un 4.6% más bajo que el ciclo anterior.

Estos datos proporcionan una idea de la dimensión potencial que tiene México para con el mercado internacional de café y más aún, tras la liberalización del sector de café tanto a nivel nacional como internacional en las últimas décadas en el comercio dentro de las Cadenas Globales de Valor o *GVC* por sus siglas en inglés, en la cual se ha visto un aumento considerable.

Aunado a esta situación y la necesidad de los productores de agregar valor y reducir el riesgo de caídas de precio generalizadas, la cadena del café se asocia cada vez más con la especialización y operaciones de alta eficiencia, así como duraderas y más estrechas relaciones entre los actores involucrados, además del nuevo papel de las empresas líderes en la Cadena de Valor de Café o *C-GVC* por sus siglas en inglés, y su proximidad en las relaciones con los proveedores han cambiado la gobernanza y el equilibrio de potencia en el sector de las tarifas y precios del café, abriendo nuevas oportunidades para que estos productores se actualicen, tengan acceso al mercado global, y adquieran conocimiento y tecnología para mejorar la calidad, sostenibilidad y rentabilidad de su producto.

1 Profesor-Investigador, Universidad Veracruzana. Email: luciosp2005@hotmail.com

2 Profesor-Investigador, Universidad Veracruzana. Email: ecaballero@uv.mx

3 Profesor-Investigador, Universidad Veracruzana. Email: ivmunozr@hotmail.com

Es gracias a este entorno económico y social que el café de especialidad, orgánico, o diferenciado surge como una alternativa del mejoramiento y aprovechamiento del cultivo de café provocándose no solo el incremento en la producción, sino en la productividad en México. Esta investigación tiene como objetivo contribuir al beneficio de todos los agentes involucrados en la cadena productiva del café que en la actualidad presenta una gran cantidad de barreras para su desarrollo, de tal manera que abordando producción y consumo del café en México, se puede determinar el punto de partida para una alternativa de producto de valor agregado como lo es el café mexicano de especialidad.

De igual forma, es de vital importancia conocer las nuevas tendencias de producción y demandas del mercado, por tanto, al no contar con la información necesaria para la puesta en marcha de proyectos de crecimiento y/o emprendimiento, el mercado se continuará estancando, desaprovechando el potencial del país para la producción de café para el mundo.

El café es el producto orgánico de mayor importancia en México, con una productividad de 860 mis toneladas de grano, ocupando el 11vo lugar de producción de café orgánico en el mundo, (Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero, 2020).

Ahora bien, en la actualidad y de acuerdo con (E. Figueroa, 2016, pág. 34), “los mayores productores de café del mundo se están convirtiendo en sus principales consumidores”, sugiriendo entonces que a medida que los ingresos aumentan, los consumidores y “las exigencias por productos de mayor calidad van reconfigurando los patrones del comercio global del café”.

Marco teórico

Detrás del café de especialidad hay muchas historias, muchos orígenes y muchas incursiones en su producción y distribución, sin embargo, el origen al término “café especial” de acuerdo con (SCA News, 2018), se acuñe a la noruega Erna Knutsen, quien lo instituyó por primera vez en la historia, era conocida en todo el mundo como la madrina del café de especialidad. Fue la primera en poner nombre al movimiento, acuñando el término «café de especialidad», y abogando incansablemente por los valores de la calidad, identidad y distinción del café. comenzó su trayectoria profesional en el café como secretaria en una empresa comercial cafetera, donde quedó fascinada por los «cafés especiales» que se comercializaban

aparte de los «cafés de consumo», más comerciales; llegando a establecer su propia base de clientes, fundando su propia empresa comercial cafetera, Knutsen Coffees, Ltd.

En un artículo de la revista (Fórum Cultural del Café, 2018) se narra cómo para los años 60's, el consumo de café instantáneo y comercial era una costumbre para el mercado americano principalmente. La historia de cómo Erna logró popularizar el café de especialidad fue su logro más grande, ya que si bien estos cafés o «lotes rotos» como los llamaban ya existían y se caracterizaban por ser cantidades menores a un contenedor (medida industrial) que tenían sabores diferentes y muy característicos, las empresas tostadoras no lo compraban al ser difícil de homogeneizar con el resto del café.

Con el paso del tiempo aquellos tostadores empezaron a identificarse mucho con los granos de Knutsen, puesto que poseían características únicas y eran muy bien recibidas por sus clientes. El negocio fue creciendo y Knutsen nombró aquellos lotes como “café especial” o café de especialidad (Fórum Cultural del Café, 2018).

Con el paso del tiempo, el café de especialidad ha evolucionado y perfeccionado cada vez más. En 1982 se crea la Specialty Coffee Association of America (SCAA), o Asociación Americana de Café de Especialidad con el objetivo de discutir y establecer estándares dentro del comercio internacional del café de especialidad. (Specialty Coffee Association, 2017).

De esta manera se comienza a institucionalizar y conceptualizar cada vez más lo que significa el café de especialidad, partiendo siempre de una estructura que sentará las bases de lo que sería dicho café, para entonces perfeccionarlo y/o sofisticar la cadena productiva de café.

Su evolución

A medida que la industria del café de especialidad evolucionó, también lo hizo el significado comúnmente entendido de café especial. Desde una perspectiva técnica, el café de especialidad ha llegado a denotar un grado específico de café que cumple con ciertos criterios como se describe en los estándares de café verde de la Asociación de Cafés Especiales (SCA).

De acuerdo con (Turer, 2021) en el contexto minorista o de tostado, el término ha adquirido otro significado. Estos criterios están abiertos a la interpretación y carecen de una definición ampliamente aceptada, por lo que pueden ser poco claros tanto para los consumidores como para los

profesionales de la industria. Sin embargo, si bien puede haber expectativas o incluso parámetros predeterminados dentro de nuestra industria, el concepto de especialidad ha seguido evolucionando.

Así entonces, el principal atributo del café de especialidad es su calidad, y la calidad del café verde de acuerdo con (Turer, 2021) “tiene una historia dinámica y complicada”. Antes de finales de la década de 1990, cada país productor estableció sus propias normas y creó su propia terminología. A principios de la década de 2000, la Specialty Coffee Association of America (SCAA), que en su mayoría estaba compuesta por tostadores de café artesanal con sede en los Estados Unidos en ese momento, había desarrollado estándares técnicos para la medición e identificación de café de calidad especial.

La SCAA, ahora la SCA, y el Instituto de Calidad del Café (CQI) abordaron una creciente necesidad de estándares y protocolos en una industria del café en expansión. Al establecer un conjunto común de términos y definiciones, los empacadores, tanto en el lado productor como en el consumidor de la industria, pudieron referirse a los métodos prescritos de evaluación del café verde con el fin de identificar su calificación de calidad. Las clases educativas especializadas y un programa de certificación profesional de varios niveles fueron conceptualizados y establecidos durante este tiempo, abordando la capacitación para la evaluación del café y la identificación de la calidad.

Ahora bien, para evaluar e identificar la calidad del café, la SCA, así como los países productores y las bolsas de productos básicos, todos tienen métodos de prueba y protocolos a seguir para medir el café verde según sus propios requisitos individuales. Estos fueron métodos prescritos para asegurar la consistencia en la evaluación y la determinación de la calidad, sin embargo, cada uno era (y sigue siendo) diferente.

Los compradores de café necesitan entender muchas escalas diferentes y términos específicos del origen. Para evitar confusiones, el requisito de calidad debe ser parte de la negociación de compra e incluirse en el contrato de café verde. La inclusión de las escalas que se utilizarán para la determinación de la calidad proporciona claridad al productor para las expectativas del comprador y cómo se juzgará el café.

En un artículo de Ric Rhinehart para la SCAA en junio de 2009, se propone dos términos para entender el papel que juegan todos los implicados en la cadena de producción y elaboración del café: potencial y conservación. Definiendo el potencial como “aquello que esconde cada grano

de café como promesa de una deliciosa experiencia gustativa”. (Specialty Coffee Association, 2017).

El segundo término, refiere a la conservación desde el punto de vista de todos aquellos actores que no están directamente involucrados en la manipulación del café, y que implica recogerlo en su momento adecuado, almacenarlo y transportarlo con cuidado de que esto no perjudique el café, hasta el empaquetado y molienda. (Specialty Coffee Association, 2017).

Con estos dos puntos se puede percibir el concepto de café de especialidad como aquel café con el potencial de generar una experiencia degustativa muy característica y por tanto especial, Por tanto, cuando se habla de café de especialidad, no se está hablando de un café en particular, sino más bien de toda la cadena de valor involucrada en el proceso de tal manera si uno de los elementos falla, no importando si se haya sembrado de manera excelente y con los cuidados necesarios, todo el proceso será en vano. El café de especialidad involucra el trabajo y esfuerzo de una cadena productiva muy sencilla, pero a su vez muy compleja y de mucha responsabilidad en cada uno de sus procesos puede ser un acierto o un fracaso rotundo.

En un primer momento un café destinado a ser café de especialidad estudia la geografía del lugar. De acuerdo con Steven Macatonia, cofundador de «Union Hand-Roasted» en una entrevista para (foodism, 2018, p.1), la geografía del lugar juega un papel decisivo para la producción de un café.

Conocer la variedad de café que se va a sembrar, es el punto de partida para la producción de un buen café, ya que con base a ello se determinará si es un café que requiere mayor o menor altitud, el clima adecuado y el tipo de suelo que debe existir. (foodism, 2018, p.2). Los cafés de especialidad tienden explotar en gran medida los beneficios de la geografía en donde se encuentran, por ejemplo, de acuerdo con (Ossenblok, 2018, p.32) los cafés cultivados a mayores altitudes se caracterizan por sabores cítricos con mayores niveles de acidez, por otro lado, a menores altitudes son característicos los sabores a frutos secos con menor acidez.

De acuerdo con (Ossenblok, 2018, p.37) comenta que cada origen se caracteriza por un tipo de suelo, una altura y una cantidad de sol y lluvia al año. Esto determina en parte el método cosechado, procesado y almacenaje que hay que usar. Todo esto va a definir la calidad del sabor del café y la complejidad de los diferentes aromas que este puede tener.

De acuerdo con (PerfectDailyGrind, 2017, p.1), la maceración carbónica utiliza el tipo de fermentación que se usa para el vino, en donde se introduce la cereza del café en tanques de acero inoxidable, para después ser presurizados e inyectar dióxido de carbono con el objetivo de aislar el café del oxígeno y producir la fermentación esperada. Dicho proceso, señala Sasa Sestic (PerfectDailyGrind, 2017, p.2) impacta en la taza de café resultando en un “cuerpo más suave, una acidez compleja y un perfil de sabor más refinado”.

De acuerdo con (The Specialty Coffee Company, 2021) en los Estados Unidos, el café especial se ha extendido por todo el país, ya que las compañías especializadas como Stumptown y Blue Bottle se vuelven tan conocidas como sus contrapartes más comerciales. El consumo diario de café especial en Estados Unidos ha aumentado del 9% en 1999 al 34% en 2014.

Mientras tanto, en el Reino Unido, un informe reciente de (Allegra World Coffee Portal's, 2021) predice que el mercado de especialidad está programado para un crecimiento interanual del 13% superior al 10% previsto para el mercado en su conjunto. El resultado de la creciente popularidad de los cafés especiales se refleja en las cadenas de la calle principal, ya que Starbucks y Costa continúan introduciendo cafés de un solo origen edición limitada en marcado contraste con sus tostados muy oscuros o mezclas de alto contenido robusta.

El concepto de especialidad

Para determinar la calidad intrínseca del café, existen varias instituciones locales e internacionales, cada una con su sistema de cata y clasificación. La organización CQI, o Coffee Quality Institute es la más reconocida a nivel mundial dentro del sector de cafés de especialidad.

De acuerdo con el estándar (Specialty Coffee Association, 2021), el café de grado especial se puede definir como que tiene cero defectos de categoría 1 y cinco o menos defectos de categoría 2 en una muestra de 350 gramos. La puntuación de ahuecamiento requiere que el café esté libre de manchas y fallas; presente como uniforme, limpio y dulce; con una puntuación total de 80 o más utilizando el formulario de ahuecamiento SCA arábica.

De acuerdo con (Ossenblok, 2018) catador y formador «Q Grader» en su libro “Al grano” enuncia que, para poder determinar la calidad del

café y poder clasificarlo los catadores con certificación «Q Grader» realizan calibraciones y exámenes exhaustivos. Dentro de los lineamientos de estos exámenes se encuentran tres áreas: análisis del café verde, análisis de café tostado, y análisis sensorial por medio de una cata.

Los cafés que superan con éxito este estricto control de calidad y obtiene más de 80 puntos sobre 100 reciben el nombre de «café de especialidad». Sin embargo, para obtener la certificación oficial «Q Coffee», estos cafés tienen que ser clasificados como tal por al menos 3 catadores «Q Grader» independientes. Así se garantiza que el lote es un verdadero café de especialidad, y se vende a precios más elevados en el mercado.

Sin embargo, la Asociación de Café Verde (GCA) establece el cronograma de defectos utilizados por el Intercambio Inter Continental (ICE) para evaluar e identificar cafés para ser certificados para un contrato de Café “C”. El café certificado para el contrato de café “C” normalmente no alcanzará el estándar de ahuecamiento o clasificación para el café especial y comúnmente se llama “café de grado de intercambio”.

No todos los orígenes son aceptados. Los siguientes son orígenes licitables para el contrato de Café “C” con una base de ocho imperfecciones completas, con un máximo permitido de 15 imperfecciones completas por debajo de la base para un total de 23 imperfecciones (defectos completos): Guatemala, El Salvador, México, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Kenia, Tanzania, Uganda, Papúa en Nueva Guinea, Perú, Venezuela, República Dominicana, Burundi, Ecuador, India, Ruanda, Brasil y Panamá, para Colombia es un origen licitable para el contrato “C” de Café con una base de 13 imperfecciones completas y un máximo permisible de 10 imperfecciones completas por debajo de la base para un total de 23 imperfecciones (defectos completos).

Ahora bien, de acuerdo con (Turer, 2021) basado en el entendimiento común del término “especialidad” en el siglo pasado antes de que los estándares SCA fueran adoptados por la industria, solo el café verde que era SHB o Strictly High Grown (SHG) tenía la oportunidad de calificar para esta distinción informal de calidad de especialidad debido a su calidad de taza superior. Para obtener la designación “estrictamente”, los cafés necesitaban una mayor calidad de la taza asociada con una mayor densidad y un desarrollo más lento a grandes altitudes. La medición de altitud real para obtener el título, y lo que se entendía como café especial, era un objetivo móvil de un país a otro y de un exportador a otro, y ciertamente de una cosecha a otra en función del perfil sensorial real del café.

Para una comparación más a fondo, a continuación, se presentan las determinaciones de calidad para Brasil y Colombia. Otros países tienen diferentes escalas de clasificación que son únicas para ellos.

Brasil

Al igual que otros países productores, Brasil desarrolló sus propias normas y terminología para la evaluación e identificación de la calidad del café. Tradicionalmente, los brasileños buscan café limpio y dulce, con la ausencia de defectos de sabor, y por lo tanto se utiliza un tostado de ahuecamiento muy ligero.

Colombia

Colombia recientemente pasó de un grado de especialidad designado y un grado comercial a simplemente un nivel de calidad mínimo para la calificación de Excelso requerida para la exportación, la calidad comercial era la calidad mínima permitida para recibir la designación Excelso, que significa café de calidad de exportación.

De acuerdo con (Turer, 2021) las normas colombianas fueron revisadas recientemente. Según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC), el estándar Excelso no es más de 24 defectos completos en una muestra de 500 gramos y 95 por ciento por encima de la pantalla 14. El término Excelso todavía denota calidad de exportación, y esta calidad mínima se requiere para que el café sea designado como “100 por ciento colombiano” y use el logotipo de Juan Valdez. El café que no cumple con el nuevo estándar para Excelso puede ser exportado por acuerdo entre el comprador y el vendedor de café verde y sólo puede ser identificado como “producto de Colombia”.

Así entonces, según (Turer, 2021) la proliferación de certificaciones profesionales, junto con los deseos individuales y de las empresas de establecer un punto de diferenciación, ha dado lugar a la comercialización y la publicidad exaltando las virtudes de su experiencia y la calidad del café. Sin embargo, debe haber una diferencia y una razón para las altas primas en la cadena de suministro y para las bebidas servidas en los lugares de venta al por menor.

Sobre la misma línea, (Ossenblok, Al Grano, 2018) establece que esto ha llevado a muchos a creer que “la designación de especialidad se establece solo en el sabor”, como resultado, algunos profesionales del café han cuestionado la puntuación mínima de ahuecamiento requerida para

alcanzar el estatus de especialidad y han propuesto aumentar los estándares mínimos a una puntuación de ahuecamiento más alta como punto de diferenciación, o debido a un malentendido.

Aclarar la terminología ayuda a eliminar malentendidos y desinformación, proporcionando una oportunidad para aumentar el valor del producto a lo largo de la cadena de suministro de la finca a la taza, así también para delimitar los alcances y procesos que involucra el café de especialidad.

El proceso del café de especialidad

Por otro lado, para acentuar técnicamente el concepto de café de especialidad, es necesario definir aquel café que no es de especialidad. Para (Ossenblok, Al Grano, 2018, p.46), la mayoría del café comercial que se produce en el mundo es de una calidad media o baja. Lo cual quiere decir que tiene muchos defectos e inconsistencias en su producción y selección. Como la calidad depende de un secado homogéneo, el «café de volumen» suele tener más defectos, estos cafés se usan para fabricar el café premolido del supermercado, el café soluble y el descafeinado de tal manera que el café comercial de mayor calidad o «gourmet» está dirigido al mercado del consumo «en grano», como el sector de la gastronomía; de esta manera es que una de las características más comunes en los cafés comerciales es que al ser «cafés de volumen» la demanda es muy alta, y para dar abasto a esta, el café es exportado de diferentes fincas y regiones. (Ossenblok, Al Grano, 2018, p.46).

Ahora bien, de acuerdo con (Perfect Daily Grind, 2016) se requiere un trabajo exhaustivo para producir un micro lote de café de especialidad de alta calidad. Partiendo desde los fertilizantes hasta la cantidad de sombra, y hasta la altura a la cual se encuentran las variedades sembradas en caja micro lote lo que hace que se genere un efecto en la calidad del café. Pero el esfuerzo no termina una vez decidido qué plantar, en dónde y cómo; se requiere de constante atención al detalle a lo largo de todo el proceso para producir un café de especialidad.

Recolección

En el ámbito de «café volumen» o «café comercial» a los recolectores se les pide que recojan todo tipo de cerezas, verdes, amarillas, rojas y hasta

negras. Se trata principalmente de cantidad más que de calidad, ya que el café se vende habitualmente como un producto básico en lugar de un lujo o una experiencia degustativa, con un modelo de negocio como este, entre más se recolecta, mayor es el pago.

Ahora con la llamada tercera ola del café, las cosas están cambiando, por ejemplo, los caficultores de las fincas de café de especialidad son capacitados para recolectar únicamente las cerezas rojas esto es relevante ya que una cereza inmadura o sobre madura tiende a generar un sabor astringente o amargo, lo cual para una finca es difícil de hacer una transición de café comercial a café de especialidad puesto que tradicionalmente han obtenido su pago por el peso de las cerezas. Aún así, ocasionalmente quedan en la recolección algunas cerezas inmaduras o sobre maduras, así que en algunas fincas van un paso más allá, haciendo una selección manual de las cerezas que se recolectan en el día para separar las que no son aptas. Asegurándose de que sólo las más maduras y mejores cerezas pasen a la despulpadora.

Descascarado

Luego de que las cerezas han pasado por la despulpadora y han sido secadas hasta alcanzar su punto óptimo de humedad, se pasa al descascarado; momento en el que se aplica el segundo control de calidad.

Los granos de pergamino con defectos visibles se escogen a mano y luego se depositan en una montaña de pasilla. La *pasilla* son los granos defectuosos que infortunadamente se venden aún en el mercado, en lo que normalmente se encuentra en los cafés comerciales y es a lo que la mayoría de los consumidores de café toman a diario.

Grano Verde

Luego de que los granos son descascarados, quedan en su estado final antes del tueste. Y nuevamente pasan por un punto de control de calidad. El pergamino como en el caso de la pulpa también puede esconder algunos defectos. Según el criterio de la SCAA (Specialty Coffee Association of America por sus siglas en inglés), el café de especialidad debe tener cero defectos. Así que es crucial deshacerse de cualquier grano defectuoso.

Tradicionalmente el último punto de control de calidad se realiza a mano. Hoy en día existen máquinas que pueden hacer el mismo trabajo. Por otra parte, la selección a mano es el método ideal porque brinda em-

pleo a las comunidades locales, sin embargo, no es siempre el método más eficiente en especial para los grandes volúmenes.

Tostado

En este momento, el proceso relacionado con la finca ya se ha terminado y los granos libres de defectos y llenos de sabor están listos para ser tostados.

Ahora bien, durante este proceso los granos de café se someten a un proceso de tostado bajo temperaturas variables, pero en el mayor de los casos de más de 200 grados centígrados con el objetivo de solubilizar el café y poder extraer más fácilmente todos sus atributos. La persona a cargo de este proceso es conocido como maestro tostador y es aquel que deberá en un primer momento conocer todas las especificaciones del café a tostar, altura, variedad, proceso o beneficio entre otros para entonces poder aplicar los conocimientos sobre tueste sobre estos granos.

En el proceso de tueste existen tres principales variedades, la primera es el tostado ligero el cual se utiliza principalmente para cafés de filtrados y de altura por sus atributos cítricos y florales. Existe también el tueste medio, que busca un balance de los atributos de los cafés y de los procesos de beneficio, siendo mayormente utilizados también para métodos filtrados. Ahora bien, dentro del último tipo de tueste hay una subdivisión importante y es el tueste oscuro o *dark*. Un tueste oscuro va enfocado a cafés tipo *espresso* o con métodos de preparación de extracciones cortas en donde el café estará muy poco tiempo en contacto con el agua y se necesita mayor nivel de solubilidad para poder ser extraído correctamente, sin embargo los tuestes tipo *dark* son muy utilizados para cafés comerciales y de volumen, principalmente porque al ser sometidos a temperaturas mayormente elevadas pueden erradicar gran parte de los defectos de una mezcla de café pero con una penalización considerable para los atributos del café.

Metodología

Este artículo de investigación forma parte de un plan diseñado para los productores del café en la zona centro del Estado de Veracruz, el cual tienen actualmente problemas de comercialización, por lo que primeramente se hace el estudio teórico propio y característico de las condiciones

homogéneas que prevalecen con la situación del café, las referencias bibliográficas y de investigación se analizan bajo la captación de información teórica que van a incidir en la detección de las principales variables dependientes e independientes y que serán aplicadas en una segunda etapa de este plan con la participación de productores, pequeños, medianos y grandes empresarios cafetaleros en esta zona centro de Veracruz misma que destaca en su producción nacional; el diagnóstico referencial se re-actualizará con la opinión de los principales involucrados en el plan.

Resultados

El café en México es un cultivo tradicional y estratégico, con una historia de más de doscientos años de formar parte de la agricultura del país. La producción de café es una de las fuentes generadoras de empleos y divisas para el país, así como para el cuidado de la biodiversidad de ecosistemas. Su importancia en la economía del país lo hace pieza fundamental dentro del desarrollo de programas en beneficio de la agricultura mexicana.

Es gracias a la importancia económica y social del café en México y el mundo que resulta imperante el mejoramiento de la organización de los productores, mayor involucramiento por parte de las dependencias gubernamentales federales, estatales y municipales, investigadores e instituciones, fabricantes de equipo y desarrollo tecnológico, así como la cooperación de empresas del sector privado para la introducción de la producción mexicana en mercados nacionales e internacionales, así también del desarrollo de mejores tecnologías que contribuyan al crecimiento del sector.

México, al igual que en casi cualquier proceso que involucre a la agricultura el potencial es incalculable, se cuenta con una variedad de climas, tipos de suelo, altitudes y sobre todo con la experiencia de aquellos trabajadores del campo que generación tras generación han cultivado para México y el mundo.

El café no es la excepción, en México el café se debe considerar como una actividad estratégica fundamental, debido a que permite la integración de cadenas productivas, la generación de divisas y empleos, el modo de subsistencia de muchos pequeños productores y alrededor de 30 grupos indígenas, inclusive de importante relevancia ecológica, pues provee de acuerdo con el reporte y diagnóstico de (CEDRSA, 2018) de servicios ambientales a la sociedad ya que el 90% de la superficie cultivada con

café se encuentra bajo sombra diversificada, que contribuye a conservar la biodiversidad.

Actualmente, el estado de Chiapas es el que más aporta a la producción nacional de café, luego le siguen Veracruz, Puebla y Oaxaca. De esta forma, existen 504 mil municipios productores que cultivan café en 15 entidades federativas y 480 municipios de acuerdo con (CEDRSSA, 2020, pág. 2).

De acuerdo con los reportes de (SIAP, 2019), los principales productores medido en sacos de café son los estados de Chiapas con 1,675,115; Veracruz con 1,029,374; Oaxaca con 481,548 y Puebla con 307,731 sacos de café, es decir entre el estado de Chiapas y Veracruz producen el 70 por ciento de la producción nacional.

La producción 2019 fue de 4.2 millones de sacos (60kg cada saco), de donde la exportación del café equivale a 3 millones 374 mil sacos, con un valor en el mercado externo de 648,575.46 mmd y 826 mil sacos son para consumo interno, reportándose un consumo de 1.4kg per cápita.

De acuerdo con (CEDRSSA, 2019) durante el ciclo cafetalero 2017/2018 se destinaron 712,015 hectáreas al cultivo del café, de las cuales se cosecharon 629,798 hectáreas. El 94.1 por ciento de la producción se ubica en cinco entidades del país siendo la caficultura una actividad predominante gracias a los volúmenes de producción logrados por sus condiciones geográficas y climáticas; los estados como Chiapas aporta 41.3 por ciento, Veracruz el 24.4 por ciento, Puebla el 15.8 por ciento, Oaxaca 8.2 por ciento, Guerrero el 4.5 por ciento y otros estados solo participan con 5.9 por ciento de la producción nacional. Aproximadamente el 96 por ciento del café producido en el país es de variedad arábica, mientras que el 4 por ciento es robusta. Además cabe subrayar que el 3.2 por ciento de la superficie cultivada en café es orgánico.

De acuerdo con (CEDRSSA, 2019) durante el ciclo 2017/2018 la producción del café cereza se ubicó en 860 millones de toneladas, que representó un incremento de 2.9 por ciento respecto al año anterior, aunado a que durante el ciclo 2015/2016 se registró una disminución en la producción de este grano, sin embargo, durante los últimos años, la producción de café cereza se redujo a una tasa promedio anual de 4.7 por ciento. En años recientes, la presencia de la roya del café en las entidades productoras es el principal factor que explica la reducción en la cosecha nacional del café.

Conclusiones

De acuerdo con la información del (USDA, 2019), el consumo de café en México creció a una tasa promedio anual de 1.1 por ciento entre los ciclos comerciales 2017/18 y 2018/19. Así, se ubicó en este último ciclo en 2.66 millones de sacos de 60kg, en volumen equivalente en café verde. El 61.6 por ciento del consumo correspondió a su forma de café soluble y 38,4 por ciento como café tostado y molido.

De acuerdo con (USDA, 2019), el consumo en México en 2018/19 representó 69.9 por ciento de la producción nacional. Para el ciclo 2019/20 proyecta un crecimiento anual en el consumo nacional de café de 1.9 por ciento.

Por otro lado, en un reporte de (FIRA, 2019, pág. 18) el consumo de café en México es bajo en comparación con otros países; sin embargo, en los últimos años el consumo per cápita mantiene ligera tendencia creciente. En los años recientes se ha ubicado entre 1.3 y 1.5 kilogramos por persona al año.

(FIRA, 2019) afirma que el consumo se ha incrementado debido principalmente a la promoción que ha tenido esta bebida y al creciente número de cafeterías en el país. El consumo de café soluble es el más importante y es más popular entre los consumidores con menores ingresos, aunque para el café tostado son cada vez más las opciones de consumo debido a un mayor número de puntos de venta. Asimismo, el sector de cafés de especialidad continúa atrayendo consumidores con alto poder de compra.

De acuerdo con (Euromonitor Consulting, 2017) en un estudio desarrollado por la AMECAFE en México se identificaron 4 tendencias de consumo.

La primera hace referencia a la polarización de los consumidores, en donde se enuncia que, a ingresos más bajos los consumidores optan por cafés de bajo precio, mientras que aquellos con ingresos medio-altos se decantan cada vez más por café de mayor calidad pese a un mayor costo. En un segundo punto se menciona el acercamiento de productos al consumidor, esto quiere decir que, gracias a la creciente comercialización del café, los consumidores tienen mayores oportunidades de adquisición de más y mejores cafés.

En un tercer punto que se considera relevante se tiene una muy notoria cultura de café en desarrollo, en la cual se deja de ver el café como una mera inyección de cafeína, sino más bien como una compleja experiencia

de degustación, particularmente entre los *millennials*, quienes demandan una mayor variedad de productos de calidad, pero tienen presupuestos limitados.

En un cuarto punto, el estudio ha identificado cierto nivel de sofisticación de la producción de café, lo cual genera mayor competitividad y eleva la calidad promedio de los cafés, así como la educación de los consumidores con respecto a nuevos métodos de preparación, diferentes orígenes y tipos de tueste.

Así mismo, las marcas y grandes cadenas de café no se han quedado atrás, gracias a su gran presencia en el mundo y en la mayoría de los países en el mundo han logrado acercarse a los consumidores en general hacia las nuevas tendencias del mercado del café.

A contraparte, y debido al incremento de las grandes cadenas de café en el mundo, pequeñas cafeterías y tostadores independientes han salido al mercado, gracias a la oportunidad que brinda el tamaño del mercado, así como a las tendencias de consumo.

De acuerdo con la revista (Golberg Adam, 2017) a diferencia de muchos otros países consumidores de café, en México, el café no se ve como el elemento básico de la mañana sobre la marcha, sino como una parte importante de la sobremesa a la hora del almuerzo o la cena (donde los clientes se toman el tiempo para tener un descanso después de cenar para socializar y relajarse), y por lo tanto muchas cafeterías no abren hasta altas horas de la mañana.

Es partiendo de este punto de vista externo que se puede vislumbrar el potencial del café especial para la cultura mexicana, no solo como una alternativa de crecimiento como lo sugiere la presente investigación, sino también como un elemento de mayor valor a la actual tradición mexicana de la “sobremesa”.

A medida que la cultura del café en México integra influencias inmigrantes del café, la tradición en torno a la sobremesa todavía parece intacta de manera única. Los gigantes de la segunda ola, como Starbucks, han traído consigo una experiencia de café de alto volumen de ritmo rápido, una cartera de bebidas de inspiración italiana como capuchinos y americanos. Pero esto no ha afectado la cultura de café nativo.

Esto crea una cultura de café muy diferente con lugares que permanecen abiertos mucho más tarde de lo normal en el mundo y en un patrón de consumo diario completamente diferente. Si bien la cultura del café especial puede ser un concepto nuevo y en desarrollo en el país, como

destaca (Golberg Adam, 2017) “beber café en México tiene una historia mucho más larga, y es un asunto inherentemente social”.

Si bien todavía hay un pequeño número de cafeterías especializadas en México para los estándares internacionales, los números están creciendo. Hay demasiados para nombrar individualmente, además de las exploradas en profundidad por (Golberg Adam, 2017), incluyendo: Café Avellaneda, Almanegra Café, Casa Cardinal, Buna, Centro Café, Chiquitito Café, El Ilusionista, Borola Café, Dosis Café, ¡Hey! Brew Bar, por nombrar solo algunos. Muchas de estas cafeterías especializadas tuestan sus propios granos o sirven en gran medida sólo cafés mexicanos.

Finalmente es conveniente recordar el creciente auge de las cafeterías, el mercado de especialidades sigue siendo un nicho en parte debido a las preferencias por el café instantáneo, la demanda de los compradores de café básico y los costos involucrados en la producción de café especial. Aunque hay muchos ejemplos de pequeñas empresas que intentan cambiar la forma en que funcionan las cosas en México, estableciendo proyectos para trabajar con productores locales para obtener su café directamente.

Referencias

- AGROPRODUCTIVIDAD. (2017). *Agroempresas familiares de café diferenciado y de especialidad en Veracruz, México: Casos de éxito*. Veracruz: Agro-productividad.
- ALDUENDA, M. R. (2019). México y su vocación cafetalera. *Roast*, 2-4.
- ALLEGRA World Coffee Portal's. (1 de Junio de 2021). *Allegra World Coffee Portal's*. Obtenido de Allegra World Coffee Portal's: worldcoffeeportal.com/Research/LatestReports/The-Future-of-Coffee-UK-2020
- CEDRSA. (2018). *El Café en México Diagnóstico y Perspectiva*. Ciudad de México: Cámara de Diputados LXIII Legislatura.
- CEDRSSA. (2018). *El Café en México, Diagnóstico y Perspectiva*. Ciudad de México: Cámara de Diputados LXIII Legislatura.
- CEDRSSA. (2019). *Invesgiación Interna Comercio Internacional del Café, EL caso de México*. Ciudad de México: CEDRSSA.
- CEDRSSA. (2020). *Los Apoyos Directos a los Productores de Café y sus Resultados*. Ciudad de México: CEDRSSA.
- DAILY Coffee News Staff. (15 de Febrero de 2021). *Daily Coffee News Staff*. Obtenido de Daily Coffee News Staff: <https://dailycoffeenews>.

- com/2021/02/15/evolving-the-concept-of-specialty-coffee-part-i-green-coffee-quality/
- E. Figueroa, F. P. (2016). El Mercado de Café en México. En P. S. Figueroa Hernández Esther, *El mercado de Café en México* (pág. 57). Ciudad de México: ECORFAN.
- EUROMONITOR Consulting. (2017). *Análisis del Mercado de Consumo de Café en México 2016*. Ciudad de México: Euromonitor Consulting.
- EUROMONITOR Consulting. (2019). Análisis del Mercado de Consumo de Café en México 2019. *Euromonitor Consulting*, 24-30.
- FINANCIERA Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero. (2020). *México y el Café Orgánico*. Ciudad de México: Gobierno de México.
- FIRA. (2019). *Panorama Agroalimentario, Café 2019*. Ciudad de México: FIRA.
- FÓRUM Cultural del Café. (2018). Erna Knutsen, La mujer que creó el concepto de café de especialidad. *fórumcafé*, 2.
- FÓRUM Cultural del Café. (2021). La ciencia de la frescura del café. *fórumcafé*, 2.
- GOLBERG Adam, V. D. (2017). Mexico City. *DRIFT*, 160.
- GRANADOS, A. (s.f.).
- GRANADOS, A. (17 de Junio de 2021). *Essence of Coffee*. Obtenido de Essence of Coffee: <https://www.essenceofcoffee.net/mexico-de-cafe-a-granel-al-cafe-de-especialidad/>
- GUERRA G., G., & Reyes B., L. y. (2012). Mercado del Café en México. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 163.
- INTERNATIONAL Coffee Organization. (2020). *Coffee Development Report*. Londres : OIC.
- NATIONAL Coffee Association USA. (2021). *2021 National Coffee Data Trends Specialty Coffee Report*. New York: NCA.
- OSSENBLOK, K. (2018). *Al Grano*. Madrid, España: Oberon.
- OSSENBLOK, K. (2018). *Al Grano*. Madrid, España: Oberon.
- PERFECT Daily Grind. (31 de Agosto de 2016). *Perfect Daily Grind*. Obtenido de Perfect Daily Grind: <https://perfectdailygrind.com/es/2016/08/31/cafe-de-especialidad-vs-cafe-comercial-3-diferencias-clave-en-su-proceso/>
- PERFECT Daily Grind. (2017). Coffee Paradise: 5 Must-Visit Specialty Cafés in Mexico City. *Perfect Daily Grind*, 3.
- REUTERS. (2015). Productores Mexicanos luchan por salvar sus cosechas de café. *FORBES*, 3.

- RODRÍGUEZ, P. C. (2019). La necesidad de una nueva visión para el café en México. *Roast*, 2-5.
- SCA News. (2018). In Memoriam: Erna Knutsen. *SCA News*, 6.
- SECRETARÍA de Economía . (2009). *Guías Empresariales*. Ciudad de México: Secretaría de Economía.
- SIAP. (2019). *Reporte Anual Producción de Café Cereza 2019*. Ciudad de México: SIAP.
- SIAP. (23 de Mayo de 2021). *Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera*. Obtenido de SIAP: <https://nube.siap.gob.mx/cierreagropecuaria/>
- SPECIALTY Coffee Association. (2017). *Historia*. Londres, Inglaterra : SCA.
- SPECIALTY Coffee Association. (2017). What is Specialty Coffee? . *Specialty Coffee Association*, 2.
- SPECIALTY Coffee Association. (15 de Febrero de 2021). *SCA*. Obtenido de SCA: <https://static1.squarespace.com/static/584f6bbe-f5e23149e5522201/t/5e4eac74681cb911a4215562/1582214293835/Coffee+Standards+%281%29.pdf>
- THE Specialty Coffee Company. (1 de Junio de 2021). *The Specialty Coffee Company*. Obtenido de The Specialty Coffee Company: <https://www.thespecialtycoffeecompany.com/resources/specialty-coffee/>
- TURER, S. (15 de Febrero de 2021). *Roast Magazine*. Obtenido de Roast Magazine: <http://roastmagazine.com/articlepreviews/janfeb21/EvolvingTheConcept/>
- USDA. (2019). *Foreign Agricultural Service, Production, Supply and Distribution*. Washington, D.C: Global Agricultural Information Network.
- USDA Foreign Agricultural Service. (2019). *Mexico Coffee Annual*. Washington D.C.: USDA.
- USDA-FAS. (2019). *Mexico Coffee Annual, Mexican Coffee Production Continues to Rebound From Coffee Rust Disease*. Washington, D.C: Global Agricultural Information Network.

Capítulo 4

Confiabilidad y validez de una escala de identidad organizacional en servicios privados de salud

CARLOS ROBLES ACOSTA¹

OSWALDO ANTONIO ORTEGA REYES²

Introducción

La identidad organizacional requiere conceptos precisos que permitan comprender múltiples identidades organizativas (Ashforth, Harrison, & Corley, 2008). La identidad involucra la autopercepción del grupo, el ejercicio de roles, significados emocionales y valoraciones individuales (Moreno-Hurtado, Torres-Arévalo, Martínez-Patiño, Martínez-Beltrán, & Vesga-Rodríguez, 2018; Ruvalcaba-coyaso & Alvarado, 2011). Ello deriva en expectativas de un futuro compartido, colaborador-organización, con actitudes y comportamientos positivos (Brüggen, Hogreve, Holmlund, Kabadayi, & Löfgren, 2017; Takaki, Bravo, & Martínez, 2015). Su base conceptual está relacionada con creencias, experiencias, sentimientos e información del individuo para crear identificación con la organización (Currás-Pérez, 2010).

Así, la identidad subyace a una serie de rasgos y mecanismos conductuales, un universo simbólico, una representación imaginaria común y formas de interacción grupal que marcan diferencias con otras organizaciones. Esto se identifica desde dos atributos: rasgos del sector y actividad productiva y, estilo directivo (López & Calderón, 2006), en especial del tipo y características de trabajo (Omar & Urteaga, 2010), donde los valores se utilizan para promover la identidad y cultura en la organización (Rosales, Montilla, & Moreno, 2009). La identidad, asimismo, propicia calidad emocional, pertenencia y vínculos psicológicos entre individuo y

1 Profesor-Investigador, Universidad Autónoma del Estado de México. Email: croblesa@uaemex.mx

2 Profesor-Investigador, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Email: aortega@uaeh.edu.mx

grupo (Fierro & Ovando, 2016). Es decir, la identidad se convierte en un conjunto de atributos visibles y vivibles (Ortega, 2012).

Revilla (2003), destacó para la continuidad de una persona en la organización la apariencia física, la marca, la autoconciencia, la memoria y la necesidad de garantías que inciden en la cultura organizacional y afectan directamente el sentimiento de identidad (Sanchez, Trillo, Mora, & Ayuso, 2006).

Castro-Almeida (2008) encontró correspondencia entre la participación de cada miembro de la organización, según su jerarquía e imagen social de la empresa, lo que repercute en mejores perspectivas futuras si se pertenece al grupo. La identidad se relaciona positivamente con factores como la satisfacción laboral (Álvarez et al., 2014), afecto, comportamiento cooperativo, rendimiento (Mesmer-Magnus, Asencio, Seely, & DeChurch, 2015), proactividad, resistencia al cambio y lealtad (Bravo, Matute, & Pina, 2017); con las tecnologías de información y comunicación (Acosta-Prado & Longo-Somoza, 2013; Staub, Kaynak, & Gok, 2016); se prioriza la caracterización de sus consecuencias (Contreras & Hernández, 2011) y en el análisis de las prácticas de los directivos ante la posibilidad de obtener ganancias no previsibles (Abernethy, Bouwens, & Kroos, 2017).

Entre los métodos más utilizados para el estudio de la identidad organizacional están el uso de escalas de medición –con enfoque cuantitativo– y el análisis del discurso –con enfoque cualitativo–; el primero, para identificar el papel de los directivos en su configuración y, el segundo, para analizar el papel de la identidad en la transformación de las situaciones de trabajo (Pulido-Martínez, 2012), mientras que el segundo estudia su dinamismo o ambigüedad a través del tiempo (Pereira, De Pádua, & Moreira, 2008). Los estudios cuantitativos adoptan escalas para el diagnóstico apoyándose en las nociones de elección, estabilidad, coherencia, positividad y autenticidad (Haigh, 2006).

En México, la medición de la identidad inducida hacia los empleados se ha enfocado hacia colaboradores de empresas, mediante un instrumento de identidad organizacional (IDN) de 15 ítems ($\alpha=.875$) estructurado a partir de avances en las propuestas de medición y la práctica de un análisis factorial exploratorio, encontró un vínculo entre las metas, los valores de los trabajadores y los valores de la organización, el vínculo y compromiso entre sus propósitos (Robles, Montes, Rodríguez, & Ortega, 2018); sin embargo, este avance carece de una estructura factorial confirmatoria.

Asimismo, el análisis de la identidad en el sector salud en México, contempla al conjunto de entidades e instituciones que brindan atención y cuidado de la salud y que, de acuerdo con Dantés et al. (en Ortega et al., 2015), abarcan dos sectores: público y privado. El ámbito público hay instituciones de seguridad social estatales y federales, que atienden a trabajadores de la economía formal; mientras que, los sectores sociales no contributivos son atendidos a través del Instituto de Salud para el Bienestar (INSABI) y por servicios de inversión privada, que atienden sectores que cuentan con pólizas particulares de gastos médicos o bien, poseen condiciones económicas para costear tales servicios en hospitales, sanatorios y clínicas particulares, los cuales se ven inmersos en una competencia que depende, en gran medida, de la percepción de la atención recibida por los usuarios (Messarina, 2016; Vargas Gonzalez, Valecillos, & Hernández, 2013; Villagracia, Delgadillo, Argüello, & González, 2017), el logro de los objetivos organizacionales, como la mejora en la atención hospitalaria, depende de la identidad organizacional como factor central de la cultura (Arboleda & López, 2017; Silva, Méndez, Arancibia, & Cortes, 2020).

Así, se considera a la identidad como factor de importancia en la administración de servicios de salud, pues como señalan Ortega et al. (2015), en estos convergen aspectos multifactoriales que configuran la idiosincrasia de su personal e inciden en la gestión, propiciando el orgullo de pertenencia al sector -con sus valores y cultura- que en su dinámica e interacción, dotan de significado a la labor del personal que atiende a los pacientes de forma directa, por lo tanto, la promoción de la identidad es relevante y depende inicialmente de un diagnóstico adecuado, de ahí la necesidad de contar con instrumentos válidos y confiables para la medición. Los estudios hasta aquí reseñados permiten proponer la hipótesis:

H1: La variable identidad agrupa los factores de orgullo, pertenencia y significado, cumpliendo con criterios de fiabilidad e índices de ajuste adecuados para la medición en personal de servicios privados de salud.

Partiendo de lo anterior, el propósito de esta investigación fue validar que la estructura del IDN puede ser obtenida empíricamente, a través del análisis confirmatorio de la identidad organizacional en instituciones mexicanas de servicios de salud.

Materiales y métodos

Instrumento

Se utilizó la Escala de identidad organizacional (IDN) (Robles et al., 2018) la cual consta de 15 ítems y considera tres factores componentes: orgullo, pertinencia y significado y reporta una confiabilidad adecuada ($\alpha=.875$). Se utilizó una escala tipo Likert de cinco puntos que van desde “1=Totalmente en desacuerdo” hasta “5= Totalmente de acuerdo”, la escala permite obtener un grado o intensidad en el enunciado de cada ítem. Además, se agregaron preguntas sociodemográficas de sexo, edad, estado civil y escolaridad.

Participantes

Los sujetos se seleccionaron de manera aleatoria en seis clínicas privadas de servicios de salud ubicadas en el Estado de Hidalgo, México. Se distribuyeron 300 cuestionarios y se obtuvieron 225 respuestas de las cuales se eliminaron nueve por no aportar datos suficientes o se detectó que las respuestas estaban sesgadas. La muestra final fue de 214 lo que representa una tasa de respuesta del 71%.

Procedimiento

El instrumento (IDN) se aplicó durante la jornada laboral en sesiones grupales en los meses de enero y febrero de 2020, con autorización de los directivos de las clínicas. El anonimato, la confidencialidad y la protección de datos fueron garantizados mediante el consentimiento informado de los participantes. La administración de cuestionarios se realizó dentro del contexto laboral por personal capacitado mediante un cronograma de sesiones de aplicación.

Análisis de las propiedades métricas

El análisis factorial exploratorio (AFE) se realizó mediante el paquete estadístico SPSS 20.0 y, el análisis factorial confirmatorio (AFC) utilizando AMOS.

Se determinó la fiabilidad (consistencia interna) mediante el Coeficiente Alpha de Cronbach, cuyos valores oscilan entre 0 y 1, y se conside-

raron aceptables los valores $>0,70$ y buenos cuando $>0,80$. Se determinó la estructura factorial utilizando el método de Análisis de Componentes Principales (PCA). La adecuación de la muestra se valoró mediante la aplicación de la prueba de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) con valores mayores a 0,5 y la prueba de Esfericidad de Bartlett, con valores significativos.

Para determinar la unidimensionalidad se tomaron como criterios: 1) que todos los ítems tuvieran coeficiente de factor $>0,30$ durante la extracción; 2) que el primer factor explicara una proporción importante de varianza con respecto a los demás factores; 3) que la varianza total explicada por los factores principales extraídos fuera mayor al 50% como se muestra en la tabla 4.1.

Se utilizó la rotación varimax para determinar las dimensiones de cada escala, se determinaron valores relevantes para incluir un ítem en los factores ortogonales, aquellos con valor $> 0,40$ y con al menos 0,1 de diferencia respecto del valor del reactivo en otro componente.

El AFC se realizó por medio de un modelo de estimación de parámetros estandarizados, el cálculo de cargas factoriales estimadas y estadísticos descriptivos de tendencia central; finalmente se realizó el cálculo de correlaciones de los factores orgullo, pertenencia y significado que, bajo el encuadre teórico de esta investigación se determinaron como componentes de la identidad organizacional.

El método de estimación utilizado fue el de máxima verosimilitud y se consideraron diversos índices de ajuste: el índice de ajuste normalizado, índice de ajuste relativo, índice de ajuste incremental, índice Tucker-Lewis, índice de bondad de ajuste comparativo y el valor del residuo cuadrático promedio de aproximación (NFI, RFI, IFI, TLI, CFI Y RMSEA según sus siglas en inglés respectivamente). El modelo propuesto inicialmente se rechazó y se re-especificó basado en los pesos de regresión estandarizados, los índices de modificación y los índices de ajuste del modelo siguiendo el procedimiento de (Conde, 2018).

Resultados

El análisis de fiabilidad por medio del coeficiente Alfa de Cronbach de 0.888 se realizó con 15 ítems. El análisis de ajuste del coeficiente con la eliminación de ítems, no presenta variaciones representativas. La muestra estuvo conformada por 214 sujetos que tenían entre 15 y 63 años ($M=38,9$, $DE= 8,68$), 68% de sexo femenino y 32% masculino. 65.4% con estudios profesionales, 32.2% con nivel medio superior y sólo 2.4% con

estudios de secundaria o inferiores. 50.9% casados, 16.6% solteros, 14% en unión libre, 6.5% divorciados y 1.9% viudos.

En el análisis de resultados se eliminaron los ítems 2 y 13 quedando finalmente un coeficiente de 0.884 con 13 reactivos, por su bajo aporte a la confiabilidad inicial y sus comportamientos en el AFE.

Análisis factorial exploratorio

En el AFE se aplicó la rotación varimax con un número máximo de iteraciones para convergencia de 25. Se excluyeron casos según lista, se suprimieron los pequeños coeficientes cuyos valores fueron menores de 0.40; la medida de adecuación de la muestra KMO fue de 0.893, la cual es aceptable, las comunalidades se calificaron como regulares, por tanto, el resultado de la solución debe ser interpretado con precaución (Lloret-Segura, Ferreres-Traver, Hernández-Baeza, & Tomás-Marco, 2014).

La Chi-cuadrada aproximada fue de 1278.004 con un nivel de significancia de .000 con 91 grados de libertad. La significancia estadística ($p < 0.05$) permitió obtener una correlación significativa entre ítems mediante la aplicación del Coeficiente de Spearman. Los resultados permiten apreciar una correlación significativa entre los ítems, tablas 4.1 y 4.2.

Tabla 4.1 Correlación entre ítems de la escala de Identidad

	IDN03	IDN09	IDN12	IDN05	IDN14	IDN07	IDN06	IDN04	IDN10	IDN15	IDN11	IDN01	IDN08
IDN03	1.000	.574**	.560**	.596**	.445**	.497**	.409**	.397**	.386**	.448**	.320**	.474**	.459**
IDN09		1.000	.530**	.635**	.390**	.452**	.357**	.416**	.348**	.260**	.314**	.493**	.474**
IDN12			1.000	.589**	.365**	.447**	.349**	.285**	.316**	.310**	.286**	.372**	.367**
IDN05				1.000	.302**	.425**	.310**	.369**	.304**	.270**	.235**	.487**	.528**
IDN14					1.000	.212**	.189**	.194**	.188**	.255**	.232**	.153*	.207**
IDN07						1.000	.570**	.474**	.333**	.382**	.325**	.376**	.368**
IDN06							1.000	.444**	.265**	.291**	.383**	.262**	.286**
IDN04								1.000	.448**	.361**	.429**	.314**	.185**
IDN10									1.000	.434**	.338**	.247**	.308**
IDN15										1.000	.306**	.242**	.252**
IDN11											1.000	.211**	.097
IDN01												1.000	.620**
IDN08													1.000

Nota: n= 214; Correlación de Spearman: * $p < 0.1$; ** $p < 0.05$

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.2 Variaciones comunes^a

Item	Iniciales	Extracción
IDN01	.481	.456
IDN03	.609	.648
IDN04	.442	.509
IDN05	.608	.695
IDN06	.434	.449
IDN07	.476	.504
IDN08	.541	.999
IDN09	.613	.639
IDN10	.366	.325
IDN11	.287	.314
IDN12	.507	.552
IDN13	.439	.440
IDN14	.316	.248
IDN15	.360	.304

^a Método de extracción: Máxima verosimilitud
Fuente: Elaboración propia.

Los autovalores iniciales permiten observar tres factores latentes que explican el 60.32% de la varianza acumulada y se pueden considerar significativas pues superan el 50%. El primer factor, (orgullo) explica el 42.93%, el segundo factor (pertenencia) el 10.22% y el tercero, (significado) 7.17%, tabla 4.3.

Tabla 4.3 Varianza total explicada

Autovalores iniciales			
Factor	Total	% de Varianza	% Acumulado
1 Orgullo	6.010	42.930	42.930
2 Pertenencia	1.431	10.220	53.150
3 Significado	1.004	7.171	60.321
Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			
Factor	Total	% de Varianza	% Acumulado
1 Orgullo	3.060	21.856	21.856
2 Pertenencia	3.338	23.845	45.701
3 Significado	.684	4.882	50.583
Sumas de las saturaciones al cuadrado de la rotación			
Factor	Total	% de Varianza	% Acumulado
1 Orgullo	2.865	20.462	20.462
2 Pertenencia	2.544	18.171	38.633
3 Significado	1.673	11.951	50.583

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de factores rotados con el método de extracción de máxima verosimilitud –método de rotación varimax con normalización Kaiser- y la rotación varimax, -rotación de tipo octogonal de factores-, resultó en ítems con saturaciones altas del factor. Se aceptaron los que presentan una correlación fuerte entre sí. De esta manera, se identificó que las preguntas 05, 09, 12, 03 y 14 corresponden al primer factor al que se ha denominado *orgullo*; las preguntas 04, 07, 06, 11, 10 y 15 al factor *pertenencia* y los ítems 08 y 01 al factor *significado* (Tabla 4.4). El nivel explicativo del ítem 13 respecto de dos factores determinó su eliminación del instrumento en este nivel exploratorio.

Tabla 4.4 Matriz de factores rotados^a

Item	Factor		
	1	2	3
IDN05	.762		
IDN09	.667		
IDN12	.662		
IDN03	.650		
IDN13	.448		.430
IDN14	.437		
IDN04		.665	
IDN07		.618	
IDN06		.617	
IDN11		.536	
IDN10		.497	
IDN15		.458	
IDN08			.945
IDN01			.454

a. La rotación convergió en 5 iteraciones.

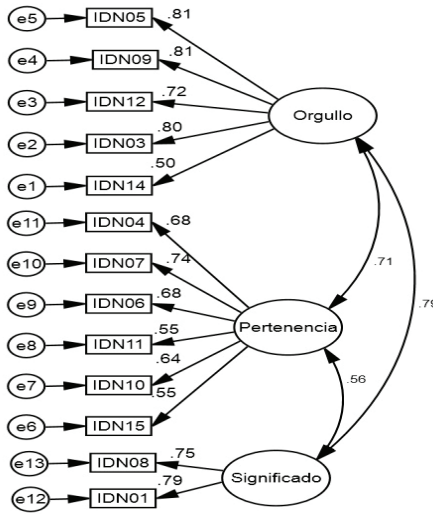
Fuente: Elaboración propia.

Los pesos factoriales ítem-factor fueron significativos ($p < .01$), la variación entre 0.50 y 0.80 para el factor orgullo, entre 0.52 y 0.72 para el factor pertenencia y, entre 0.75 y 0.79 para el factor significado.

Análisis factorial confirmatorio

En cuanto a la correlación entre factores, se observa relación positiva entre sí (figura 4.1). El factor orgullo con el de pertenencia ($r=0.71$; $p < 0.01$), el de pertenencia con el de significado ($r=0.56$; $p < 0.01$) y, el de orgullo con el de significado ($r=0.79$; $p < 0.01$).

Figura 4.1 Diagrama del modelo con la estimación de los parámetros estandarizados



Nota: Método de extracción de máxima verosimilitud. El parámetro es significativo al nivel de $p < 0.01$.
Fuente: Elaboración propia.

Se especificaron tres variables factoriales latentes (orgullo, pertenencia y significado); cinco variables observables para el factor orgullo, seis variables observables para el factor pertenencia y dos variables observables para el factor significado. Los índices de ajuste obtenidos no fueron los más adecuados, en particular el valor RMSEA (Bagozzi & Yi, 2012; Mvududu & Sink, 2013); por tanto, se re-especificó el modelo teniendo en cuenta los pesos de regresión estandarizados, los índices de modificación y los índices de ajuste del modelo.

El modelo de comparaciones de referencia muestra índices de ajuste con valores NFI de 0.927, RFI de 0.894, IFI de 0.971, TLI de 0.957 y CFI de 0.970, la mayoría de los cuales, al estar por encima de 0.90 y cercanos a 1 permiten considerar un ajuste muy bueno al considerar la interpretación propuesta por Marsh et al. (2010), mientras el valor del RMSEA fue de 0.054, que es bueno al estar cercano a 0.05, sobre todo si se considera con el nivel de CFI reportado (Tabla 4.5). El valor del índice AIC del modelo

re-estructurado es más bajo que del modelo inicial, representa un mejor ajuste y es más elegible entre ambas propuestas.

Tabla 4.5 Índice de bondad de ajuste del modelo inicial y su re-especificación

Índice de bondad de ajuste	Modelo inicial	Re-especificación del modelo inicial
Índice de ajuste normalizado (NFI)	.888	.927
Índice de ajuste relativo (RFI)	.859	.894
Índice de ajuste incremental (IFI)	.937	.971
Índice Tucker-Lewis (TLI)	.919	.957
Índice de bondad de ajuste comparativo (CFI)	.936	.970
Residuo cuadrático promedio de aproximación (RMSEA)	.074	.054
Índice de criterio de información de Akaike (AIC)	217.486	187.362

Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 4.6 presenta cargas factoriales estimadas y estadísticos descriptivos para los ítems de los tres factores. Las medias más altas corresponden a los ítems por factor, que entre sí corresponden al ítem 05 del factor orgullo ($X=4.00$; $DE=0.93$), al ítem 07 del factor pertenencia ($X=3.86$; $DE=0.97$) y, al ítem 08 del factor significado ($X=4.25$; $DE=0.86$).

Tabla 4.6 Cargas factoriales y descriptivos por ítem del cuestionario de identidad

Núm. Inicial		Ítems	Carga Estimada	X	DE	
IDN03	←	Orgullo (OR)	Me siento orgulloso de la organización.	.805	3.76	.95
IDN09	←	Orgullo (OR)	Cuando hablé de esta organización con mis amigos comenté que es un excelente lugar para trabajar.	.809	3.84	.93
IDN12	←	Orgullo (OR)	Considero que en la organización hacemos cosas que nos distinguen de los demás.	.724	3.79	.99
IDN05	←	Orgullo (OR)	Me siento contento por trabajar en esta organización en lugar de otra.	.809	4.00	.93
IDN14	←	Orgullo (OR)	Considero que la imagen de la organización que se percibe en la comunidad me representa.	.503	3.38	1.03

Núm. Inicial			Ítems	Carga Estimada	X	DE
IDN07	←-	Pertenencia (P)	Considero que tenemos compromiso y lealtad a la organización.	.739	3.86	.97
IDN06	←-	Pertenencia (P)	Siento un fuerte sentido de pertenencia hacia la organización.	.679	3.52	1.05
IDN04	←-	Pertenencia (P)	Considero que le debo mucho a esta organización.	.683	3.34	.99
IDN10	←-	Pertenencia (P)	Considero que la organización tiene la capacidad para permanecer en el futuro.	.640	3.53	1.05
IDN15	←-	Pertenencia (P)	Considero que la visión de la organización nos sirve como guía y motivación.	.552	3.69	.92
IDN11	←-	Pertenencia (P)	Trabajo en esta organización porque me ofrecen más que un buen sueldo y prestaciones.	.548	3.19	1.16
IDN01	←-	Significado (S)	La organización tiene un gran significado personal para mí.	.786	4.04	.89
IDN08	←-	Significado (S)	Me siento orgulloso del trabajo que realizo en la organización.	.747	4.25	.86

DE= Desviación estándar.

Fuente: Elaboración propia.

Se realizó el análisis de confiabilidad para extraer la consistencia interna del instrumento por medio del Coeficiente de Pearson. Los valores α obtenidos fueron aceptables en un rango de 0.740 hasta 0.848 con nivel de significancia < 0.01 . Esto permitió considerar la confiabilidad como aceptable. El análisis de la media presenta una tendencia positiva de 3.5 hasta 4.15 y la desviación estándar (DE) puede calificarse como regular.

Discusión

Este estudio no difiere de la relevancia de la construcción del conocimiento contextualizado de la identidad propuesta por Moreno-Hurtado et al. (2018), por lo que estos resultados para tener una mayor proyección deberán ser probados en estudios subsecuentes en sujetos similares de diferentes lugares a fin de contribuir a la aspiración de establecer identidades globales en sujetos con características afines, como propuso Giménez (2000). Sobre todo, si se consideran repercusiones de su carácter mutable y dinámico como establecen Contreras y Hernández (2011). A diferencia de los avances señalados, en este trabajo se alcanzó el análisis confirmato-

rio de una estructura factorial que permite caracterizaciones precisas que ayudan a tener mayor exactitud en la descripción de una población.

La estructura factorial es más precisa que la propuesta por los autores de referencia de la escala original. La consistencia interna del IDN encontrada fue de 0.884. La magnitud de esta consistencia es poco mayor que la reportada por Robles et al. (2018) ($\alpha = 0.875$), y, contrastante con la medición de Castro-Almeida (2008) cuya estructura permite pensar en caracterizaciones de sujetos similares, pero sin una fiabilidad preestablecida.

Esto indica que el IDN presenta consistencia interna adecuada y no difiere del estudio precedente; sin embargo, la estructura factorial difiere de la propuesta de (Topa, Moriano y Morales (2008), pues presenta mejores índices de ajuste en el modelo re-estructurado.

El análisis factorial con rotación varimax indicó que la estructura de la versión de la escala IDN utilizada superó a la reportada en el estudio base, y que la eliminación de los ítems 2 y 13, hace más precisa la medición con una versión de trece ítems integrados en tres factores explican el 60.32% de la varianza acumulada. Más, al estar centrado en una sola variable, el alcance pareciera ser limitado si se contrasta con los avances de Chen (2011), quien –implícitamente, aunque sin reconocerlo en su trabajo– propone tipos particulares de identidad encaminados hacia la sustentabilidad.

Conclusiones

Los resultados permiten confirmar que, para el diseño previsto, el instrumento mide apropiadamente la identidad organizacional. Si bien, el IDN se adecuó a organizaciones de un solo sector, la medición cumple con criterios de confiabilidad, validez e índices de ajuste para la medición de la identidad en los sujetos estudiados comprobándose la hipótesis planteada (H1).

El factor de mayor peso es el orgullo, seguido por pertenencia y finalmente significado. Los factores encontrados son coincidentes con el concepto de identidad propuesto. Aunque en el presente estudio se encontraron tres factores, en la estructura del IDN en una población específica, dadas las diferencias de conformación de distintas poblaciones, se requiere mayor investigación para confirmar su estructura factorial en otro tipo de organizaciones. Así, se puede considerar al instrumento adecuado para medir la identidad organizacional en integrantes de servicios de salud.

Referencias

- ABERNETHY, M., Bouwens, J., & Kroos, P. (2017). Organization identity and earnings manipulation. *Accounting, Organizations and Society*, 58, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2017.04.002>
- ACOSTA-PRADO, J., & Longo-Somoza, M. (2013). Sensemaking processes of organizational identity and technological capabilities: an empirical study in new technology-based firms. *INNOVAR. Revista de Ciencias*, 23(49), 115–129. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81828691009%0Ahow>
- ÁLVAREZ, A., Ionela, A., Marín, I., Marrero, T., Mas, L., & Muñoz, M. (2014). Identificación organizacional y satisfacción laboral: diferencia entre empresas públicas y privadas. *Reidocrea*, 3(5), 34–40. Retrieved from <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/31293/jsessionid=D919AE7A0CE1AEB4C1B5F8DD76091B85?sequence=1>
- ARBOLEDA, G., & López, J. (2017). Cultura organizacional en las instituciones prestadoras de servicios de salud del Valle de Aburrá. *Revista Ciencias de La Salud*, 15(2), 247–258. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/revsalud/a.5761>
- ASHFORTH, B., Harrison, S., & Corley, K. (2008). Identification in organizations: an examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34, 325–373. <https://doi.org/10.1177/0149206308316059>
- BAGOZZI, R., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8–34. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>
- BRAVO, R., Matute, J., & Pina, J. M. (2017). Corporate identity management and employees' responses. *Journal of Strategic Marketing*, 25(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1076876>
- BRÜGGEN, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research*, 79, 228–237. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.013>
- CASTRO-ALMEIDA, L. (2008). La identidad como hipervínculo en la organización. *Ra Ximhai*, 4(2), 1–19. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46140201%0A>
- CHEN, Y. (2011). Green organizational identity: Sources and consequence. *Management Decision*, 49(3), 384–404. <https://doi.org/10.1108/00251741111120761>

- CONDE, J. (2018). Adaptación de la Escala de Valoración de la Conducta Violenta y Riesgo de Reincidencia (EVCV-RR) en una muestra penitenciaria peruana. *Revista de Psicología*, 36(2), 427–464.
- CONTRERAS, C., & Hernández, E. (2011). Antecedentes teóricos y niveles de análisis de la identidad organizacional. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 3(2), 158–179.
- CURRÁS-PÉREZ, R. (2010). Identidad e imagen corporativas : revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 7, 9–34.
- FIERRO, E., & Ovando, W. (2016). The informal institutions and the knowledge sharing: the mediating effect of the social identity and the organizational trust. *Revista Ibero Americana de Estrategía*, 15(2), 8–21. <https://doi.org/10.5585/riae.v15i2.2296>
- GIMÉNEZ, G. (2000). Identidades en globalización. *Espiral*, VII(19), 27–48. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13801902>
- HAIGH, M. (2006). *Organizational culture, identity, commitment, and citizenship behaviors: antecedents, change over time, interrelationships, and potential of inoculation to bolster identity, commitment, and citizenship behaviors*. University of Oklahoma.
- LLORÉ-SEGURA, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems : una guía práctica , revisada y actualizada. *Anales De Psicología*, 30(3), 1151–1169. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- LÓPEZ, L., & Calderón, G. (2006). Análisis de las dinámicas culturales al interior de un clúster empresarial. *Estudios Gerenciales*, (99), 13–37.
- MARSH, H., Lüdtke, O., Muthén, B., Asparouhov, T., Morin, A., Trautwein, U., & Nagengast, B. (2010). A New Look at the Big Five Factor Structure Through Exploratory Structural Equation Modeling. *Psychological Assessment*, 22(3), 471–491. <https://doi.org/10.1037/a0019227>
- MESMER-MAGNUS, J., Asencio, R., Seely, P., & DeChurch, L. (2015). How organizational identity affects team functioning: the identity instrumentality hypothesis. *Journal of Management*, XX(X), 1–21. <https://doi.org/10.1177/0149206315614370>
- MESSARINA, P. (2016). Calidad de atención del personal de salud y satisfacción del paciente en el servicio de resonancia magnética del Hospital de Alta Complejidad Trujillo, 2015. *Ucv – Scientia*, 8(2), 119–123. <https://doi.org/10.18050/revucv-scientia.v8n2a3>
- MORENO-HURTADO, M., Torres-Arévalo, N., Martínez-Patiño, K., Martínez-Beltrán, K., & Vesga-Rodríguez, J. (2018). Identidad laboral:

- Análisis del concepto en el contexto actual del mundo del trabajo. *Salud y Administración*, 5(14), 59–67.
- MVUDUDU, N., & Sink, C. (2013). Factor Analysis in Counseling Research and Practice. *Counseling Outcome Research and Evaluation*, 4(2), 75–98. <https://doi.org/10.1177/2150137813494766>
- OMAR, F., & Urteaga, F. (2010). El impacto de la cultura nacional sobre la cultura organizacional. *Universitas Psychologica*, 9(1), 79–92.
- ORTEGA, O. (2012). *Identidad corporativa con enfoque evolutivo : Comunicación estratégica y cultura organizacional en un caso de Educación Superior*. Editorial Académica Española.
- ORTEGA, O., Corona, J. R., Selene, E., Montaña, O., Garnica, J., Asela, S., ... Robles, C. (2015). A systemic model of analysis of organizational culture in health care services Modelo sistémico de análisis de la cultura organizacional en los servicios de atención a la salud. *Nova Scientia*, 7(3), 321–342.
- PEREIRA, M., De Pádua, A., & Moreira, A. (2008). The Construction of Organizational Identity : Discourses on a Brazilian Private Railroad. *BAR – Brazilian Administration Review*, 5(3), 177–192. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84150301>
- PULIDO-MARTÍNEZ, H. C. (2012). La investigación sobre la identidad en, para y por el trabajo en América Latina, como ejercicio crítico acerca del Mundo laboral. *Psykhé*, 21(2), 77–85. <https://doi.org/10.7764/psykhe.21.2.546>
- REVILLA, J. C. (2003). Los anclajes de la identidad personal The anchoring of personal identity. *Athenea Digital*, 4, 54–67. Retrieved from <https://atheneadigital.net/article/download/n4-revilla/85-pdf-es>
- ROBLES, C., Montes, J., Rodríguez, A., & Ortega, O. (2018). Diseño y validación de un instrumento de cultura organizacional para empresas medianas. *Nova Scientia*, 10(21), 552–575. <https://doi.org/10.21640/ns.v10i21.1453>
- ROSALES, A., Montilla, P., & Moreno, F. (2009). Comunicación estratégica para promover los valores y cultura corporativa. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 4(2), 229–242. Retrieved from <https://pdfslide.net/documents/9-comunicacion-estrategica-para-promover-los-valores-y-cultura-.html>
- RUVALCABA-COYASO, J., & Alvarado, I. U. (2011). Identidad e identidad profesional: Acercamiento conceptual e investigación contemporánea. *CES Psicología*, 4(2), 82–102. <https://doi.org/10.21615/1254>
- SANCHEZ, S., Trillo, M., Mora, C., & Ayuso, M. (2006). La cultura organizacional como núcleo central en la medición del capital intelectual

- tual. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 22(2), 179–202.
- SILVA, D., Méndez, P., Arancibia, D., & Cortes, F. (2020). La importancia del clima y cultura organizacional para la atención en instituciones de salud. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 53–60.
- STAUB, S., Kaynak, R., & Gok, T. (2016). What affects sustainability and innovation – Hard or soft corporate identity? *Technological Forecasting & Social Change*, 102(5), 72–79. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.06.033>
- TAKAKI, M., Bravo, R., & Martínez, E. (2015). La gestión de la identidad corporativa en la Universidad: análisis y consecuencias desde la perspectiva del profesorado. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 24(1), 25–34. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2014.05.001>
- TOPA, G., Moriano, J., & Morales, F. (2008). Identidad Social y Apoyo Percibido en las Organizaciones : Sus Efectos sobre las Conductas de Ciudadanía. *Interamerican Journal of Psychology*, 42(2), 363–370. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28442217>
- VARGAS Gonzalez, V., Valecillos, J., & Hernández, C. (2013). Calidad en la prestación de servicios de salud: Parámetros de medición. *Revista de Ciencias Sociales*, XIX(4), 663–671. Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/280/28029474005/>
- VILLAGRACIA, E., Delgadillo, L., Argüello, F., & González, L. (2017). Perspectiva usuaria de la calidad en los Servicios de Salud del IS-SEMyM. *Horizonte Sanitario*, 16(1), 46. <https://doi.org/10.19136/hs.v16i1.1446>

Capítulo 5

Influencia de la comparación social en la compra compulsiva y sus efectos en la influencia interpersonal normativa mediante el uso de plataformas de internet

JOSÉ LUIS ZAPATA SÁNCHEZ¹

Introducción

Cuando se habla sobre la susceptibilidad a la influencia interpersonal se refiere a la necesidad que tiene el individuo de mejorar su imagen en la opinión de los demás a través de la adquisición y el uso de productos y marcas, la voluntad de ajustarse a las expectativas de los demás con respecto a las decisiones de compra y también la tendencia a aprender sobre productos y servicios, prestando atención a lo que otros hacen o buscando información de otras personas (Bearden, Netemeyer y Teel, 1989).

También puede considerarse el enfoque de la susceptibilidad a la influencia interpersonal normativa, a la tendencia de los consumidores por el deseo de utilizar productos que mejoren su imagen y que se ajusten a las expectativas de los demás (Roberts, Manolis y Tanner, 2008; Chow, Chen y Theng, 2015).

La investigación sugiere que la susceptibilidad del individuo a la influencia interpersonal por el consumo está influenciada por otros elementos como las motivaciones sociales destacadas por la propensión a la información de comparación social que impacta en la compra compulsiva y se corresponde en los tiempos actuales, a la tendencia de uso de sitios web de compras sociales que permiten a los consumidores suscribirse a sus actualizaciones diarias, lo que les da acceso a recibir las ofertas más actualizadas.

Según Kotler y Armstrong (2013), el interés de compra del consumidor se correlaciona con el deseo de comprar un producto para satisfacer sus aspiraciones, sin embargo, existe la potencial influencia de las actitudes de otras personas, que reducen la alternativa preferida a partir de la

¹ Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo. Email: Jzapata@uqroo.edu.mx

intensidad de la naturaleza negativa de la otra persona, hacia la alternativa preferida del consumidor y la motivación del consumidor para cumplir con los deseos de los demás. También influyen los factores situacionales que no se anticipan, estos factores podrán cambiar la actitud de los consumidores al realizar compras. Mucho depende del pensamiento del consumidor, considerando que él mismo debe tener confianza para decidir si comprar un artículo o no, de modo que podemos observar cómo los consumidores tienen preferencia por comprar una marca específica como una consideración para satisfacer sus deseos de consumo.

Esta investigación tiene como objetivo determinar el efecto en la influencia interpersonal por el consumo propiciado por el comportamiento de compra compulsiva, la comparación social y el uso de plataformas de internet con intenciones de compra entre los consumidores jóvenes considerados como millenials.

Con esta investigación se pretende probar cómo la influencia interpersonal normativa orientada al consumo se ve influenciada por un conjunto de factores relacionados con la comparación social, la compra compulsiva y el uso de plataformas de internet. Se espera que la determinación de estos factores ayude a los tomadores de decisión en los negocios, a elegir formas más apropiadas de atraer consumidores y facilitar relaciones estrechas e intensas con los productos.

Marco conceptual y planteamiento de hipótesis

Asociación de la comparación social sobre la compra compulsiva y la influencia interpersonal.

El estudio se basa en la teoría de la comparación social (CS) desarrollada en principio por Festinger (1954), aplicada en este caso a una muestra de la población joven del sureste de México de menos de 33 años que son la clase media representativa, para explicar el comportamiento del consumidor.

La teoría de la comparación social fue propuesta originalmente por Festinger (1954) para comprender cómo la autoevaluación de un individuo afecta las actividades sociales. Festinger (1954) argumentó que un individuo está motivado para evaluarse a sí mismo para reducir la incertidumbre. Cuando los criterios objetivos estaban ausentes, las personas

tendían a compararse con otra persona (objetivo de comparación) para calificar su propia capacidad y desempeño.

La comparación social propone que las personas tienen un impulso para evaluar su progreso y su posición en varios aspectos de sus vidas y, en ausencia de estándares objetivos (Lennox y Wolfe, 1984), las personas se comparan con los demás para saber cuál es su posición. Es un componente psicológico automático, y como dijeron Mettee y Riskind (1974), es “indudablemente impuesta sobre el individuo por su ecosistema social”, e influye en las actitudes de los individuos, opiniones, e incluso sus comportamientos hacia ciertos objetos. Festinger (1954) afirmó que la comparación social como tendencia psicológica tiene sus raíces en la mente. Los hallazgos de Rongxi, S., Park, M. (2021) obtenidos de la investigación aplicada a consumidores chinos indican que, en el caso del grupo con alta autoestima, la comparación social ascendente no afectó el consumo conspicuo (los productos con precios más altos que tienden a darles satisfacción a las personas mediante el status y reconocimiento social). De tal manera que la comparación social tuvo un efecto positivo sobre el consumo conspicuo y de igual manera se pudo confirmar que incide en el comportamiento de compra de los usuarios de redes sociales relacionadas con la moda según la autoestima.

Los estudios indican que la comparación social puede influir en la compra compulsiva, y contribuye a fortalecer el compromiso de los consumidores con la marca a causa de la identidad única (Le, 2020; Fang, Y., Oh, H-M., Yoon, K-Ch., Teng, Z. 2019) y los consumidores materialistas (orientados al alto nivel de consumo de mercancías) siempre querrán comprar más productos para satisfacer su comportamiento de compra (Yurchisin y Johnson, 2004). En ese sentido se plantea lo siguiente:

H1: Entre los consumidores jóvenes, la comparación social se relaciona de manera positiva sobre la influencia interpersonal normativa en el proceso de compras por internet.

H2: Entre los consumidores jóvenes la comparación social se relaciona de manera positiva con la compra compulsiva.

La influencia interpersonal y la compra compulsiva

La susceptibilidad a la influencia interpersonal se refiere a la necesidad de mejorar su imagen en la opinión de los demás a través de la adquisición y el uso de productos y marcas, la voluntad de ajustarse a las expectativas de los demás con respecto a las decisiones de compra y / o la tendencia a

aprender sobre productos y servicios observando a otros o buscando información de otros (Bearden, Netemeyer y Teel, 1989). Además, debido a su necesidad de aprobación social, los compradores compulsivos deberían tender a ser más conscientes y preocuparse por las reacciones de los demás hacia ellos en comparación con los compradores no compulsivos. Por lo tanto, anticipamos que los compradores compulsivos también serán más propensos a prestar atención a la información de comparación social. La atención a la información de comparación social se refiere a la medida en que uno es consciente de las reacciones de los demás al comportamiento de uno y le causa preocupación la naturaleza de esas reacciones (Lennox y Wolfe, 1984).

Por lo que en este estudio se considera que la motivación de compra hedonista de los consumidores influye en la compra compulsiva y la hipótesis utilizada es la siguiente:

H3: La compra compulsiva está positivamente relacionada con la influencia interpersonal normativa.

Influencia de la compra compulsiva en el uso de plataformas de internet

De acuerdo con los resultados de Sharif, S.P.; Khanekharab, J. (2017), en su estudio aplicado a una muestra de estudiantes universitarios en Malasia, intentó examinar la relación entre el uso excesivo de redes sociales y la compra compulsiva en línea y también investigar el papel mediador de la confusión de identidad y el materialismo en esta correlación. Los resultados apoyaron la relación positiva entre el uso excesivo de redes sociales y la compra compulsiva, lo que indica que los estudiantes universitarios malasios que usaron en exceso las redes sociales tuvieron una mayor tendencia a la compra compulsiva en Internet que otros usuarios de redes sociales.

Otros hallazgos anteriores como el caso de Lee et al. (2012), también encontraron una fuerte relación positiva entre la adicción a Internet y la compra compulsiva en línea.

Por esta razón, en este estudio se plantea que:

H4: la compra compulsiva influye positivamente en la motivación de compra mediante el uso de plataformas de internet.

Influencia de uso de plataformas de internet sobre la influencia interpersonal normativa

La influencia interpersonal es un elemento importante de impacto social, especialmente para la adopción de nuevos productos, porque la fuerza impulsora detrás de la difusión de innovaciones es la influencia interpersonal. Por lo tanto, los innovadores y los primeros en adoptar son fundamentales para los nuevos productos debido a su impacto en la mayoría tardía con sus palabras y acciones. Su poder proviene de la confiabilidad y la aprobación social. La confiabilidad surge del conocimiento y la experiencia, mientras que la aprobación social surge de la visibilidad del producto adoptado (Clark & Goldsmith, 2006).

Los consumidores que son más susceptibles a la influencia normativa, por ejemplo, valoran más los beneficios notables que aquellos que son menos susceptibles a dicha influencia (Batra, Homer y Kahle, 2001). La investigación de Shim (1996) que utilizó una gran muestra de estudiantes de nivel secundaria encontró que una mayor comunicación con los compañeros se correlacionó con la conciencia de la marca y la moda, los comportamientos recreativos e impulsivos/descuidados, la lealtad a la marca y el comportamiento habitual del consumidor. La susceptibilidad a la influencia normativa refleja un deseo de encajar (Wooten & Reed, 2004), una preocupación particularmente importante para los adolescentes.

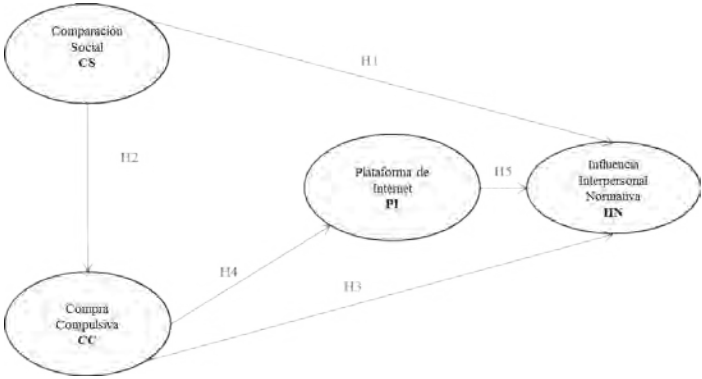
Internet ofrece a los estudiantes universitarios que tienen confusión de identidad propia un entorno para explorar sus valores, creencias y objetivos personales, y los estudiantes universitarios pueden utilizar Internet para escapar de los problemas diarios que encuentran como resultado de la confusión de identidad propia (Hsieh, et al, 2019).

Cuando el usuario puede encontrar el precio más bajo, o siente que puede ahorrar más dinero usando aplicaciones o medios, tiende a percibir que las aplicaciones/medios son convenientes de usar y útiles para ellos. En ese sentido se plantea:

H5. Entre los consumidores jóvenes el uso de plataformas de internet se encuentra positivamente asociada con la influencia interpersonal normativa.

Con base en la revisión de la literatura, se propuso el siguiente modelo conceptual e hipótesis que se ilustran en la Figura 5.1 de la siguiente manera:

Figura 5.1 Modelo conceptual



Fuente: Elaboración propia.

El modelo conceptual representa los vínculos relacionales entre las construcciones que incorporan la comparación social (CS), compra compulsiva (CC), uso de plataforma de internet (PI) y la influencia interpersonal normativa (IIN). También indica la relación hipotética entre las variables mediante las flechas orientadas a establecer relaciones causales significativas.

Metodología

Muestreo y recolección de datos

El tipo de investigación aplicada es de carácter explicativa, de tipo transversal simple. Para la recolección de datos se utilizó un muestreo no probabilístico (Hernández, et al., 2010); mediante un “muestreo por conveniencia”, por lo que se realizó una encuesta en línea para probar las hipótesis propuestas. Debido a la contingencia por COVID 19, los encuestados fueron ubicados mediante correo electrónico y se consideró como prioridad un rango de edad de 18 a 33 años y su residencia en la capital del Estado de Quintana Roo. Para contar con una cobertura amplia de aplicación, se les pidió que reenviaran el correo electrónico a sus amistades. El cuestionario contenía preguntas generales sobre los rasgos personales y las motivaciones de compra de los encuestados, así como preguntas específicas sobre compras en sitios web mediante el uso de re-

des sociales. Solo se incluyeron en el análisis los encuestados que habían hecho compras a través de sitios web. El tiempo promedio que les tomó a los encuestados completar la encuesta fue de ocho minutos. Como medida de calidad de los datos, todos los encuestados que tardaron menos de cinco minutos o más de una hora en completar la encuesta fueron excluidos del análisis. En total, 150 encuestados completaron la información requerida en el instrumento.

Se contó con una participación en el estudio de 57% mujeres y 43% de hombres, de los cuales el 80% se ubicó entre las edades de 18 a 22 años y 16.7% en el rango de edad de 23 a 27 años.

Medición

El instrumento utilizado en la investigación comprende 25 ítems, que corresponden a preguntas diseñadas para obtener la información necesaria que permite dar respuesta al objetivo propuesto en el trabajo. Las variables son de tipo métrico y fueron elaboradas con escalas de Likert de cinco puntos: una escala de medición ampliamente utilizada que requieren que los encuestados, indiquen el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las series de planteamientos relacionados con la temática (Malhotra, 2008). El alfa de Cronbach –conjunta– de las variables medidas fue de 0.908 con 25 elementos.

En el análisis de las dimensiones se encontró que la desviación estándar en todos los ítems es superior a 1 (tabla 5.1); por otro lado, en el Alpha de Cronbach donde se evaluó la consistencia interna, el primer constructo “compra compulsiva” arrojó un Alpha marginal de 0.847. Garson (2010) comenta que en ciencias sociales el corte del Alpha debe ser 0.80 o superior para un conjunto de elementos a tener en cuenta para una escala, pero es posible utilizar 0.70 como aceptable para una investigación confirmatoria, Cronbach (1951), Numally (1971) y Thiétart (2001) establecen que para que el constructo sea fiable tiene que presentar un coeficiente de Alpha de Cronbach igual o mayor que 0.7. En el segundo constructo, “comparación social”, arrojó un Alpha de 0.882, en el tercer constructo “plataforma de internet”, dio un Alpha de 0.740, en el cuarto y último constructo “influencia interpersonal normativa”, arrojó un Alpha de 0.920.

Tabla 5.1 Análisis descriptivo de los constructos y consistencia interna

Constructo	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Alpha de Cronbach
Compra Compulsiva					
Mi alacena tiene bolsas de compras sin abrir	1	5	2.08	1.02	0.847
Otros podrían considerarme un adicto a las compras	1	5	1.98	1.08	
Gran parte de mi vida se centra en comprar cosas	1	5	1.87	1.01	
Compro cosas que no necesito	1	5	2.35	1.24	
Compro cosas que no pensaba comprar	1	5	2.58	1.23	
Me considero un comprador compulsivo	1	5	1.88	1.05	
Comparación social (Lennox and Wolfe 1984)					
Sí al menos no estoy seguro de cómo actuar en una situación social, busco señales en el comportamiento de los demás	1	5	2.84	1.21	0.882
En las fiestas, por lo general trato de comportarme de una manera que me haga encajar.	1	5	2.58	1.25	
Trato de prestar atención a las reacciones de los demás ante mi comportamiento para evitar estar fuera de lugar	1	5	2.80	1.26	
Tiendo a prestar atención a lo que visten los demás	1	5	2.73	1.26	
Evito activamente usar ropa que no está a la moda	1	5	2.51	1.27	
Es importante para mí encajar en el grupo en el que estoy	1	5	2.48	1.26	
Plataforma de Internet (Plataforma de internet de compra en línea que más utiliza)					
Mercado Libre	1	5	4.02	1.23	0.740
Amazon	1	5	3.88	1.33	
Lineo	1	5	2.42	1.41	
Aliexpress	1	5	2.52	1.42	
Shein	1	5	3.17	1.46	
Wish	1	5	1.98	1.12	

Constructo	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Alpha de Cronbach
Influencia Interpersonal Normativa					
En comparación con la mayoría de las personas, es más probable que compre marcas que creo que otros aprobarán	1	5	2.36	1.24	0.920
Rara vez compro los últimos productos y marcas hasta que estoy seguro de que mis amigos los aprueban	1	5	2.28	1.24	
Es importante que a los demás les gusten los productos y las marcas que compro	1	5	2.01	1.12	
Cuando compro productos, generalmente compro productos y marcas que creo que otros aprobarán	1	5	2.22	1.21	
Si otras personas pueden verme usando un producto, a menudo compro los productos / marcas que esperan que compre	1	5	2.12	1.20	
Me gusta saber qué marcas y productos causan una buena impresión en los demás	1	5	2.44	1.26	
Logro un sentido de pertenencia al comprar los mismos productos y marcas que otros compran	1	5	2.26	1.24	

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de resultados

Modelo de medición

Para el análisis estadístico de los datos se siguió el procedimiento de la técnica de modelos de ecuaciones estructurales (MEC) para examinar modelos complejos que presentan un gran número de constructos, indicadores y relaciones (Garthwaite 1994; Barclay et al., 1995). Debido a que PLS permite trabajar con muestras pequeñas y posee supuestos menos estrictos respecto a la distribución de los datos (Chin y Newsted, 1999). En PLS-SEM, el modelo es descrito por dos componentes: 1) el modelo de medición, el cual relaciona las variables manifiestas con la variable latente y 2) el modelo estructural, el cual muestra la relación entre las variables latentes (Tenenhaus *et al.*, 2005). Los modelos estructurales se validan en

dos etapas: 1) revisión del modelo de medición a través de diversos procedimientos y 2) validación del modelo estructural (Henseler *et al.*, 2008).

Con base a la regla propuesta por Hulland (1999) de conservar los ítems con cargas de 0.7 o más, aquellos indicadores de los modelos de medición reflectivos que no alcanzaron el nivel aceptable de fiabilidad (tabla 5.2) fueron eliminados. La validez de convergencia es evaluada con el valor del Promedio de Varianza Extraída (Average Variance Extracted, AVE por sus siglas en inglés), el cual debe ser mayor a 0.5 (Criterio de Fornell-Larcker) (Seidel y Back, 2009). En el modelo final (figura 5.2, tabla 5.2), los constructos reflectivos, presentan un valor mínimo por arriba del límite (0.62) (tabla 5.2). La validez de convergencia también es demostrada cuando los ítems cargan de manera alta en sus factores asociados (carga mayor a 0.5) y éstas deben ser mayores en el constructo asignado que en cualquier otro.

Tabla 5.2 Cargas de los indicadores reflectivos (n=150)

Constructo	Modelo 1			Modelo 2		AVE
	Variable	Cargas**	Cargas**	Percentil 0.025*	Percentil 0.975*	
Compra compulsiva	CC2	0.777	0.773	0.67	0.85	0.628
	CC3	0.759	0.756	0.65	0.84	
	CC4	0.820	0.818	0.74	0.87	
	CC5	0.787	0.787	0.70	0.85	
	CC6	0.819	0.816	0.74	0.88	
Influencia Interpersonal Normativa	IIN1	0.763	0.757	0.65	0.84	0.727
	IIN3	0.807	0.809	0.71	0.89	
	IIN4	0.869	0.868	0.80	0.91	
	IIN5	0.917	0.917	0.88	0.94	
	IIN6	0.867	0.866	0.81	0.91	
Comparación Social	IIN7	0.886	0.886	0.83	0.93	0.627
	CS1	0.700	0.699	0.58	0.80	
	CS2	0.820	0.820	0.75	0.87	
	CS3	0.795	0.792	0.70	0.86	
	CS4	0.802	0.804	0.74	0.86	
	CS5	0.813	0.814	0.75	0.86	
CS6	0.816	0.818	0.75	0.87		

Constructo	Modelo 1			Modelo 2		AVE
	Variable	Cargas**	Cargas**	Percentil 0.025*	Percentil 0.975*	
Plataforma de Internet	PI2	0.732	0.728	0.56	0.84	0.632
	PI3	0.835	0.832	0.70	0.91	
	PI4	0.814	0.810	0.68	0.88	

*significativo con alpha de 0.05 para una prueba de dos colas.

** estandarizadas

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5.3, se muestran las cargas cruzadas de los indicadores reflectivos; todos ellos muestran una carga mayor en valor absoluto en el constructo al que han sido asignados, en relación con cualquier otro constructo reflectivo (Seidel y Back, 2009).

Tabla 5.3 Cargas cruzadas de los indicadores reflectivos modelo 2 (n=150)

ítem	Comparación Social	Compra Compulsiva	Influencia Interpersonal Normativa	Plataforma de Internet
CC2	0.258	0.777	0.411	0.113
CC3	0.303	0.759	0.370	0.219
CC4	0.423	0.820	0.315	0.106
CC5	0.423	0.787	0.357	0.078
CC6	0.357	0.819	0.342	0.166
IIN1	0.519	0.263	0.763	0.251
IIN3	0.528	0.421	0.807	0.383
IIN4	0.530	0.360	0.869	0.356
IIN5	0.603	0.401	0.917	0.341
IIN6	0.523	0.391	0.867	0.271
IIN7	0.568	0.458	0.886	0.289
CS1	0.700	0.297	0.343	0.120
CS2	0.820	0.304	0.505	0.118
CS3	0.795	0.274	0.422	0.268
CS4	0.802	0.398	0.521	0.204
CS5	0.813	0.435	0.541	0.129

ítem	Comparación Social	Compra Compulsiva	Influencia Interpersonal Normativa	Plataforma de Internet
CS6	0.816	0.382	0.636	0.312
PI2	0.296	0.185	0.228	0.732
PI3	0.140	0.100	0.339	0.835
PI4	0.172	0.133	0.310	0.814

Fuente: Elaboración propia.

El coeficiente Rho de Dillon-Goldsteins (índice de fiabilidad compuesta) es utilizado para evaluar la consistencia interna (Fornell y Larcker, 1981). En el modelo, el índice de fiabilidad compuesta para los constructos reflectivos, es mayor a 0.837 (tabla 5.4), excediendo el valor mínimo aceptable de 0.70 (Seidel & Back, 2009; Hair et al., 1998). En cuanto a la validez discriminante, Fornell y Larcker (1981) sugieren que un puntaje de 0.5 del AVE (por sus siglas en inglés), indica un nivel aceptable de validez discriminante. El promedio de varianza extraída (AVE) para los constructos reflectivos varía entre 0.627 y 0.727 (tabla 5.2). Tal validez, para los modelos de medición reflectivos también es demostrada cuando la raíz del promedio de varianza extraída (AVE) de cada constructo es mayor que la correlación con cualquier otra variable latente (Seidel y Back, 2009; Delić y Lenz, 2008). La tabla 5.4 compara la raíz de AVE en la diagonal de las tablas con el triángulo superior de la matriz que contiene las correlaciones entre constructos. La raíz AVE es más grande que la correlación para cada columna y fila respectiva de los constructos reflectivos, sugiriendo validez discriminante (Seidel y Back, 2009; Duarte y Raposo, 2010) y convergente aceptable (Duarte y Raposo, 2010). Chin (1998), Seidel y Back (2009), coinciden respecto a que la validez discriminante se cumple al comparar las cargas cruzadas de los indicadores asignados al constructo reflectivo, contra el resto de ellas. En el modelo, no se revelan problemas de validez discriminante, dado que todos los indicadores muestran cargas mayores en su respectivo constructo con respecto a otros constructos reflectivos (Duarte y Raposo, 2010). Las cargas cruzadas se muestran en la tabla 5.3.

Tabla 5.4 Matriz de correlaciones entre constructos y raíz de AVE mayor a las correlaciones y el índice Rho de Dillon-Goldsteins del modelo 2 (n=150)

	CS	CC	IIN	PI	Fiabilidad compuesta	Rho de Dillon Goldstein
Comparación social	0.792				0.910	0.894
Compra Compulsiva	0.448	0.793			0.894	0.853
Influencia Interpersonal Normativa	0.640	0.452	0.853		0.941	0.928
Plataforma de Internet	0.246	0.171	0.372	0.795	0.837	0.718

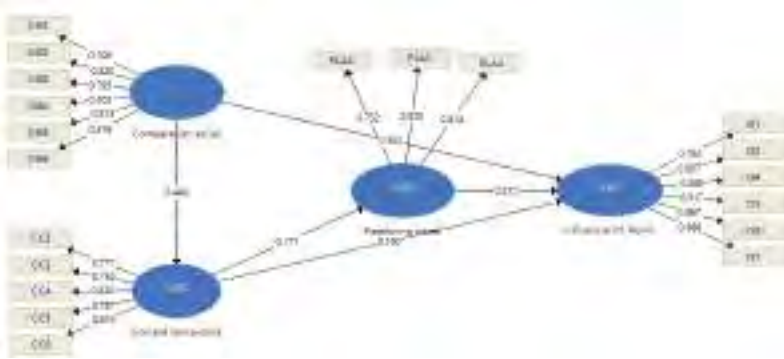
Fuente: Elaboración propia.

Modelo estructural

La técnica de bootstrap con 200 submuestras fue empleada para estimar la significancia de los coeficientes path en el modelo y comparar los estimadores estadísticamente. Los resultados del modelo propuesto (figura 5.2) respaldan el 100% de nuestras hipótesis (tabla 5.5), con un nivel de confianza del 95% de los datos (Seidel y Back, 2009), (Kenny, 2015; Ringle et al, 2015).

En la figura 5.2 se presenta el resultado del modelo contrastado en el que se exhiben los coeficientes paths y los valores de r^2 . En relación con los paths, se puede apreciar que tres de ellos cumplen con el criterio aceptable de 0,20 y significancia estadística: Comparación social (CS)-Influencia intencional normativa (IIN) (0,502, $t=7,402$), Comparación Social (CS) –compra compulsiva (0,448, $t=6,434$), plataforma de internet (PI)—influencia intencional normativa (IIN) (0,215, $t=3,409$), dos paths se encuentra por debajo de 0,20, pero son estadísticamente significativos: Compra Compulsiva (CC)- Influencia intencional normativa (IIN) (0,190, $t=2,553$), también el caso de compra compulsiva (CC) y plataforma de internet (0,171, $t=2,216$). Por otra parte, el coeficiente de determinación (r^2) valora el grado en el cual el modelo explica los datos (Seidel y Back, 2009). El modelo propuesto explica de forma moderada la compra compulsiva ($r^2=0,201$), y de forma sustancial la influencia intencional normativa ($r^2= 0,487$).

Figura 5.2 Modelo final con coeficientes path significativos



Fuente: elaboración propia.

Tabla 5.5 Evaluación de los efectos en el modelo 2

Hipótesis	Path	Coefficiente Path	P-valor	Cumplimiento de hipótesis
H1	CS -> IIN	0.502	0.000**	Validado
H2	CS -> CC	0.448	0.000**	Validado
H3	CC -> IIN	0.190	0.011**	Validado
H4	CC -> PI	0.171	0.027**	Validado
H5	PI -> IIN	0.215	0.001**	Validado

*significativo con alpha de 0.05, para una prueba de dos colas, Ho: el coeficiente path es igual a 0.

** Significativo con un nivel de confianza del 99,9%, si P<0,001.

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las cinco hipótesis planteadas, en la tabla 5.5 se aprecia que ninguna se rechaza. Los resultados evidencian que la comparación social (CS) (H1, $p=0,000^*$) incide significativamente en la influencia intencional normativa (IIN); la comparación social (CS) (H2, $p=0,000^{**}$) incide significativamente en la compra compulsiva; la compra compulsiva (CC) (H3, $p=0,011^{**}$) a su vez incide en la influencia intencional normativa (IIN). La compra compulsiva (CC) (H4, $p=0,027^{**}$) incide en el uso de la plataforma de internet (PI) y el uso de plataforma de internet (PI) (H5, $p=0,001^*$) influye positiva y significativamente en la influencia intencional normativa (IIN).

Conclusiones

En la prueba empírica se encontró que la compra compulsiva se ve influenciada por la comparación social. A su vez, la compra compulsiva influye sobre el uso de plataformas de internet (mercado libre en primer lugar seguida de Amazon y Shein), lo cual impacta también de manera significativa en la influencia interpersonal normativa misma que se ve influenciada de manera directa también por la comparación social y la compra compulsiva. Esto es indicativo de que la voluntad de compra de los individuos se ajusta a las expectativas de los demás desde el enfoque de la comparación social buscando su propia seguridad a través del comportamiento ajeno y utilizando la intermediación tecnológica para lograrlo, considerando los productos y marcas que están de moda y causan una buena impresión en las demás personas.

De acuerdo con lo expuesto por Mussweiler & Rüter (2003) la atención del consumidor a la información de comparación social influye en sus actitudes, opiniones e incluso los comportamientos hacia cierto tipo de objetos, demostrado por los resultados de (Fang, Oh, Yoon, Teng, 2019) sobre la asociación positiva existente entre el consumo de productos locales o nacionales y la susceptibilidad a la influencia interpersonal. El efecto de mediación indirecta de información de comparación social por parte del consumidor sobre el etnocentrismo del consumidor (consumo de producto local) y la intención de compra hacia productos nacionales o locales fue significativo.

Estos resultados coinciden de cierto modo con los obtenidos por Ron-gxi y Park (2021) en donde los jóvenes exhiben el proceso de comunicarse e interactuar con otros consumidores para obtener información, experiencias de consumo y opiniones, lo cual les permite tomar conciencia de la situación actual y la vida diaria de los demás, produciendo la comparación con sus pares. Esta comparación se produce en el entorno de las redes sociales relacionadas con la moda y tiene un efecto positivo en el consumo notorio y el consumo sincronizado de productos de moda.

Referencias

- BARCLAY D., Higgins, C. & Thompson, R. (1995). The Partial Least Squares Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration. *Technology Studies*, 2(2), 285-309

- BATRA, R., Homer, P. M. and Kahle, L. R. 2001. Values, susceptibility to normative influence, and attribute importance weights: A nomological analysis.. *Journal of Consumer Psychology*, 11: 115–128.
- BEARDEN, W. O., Netemeyer, R. G. & Teel, J. E. (1989). Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence, *Journal of Consumer Research*, 15 (4), 473-481.
- CLARK, R. A., & Goldsmith, R. E. (2006). Interpersonal Influence and Consumer Innovativeness, *International Journal of Consumer Studies*, 30(1), 34–43.
- CRONBACH, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297–334.
- CHIN, W. W. y Newsted, P. R. (1999) Structural Equation Modeling Analysis With Small Samples Using Partial Least Squares. In: Statistical Strategies for Small Sample Research, Hoyle, R.H. (ed.), pp. 307-341. SAGE Publications, Thousand Oaks.
- CHIN, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. En G. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (pp.295-336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- DELIĆ, D. y Lenz H-J. (2008). Benchmarking User Perceived Impact for Web Portal Success Evaluation, *JIOS*, 32 (1), 1-14.
- DUARTE P. A. O. y Raposo M. L. B. (2010). A PLS Model to Study Brand Preference: An Application to the Mobile Phone Market. Esposito Vinzi et al. (eds.) *Handbook of Partial Least Squares*, Springer Handbooks of Computational Statistics: Heidelberg.
- FANG, Y., Oh, H-M., Yoon, K-Ch., Teng, Z. (2019). Social Comparison Information, Ethnocentrism, National Identity Associated with Purchase Intention in China. *Journal of Distribution Science*. 17(5). 39-50.
- FESTINGER, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- FORNELL, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- GARSON, G. D. (2010). Multiple Regression. Desde: Web del Statnotes: Topics in Multivariate Analysis de North Carolina State University: <http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/PA765/regress.htm#multicollinearity>
- GARTHWAITE, P.H. (1994). An Interpretation of partial least squares. (425), 122-127.

- HAIR, J. F., Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). London: Prentice Hall International.
- HENSELER, J., Ringle, C. M. & Sinkovics, R. R. (2008). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing, *Advances in International Marketing*, 19, 1-43.
- HULLAND, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20, 195-204.
- HSIEH, K-Y.; Hsiao, R.C.; Yang Y-H.; Lee, K-H, and Yen, Ch-F. (2019). Relationship between Self-Identity Confusion and Internet Addiction among College Students: The Mediating Effects of Psychological Inflexibility and Experiential Avoidance. *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 16. 3225.
- JIAT Chow Tan, S.H. Annabel Chen, and Yin-Leng Theng (2015) ,”Do Asians Keep Up With the Joneses? a Process Perspective on How Susceptibility to Interpersonal Influence and Materialistic Orientation Predict Compulsive Buying”, in AP - Asia-Pacific Advances in Consumer Research. Volume 11, eds. Echo Wen Wan and Meng Zhang, Duluth, MN : *Association for Consumer Research*, Pages: 262-263
- KENNY, D.A. (2015). Mediation. <http://davidakenny.net/cm/mediate.htm>
- KOTLER, P. & Keller, K.L. (2009). *Marketing Management*. Twelfth Edition. New Jersey. Pearson Prentice Hall. Inc.
- KOTLER, Philip & Armstrong Gary (2013). *Fundamentos de Marketing*. Décimo primera edición. México: Pearson Educación. P.648
- LE, M.T.H. (2020) Social comparison effects on brand addiction: A mediating role of materialism. *Heliyon* 6. 1-9.
- LEE C, Aiken KD, Hung HC. (2012). Effects of college students' video gaming behavior on self-concept clarity and flow. *Social Behavior and Personality: An International Journal*; 40:673-679
- LENNOX, R. D., & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the Self-Monitoring Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(6), 1349-1364.
- MALHOTRA, N.K. (2008): *Investigación de mercados. Un enfoque aplicado*. McGraw-Hill. México. P. 709.
- METTEE, D. R., & Riskind, J. (1974). Size of Defeat and Liking For Superior and Similar Ability Competitors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10(4), 333-351.

- MUSSWEILER, T., & Rüter, K. (2003). What Friends are for! The Use of Routine Standards in Social Comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(3), 467-481.
- NUMALLY, J. (1978). *Psychometric Theory*. 2ª ed. MacGraw-Hill. New York.
- RINGLE, C. M., Wende, S. y Becker, J. M. (2015) "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
- ROBERTS, James A., Chris Manolis and John F. Tanner Jr. (2008). Interpersonal influence and adolescent materialism and compulsive buying. *Social Influence*, 3(2), 114-131
- RONGXI, S., Park, M. (2021). The Effect of Fashion-Related SNS Usage Motivation on Consumers' Social Comparison and Purchase Behavior. *Fashion & Text. Res. Journal*. 23(2). 186-199.
- SALIM, M., Alfansi, L., Darta, E., Anggarawati, S., Amin, A. (2019): Indonesian Millennials Online Shopping Behavior. *International Review of Management and Marketing*, 2019, 9(3), 41-48.
- SEIDEL, Gunter & Back Andrea (2009). Success factor validation for global Erp.17th. European Conference on Information Systems. Manuscript ID: ECIS2009-0098.R1. Submission Type: Research Paper.
- SHARIF, S.P.; Khanekharab, J. (2017). Identity confusion and materialism mediate the relationship between excessive social network site usage and online compulsive buying. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20, 494-500.
- SHIM, S. 1996. Adolescent consumer decision-making styles: The consumer socialization perspective.. *Psychology & Marketing*, 13: 547-569.
- TENENHAUS, M., Vinzi, V.E., Chatelin, Y.-M. y Lauro C. (2005). "PLS pathmodeling," *Computational Statistics and Data Analysis*. 48(1), 159-205.
- THIÉTART, R. A. (2001). *Doing management research: a comprehensive guide*. Sage Publications Ltd.
- WOOTEN, D. B. and Reed, A. II. 2004. Playing it safe: Susceptibility to normative influence and protective self-presentation.. *Journal of Consumer Research*, 31: 551-556.
- YURCHISIN, J., Johnson, K.K., 2004. Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem, and apparel-product involvement. *Fam. Consum. Sci. Res. J.* 32 (3), 291-314.

Capítulo 6

Análisis del desarrollo socioeconómico del sector turismo en Quintana Roo mediante el método econométrico

MARÍA DE JESÚS PÉREZ HERVERT¹

RITA ELIZABETH CHABLÉ IUIT²

Introducción

El turismo y su impacto sobre el desarrollo socioeconómico ha sido objeto de análisis desde diferentes perspectivas a lo largo del tiempo. Su justificación reside en las políticas nacionales emprendidas al término de la Segunda Guerra Mundial y que, en los últimos años, ha cobrado mayor importancia debido a las disparidades regionales en el desarrollo económico. Por tanto, el objeto de este artículo es, primero realizar un análisis de las principales teorías de desarrollo y su relación con algunas variables sociales y económicas. Seguido, abordar el turismo y sus referentes teóricos con el propósito de analizar su relación y los efectos en el desarrollo de una región. Luego, presentar la metodología que se utiliza como base para realizar el análisis del desarrollo socioeconómico, en el que se aplica un modelo econométrico que incluye variables para medir el impacto de la actividad turística sobre diversos aspectos socioeconómicos del estado de Quintana Roo, México para el período 2010-2015. Inmediatamente, presentar los resultados divididos en dos partes. Por un lado, los índices de desarrollo humano y, por el otro lado, los modelos econométricos con sus respectivas pruebas de heterocedasticidad, autocorrelación y de multicolinealidad. Finalmente, mostrar las principales conclusiones derivadas del análisis estadístico realizado y las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación.

¹ Profesor-Investigador, Universidad de Quintana Roo. Email: hervert@uqroo.edu.mx

² Secretaría de Finanzas y Planeación del Gobierno del Estado de Quintana Roo. Email: elizabeth74312@hotmail.com

Marco teórico

El desarrollo socioeconómico se puede considerar como un fenómeno complejo, que no se presenta de manera homogénea, mostrando desequilibrios y disparidades regionales en los niveles de vida de las poblaciones en donde se llevan a cabo actividades económicas de manera intensiva.

El concepto de desarrollo como tal, ha dado paso a diversas ópticas y enfoques teóricos para explicarlo. El término es conocido como progreso, como civilización, evolución, riqueza y crecimiento. Los economistas clásicos consideraban que la riqueza era indicadora de prosperidad o decadencia de las naciones, citado por Valcárcel (2006). En la década de los años cuarenta, después de la segunda guerra mundial, el concepto de desarrollo cobró bastante importancia, y, desde ese tiempo han salido a la luz diversas teorías y modelos para explicar la forma en que los países subdesarrollados puedan acceder a la categoría de desarrollados, teniendo como objetivo el aumento de los bienes y servicios. De ahí que la idea de desarrollo se limita al crecimiento económico de países o regiones.

Sin embargo, una visión más amplia de este concepto considera también otros aspectos, como las dimensiones social, humana, ambiental y territorial (Meixueiro, 2008). A diferencia del desarrollo, el crecimiento económico se considera una parte más del desarrollo económico, basándose esencialmente en el aumento del ingreso de un país o región siendo sus principales indicadores el producto interno bruto (PIB) y el ingreso nacional bruto (INB), (Banco Mundial, 2015).

En relación con el desarrollo, existen autores como Walt Rostow o Amartya Sen que han escrito sobre este tema. Van desde la vieja generación de economistas del desarrollo, que abarca desde la década de los cincuenta a mediados de los setenta, y la nueva generación a finales de los setenta hasta nuestros días. Después de la segunda guerra mundial, inicia el auge del tema del desarrollo, en donde los países en desarrollo comienzan a investigar opciones para fortalecer su propio desarrollo. Si bien es cierto que ya se hablaba de desarrollo con los economistas clásicos, este se limitaba solo a considerar el crecimiento económico (Meier, Stiglitz, & Kaushik, 2001).

En la primera etapa del pensamiento sobre desarrollo, se encuentran las teorías de modernización, dependencia, globalización, entre otras. En la segunda etapa, se considera ya como rasgo importante el beneficio que el crecimiento económico debería generar sobre el factor humano, con

variables como el ingreso, la educación, salud, etc. La primera etapa se desarrollará de manera general y en la segunda se profundizará un poco más, debido a que este trabajo se basa en estas últimas teorías.

En relación con la teoría de la Modernización, esta se enfoca en considerar que las sociedades modernas son más productivas, y por tanto hay una mejor educación y, en general, la población tiende a recibir mayores beneficios. Los supuestos de esta teoría se fundamentan en la percepción de la modernización como un proceso realizado en etapas, y se basan en la teoría de desarrollo económico de W. Rostow (1961). Los supuestos sugieren que para que una nación pase de un nivel a otro, se tiene que llevar a cabo a través de un proceso que incluye: la sociedad tradicional, precondition para el despegue, el proceso de despegue, marcha hacia la madurez y una sociedad de alto consumo masivo, citado por Reyes (2001).

La Teoría de la Dependencia, por su parte, surge en la década de los cincuenta y explica que el subdesarrollo se produce debido a la subordinación de los países desarrollados y que estas economías crecen más en comparación con los países subdesarrollados que, a su vez, tienden a ser más débiles. Entre los principales impulsores de esta teoría se encuentran André Gunder Frank, Raúl Prebisch, Theotonio Dos Santos, Enrique Cardoso, Edelberto Torres-Rivas y Samir Amin. Más tarde, en la década de los ochenta surgen nuevos estudios para la teoría de la dependencia impulsados por Cardoso y Falleto en el que consideran que las relaciones de los países pueden ser transformadas en elementos positivos para el desarrollo de los países de la periferia. Otra de las teorías es el de la globalización, esta resalta (Vargas, 2006) las transacciones económicas y sus relaciones políticas y financieras perpetrados con la participación del desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación. Sin embargo, enfatiza que los países que lograron alcanzar un desarrollo en sus economías fueron aquellos que salvaguardaron sus mercados.

En los inicios de los cincuenta, los economistas del desarrollo formularon modelos de estrategias, que implicaban cambios estructurales y anteponian al gobierno como centro en la planeación del desarrollo, con el objetivo de incrementar el ingreso per cápita, el incremento del Producto Interno Bruto (PIB) y la acumulación de capital. Entre esta corriente se encuentran los modelos de crecimiento de Solow (1956), la teoría de las etapas de crecimiento de Rostow (1957) y el modelo de Lewis (1952), estos muestran una fuerte participación del estado. De acuerdo con estos modelos, un estado desarrollista, debe de promover la acumulación de

capital, utilizar los excedentes de mano de obra, desarrollar políticas de industrialización, diseñar políticas proteccionistas frente al comercio exterior a través de la sustitución de importaciones y coordinar la distribución de los recursos mediante la planeación y la programación (Meier, Stiglitz, & Kaushik, 2001).

En la década de los sesenta, comienza a tener importancia el factor humano y su calidad de vida, estimando que el desarrollo surgía de la adquisición de conocimientos, asociado a una mejor salud y nutrición de la población, que, a su vez, resultaba en un incremento de destrezas toda vez que incrementaban la productividad de los factores (Reyes, 2001). Con este enfoque se presentaron dos corrientes, la primera con una visión muy ambiciosa y la segunda con una visión más realista. Esta última se centró en un modelo de micro estudio y tomó como base de estudio a las unidades productivas y los hogares. Por lo que facultó determinar el comportamiento de los hogares y de las inversiones en capital humano, educación y salud (Arrow, 1988). Con esta corriente se afirmó que la distribución del capital era más importante que su acumulación. Por lo que se dio paso al proceso de crecimiento de una forma microeconómica.

El razonamiento de desarrollo económico entre las dos corrientes era diferente, para la primera corriente, el objetivo era el aumento del ingreso per cápita con el consiguiente incremento del PIB. Para la segunda, era el cambio y el crecimiento lo que implicaba todavía más que el crecimiento del PIB. Era crecimiento de calidad y esto significaba reducción de pobreza, distribución equitativa y protección ambiental (Meier, Stiglitz, & Kaushik, 2001). Otro estudioso de esta corriente (Sen, 2000) también mencionó que el aumento del ingreso puede contribuir para lograr otros valores, tales como el desarrollo humano.

Partiendo de esos preceptos, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), desarrolló el Índice de Desarrollo Humano (Meier, Stiglitz, & Kaushik, 2001). Este indicador del progreso de una nación consiste en un promedio ponderado del logro educativo y el nivel de alfabetismo de un país, la esperanza de vida de los ciudadanos y el ingreso per cápita del país. El Banco Mundial también realizó una contribución importante al desarrollo, que denominó “desarrollo en sociedad”. El cual, engloba los derechos humanos básicos, como el acceso a un sistema legal justo, alfabetismo y buena salud (Meier, Stiglitz, & Kaushik, 2001). Paul Streeten (1994) los clasificó en dos categorías: desarrollo de recursos y progreso humanitario, que tiene que ver con la equidad y la reducción

de la pobreza. De manera que el desarrollo debe impulsar una sociedad civil saludable, y en general, mejorar el nivel de vida de la población menos favorecida.

Así, el Índice de Desarrollo Humano (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 1990) es un indicador que tiende a reflejar el concepto de desarrollo humano a partir de tres variables: una vida larga y saludable, acceso a la educación y acceso a todos los recursos necesarios para una vida digna. Tiene por objetivo (Varisco, 2008) generar información posicional de los países. Particularmente, 1.- Esperanza de vida de la población de un país (Longevidad), 2. - Tasa de educación de adultos, matrícula de los niveles primaria, secundaria y terciaria (Educación), y 3.- Producto interno bruto (PIB) per cápita (Ingreso per cápita). El resultado es un índice global, cuyo rango se extiende desde uno como valor máximo, hasta cero como valor mínimo. El cual, permite clasificar a los países según su desarrollo humano como alto, medio o bajo. El desarrollo económico es un proceso que reúne aspectos importantes para el bienestar de un país o región (Meixueiro, 2008).

Turismo y Desarrollo Socioeconómico

Con relación a las actividades económicas consideradas como claves para impulsar el desarrollo, el turismo ha venido jugando un importante papel en las últimas décadas, sin embargo, diversos acontecimientos y debates del desarrollo han puesto en entredicho esta aseveración sobre el turismo.

Desde la segunda mitad del siglo veinte y hasta nuestros días, el tema turismo ha sido abordado por varios autores y estudiosos del tema del desarrollo, en el que mencionan que en los últimos setenta años el turismo ha mostrado cambios radicales y, que actualmente, está viviendo una etapa de desarrollo y crecimiento destacables.

Durante la Primera y Segunda Guerra Mundial, así como la crisis de los años treinta, el sector turístico se vio frenado por factores que paralizaron el turismo mundial hasta bien 1949 (Altamira & Muñoz, 2007). Después de la Segunda Guerra Mundial, este experimentó un crecimiento acelerado debido a varios factores tales como: los bajos costos del automóvil, la recuperación económica de la postguerra de mediados de los años 50, la estabilidad política y económica generada por la Guerra Fría, así como la llegada del Mercado Común, la caída del comunismo, entre otros factores. De manera que, entre 1950 y 1998, el número de turistas internacionales aumentó en veinticinco veces, pasando de 25 a 650

millones (Gordon, 2012). Más tarde, a inicios del siglo XXI, el turismo mundial alcanzó un récord en los intercambios de dinero como categoría industrial, con facturas de turismo internacional estimadas en el 8% del valor del total del comercio mundial.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2011) indica que se llevó a cabo un desplazamiento de 698 millones de turistas a nivel mundial (Gordon, 2012). Esto generó que la apreciación de esta actividad como un factor determinante para el desarrollo económico, tanto distribuidor de ingresos como generador de divisas. No obstante, que desde los años setenta se tuviera conocimiento del turismo como factor de crecimiento, también se sabía que trae consigo problemas colaterales especialmente en el lugar donde se lleva a cabo dicha actividad.

Generalmente, el análisis del turismo tiende a realizarse desde la perspectiva de la demanda y no de la oferta, donde se toma en consideración todos los requerimientos de los turistas, lo cual a su vez involucra a otros sectores económicos y actividades, consecuentemente, el turismo tiene un impacto importante en la economía. Lo cual, a su vez, motiva a las instituciones gubernamentales de los países a considerar del turismo como una actividad importante para el fomento del crecimiento económico. De ahí la consideración del turismo como una actividad de origen social con gran trascendencia en la economía (Castro, 2009), en la política y el medio ambiente.

El turismo como modelo del desarrollo de las naciones inició en la década de los años sesenta, a partir de que la (OCDE) afirmó que la actividad turística contenía los elementos apropiados para el desarrollo (De Kadt, 1991) debido a su efecto multiplicador en la economía. No obstante, el efecto de esta actividad varió dependiendo de la estructura económica del país en el que se realice, (Castro, 2009). Así que, desde hace ya mucho tiempo, el turismo se ha presentado como motor de desarrollo y crecimiento económico con perspectivas para la creación de empleo, equilibrar la balanza de pagos, atraer inversiones, entre otros aspectos (Cañada & Gascon, 2006). Sin embargo, los resultados han sido diferentes debido a que su impacto ha sido negativo para algunos sectores de la población y, también, para el medio ambiente.

Antes de los setenta, pocos investigadores se daban la tarea de analizar al turismo desde el punto de vista de la oferta, en estudiar los costos económicos y sociales que representaba para las poblaciones que ofrecían esta actividad. No es sino hasta los años ochenta cuando surge el interés

por indagar los efectos producidos en las regiones turísticas. Es en ese entonces cuando se cuestiona el impacto del turismo y se plantea que no solo aporta beneficios y ventajas, sino que también genera un daño en las regiones receptoras, tales como consecuencias socioculturales y ambientales adversas (Tarlombani, 2009).

Castro (2009) menciona que, a pesar de tener conocimiento de los efectos generados por el turismo en las regiones, las instituciones gubernamentales siguen promoviendo al turismo como eje de desarrollo, debido a su gran participación en el PIB y a su función de arrastre de la economía de las naciones, adicionalmente, por su influjo en diversas actividades económicas.

Así mismo, al turismo se le relaciona con el desarrollo regional debido a que se realiza en un ámbito espacial denominado región (Sepúlveda, 2001), lo cual ha generado puntos divergentes entre los estudiosos del tema debido a las modificaciones de las estructuras regionales en donde se realizan dichas actividades, el surgimiento de los polos de desarrollo y los corredores turísticos que revaloraron más los efectos del turismo sobre las regiones (Castro, 2009).

El efecto multiplicador del turismo establece encadenamientos hacia delante y hacia atrás en diversas de las actividades económicas, impulsando la economía de las regiones, generando empleos, modificando la estructura de ingresos y el consumo, pero también generando inflación, abasto insuficiente de alimentos y otros bienes para las poblaciones residentes, movimientos poblacionales que demandan servicios públicos, vivienda, entre otros, (Castro, 2009).

Metodología

La metodología que se empleó en esta investigación es la construcción de modelos con el objetivo de analizar la influencia económica que tiene el turismo sobre determinadas variables. El método de análisis de la información que se utiliza es el de construcción de modelos econométricos con el apoyo de la Metodología del Índice de Desarrollo Humano (IDH) que, a su vez, es desarrollado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

La información de los índices fue obtenida en los municipios del estado de Quintana Roo a través del Sistema de Cuentas Nacionales del INEGI, con el propósito de conocer la situación actual imperante en la

geografía estatal en cuanto al desarrollo social de la población, para realizar más adelante, una comparación con los resultados obtenidos a partir del método econométrico.

El Índice de Desarrollo Humano tiene como objetivo medir el conjunto de capacidades y libertades que tienen los individuos para elegir entre formas de vida alternativa (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], 1990). Para ello, se toman en cuenta tres dimensiones básicas para el desarrollo: 1) la posibilidad de gozar de una vida larga y saludable (Índice de Salud); 2) la capacidad de adquirir conocimientos (Índice de Educación); 3) la oportunidad de tener recursos que permitan un nivel de vida digno (Índice de Ingreso). Para este caso de estudio, el objetivo fue conocer el grado de desarrollo social que han alcanzado las regiones del estado en los últimos años.

Sobre el IDH en el estado de Quintana Roo, el PNUD en el año 2010 elaboró el Índice de Desarrollo Humano de los municipios de México, el cual se tomó como base para elaborar los cálculos con datos del año 2014, a partir de datos arrojados por el INEGI 2010. Se calcularon los índices de salud, educación e ingreso de los municipios del estado de Quintana Roo, conformado por Solidaridad, Othón P. Blanco, Benito Juárez, José María Morelos, Isla Mujeres y Lázaro Cárdenas. La fórmula de cálculo del IDH se expresa de la siguiente manera:

$$IDH = IE^{1/3} * IS^{1/3} * II^{1/3} \quad (1)$$

Después de calcularse los IDH, se calcularon los modelos econométricos para cada uno de los índices. El método econométrico que se va a utilizar (Gujarati & Porter, 2009) tiene la siguiente expresión:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \quad (2)$$

Donde:

Y = es la variable endógena o variable explicada

X_1 y X_2 = son las variables exógenas o explicativas de Y

En la realización de este trabajo, se plantearon dos objetivos: 1. Determinar el impacto que ha generado la actividad turística sobre el aspecto socioeconómico de las distintas regiones del estado de Quintana Roo, durante el periodo de 2010-2015 y 2. Analizar cuál ha sido el grado de desarrollo de la actividad turística en las distintas regiones del estado de Quintana Roo, México, durante el periodo 2010-2015. Con estos objetivos se pretende explicar si el turismo ha influido en el desarrollo socioe-

conómico del estado o simplemente ha sido un modelo fallido, que no ha generado beneficios a los habitantes de Quintana Roo.

Para cumplir con lo anterior se planteó la siguiente hipótesis de investigación:

H1: Existe una relación directa entre la actividad turística y el desarrollo social y económico en el estado de Quintana Roo.

Resultados

Se analizaron las implicaciones que ha generado el turismo en el estado de Quintana Roo en determinadas variables sociales y económicas de la población, haciendo hincapié al nivel de desarrollo social que se presenta en la actualidad. Con el propósito de conocer el nivel de participación que ha tenido la actividad turística en dichos aspectos, en primera instancia se analiza el nivel de desarrollo humano que han alcanzado las distintas regiones del estado, posteriormente se realizan las regresiones de los modelos econométricos para conocer si el turismo tiene relación con los principales aspectos sociales y económicos de la entidad.

Índice de Desarrollo Humano en el Estado de Quintana Roo

El objetivo de este es conocer el grado de desarrollo social que se ha alcanzado en las regiones del estado en los últimos años. Uno de los métodos aceptados a nivel mundial para medir el grado de desarrollo social es el Índice de Desarrollo Humano, desarrollado por la Organización de las Naciones Unidas a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (Meixueiro, 2008).

Sobre el IDH en el estado de Quintana Roo, el PNUD en el año 2010 se dio a la tarea de medir el Índice de Desarrollo Humano de los municipios de México y para el estado de Quintana Roo, se consideraron los municipios, Solidaridad, Othón P. Blanco, Benito Juárez, José María Morelos Isla Mujeres y Lázaro Cárdenas. Cabe señalar que dicho cálculo fue realizado en el año 2014 con datos arrojados por el INEGI (2010). A continuación, se presenta la siguiente tabla con las dimensiones de Desarrollo Humano en Quintana Roo del año 2010 de Salud, Educación e Ingreso, tabla 6.1.

Tabla 6.1 Dimensiones de Desarrollo Humano en Quintana Roo del año 2010

Componente	Promedio Estado de Quintana Roo
Índice de Salud	0.866
Índice de Educación	0.691
Índice de Ingreso	0.731

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede decir que el Índice de Desarrollo Humano del estado de Quintana Roo es de 0.759 en 2010 (Oficina de Investigación en Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México, 2014).

El municipio de Benito Juárez (ubicado en la región norte del estado) es uno de los presentó mayor desarrollo (0.781). En contraste, el municipio de Lázaro Cárdenas (ubicado en la zona maya) registró el valor de 0.651, es el de menor desarrollo humano. La brecha entre ambos municipios es de 21.3% (Oficina de Investigación en Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México, 2014). Asimismo, la mayor brecha que se observó entre los municipios se encuentra en el Índice de Educación. Lo que significa que en este índice se observa una mayor desigualdad al realizar la comparación de los resultados obtenidos en materia de educación de cada municipio.

El Índice de Desarrollo Humano es un método que sirve para valorar el grado de desarrollo social de alguna región de un país, sin embargo, para valorar el grado de influencia que tiene alguna actividad productiva sobre el desarrollo social y económico de una región es necesario utilizar otros métodos para medir dicho grado de influencia, por lo que se complementará el análisis con el método de regresiones econométricas.

Cabe mencionar que los municipios en el estado de Quintana Roo presentan muchas desigualdades económicas, así, los municipios con mayor índice de pobreza y pobreza extrema son los municipios de José María Morelos, Felipe Carrillo Puerto y Lázaro Cárdenas, todos ubicados en la zona maya del estado. En contraste los municipios de Benito Juárez y Solidaridad, que muestran una menor pobreza, están ubicados en la zona norte, región en la que se practica la mayor actividad turística, (CONEVAL, 2010).

Las actividades más preponderantes y que contribuyen de mayor manera al PIB estatal, son las actividades terciarias, referente al rubro de las actividades turísticas y unidades económicas dedicadas al turismo. El PIB de este sector tuvo un incremento sustancial durante el periodo del 2010 al 2015 que pasó de 150,756.81 a 194,352.86 millones de pesos, comparado con el PIB del sector primario que tuvo un incremento muy pobre en ese periodo, pasando de 1,398.93 a 1,429.26 millones de pesos. A partir de cifras, es evidente la gran diferencia que existe entre ambos sectores en cuanto a la generación de ingresos, poniendo en evidencia la falta de desarrollo del sector primario en el estado. Así mismo, el sector secundario se encuentra insuficientemente desarrollado y cuenta con muy poca participación en la economía, ya que pasó de 23,057.64 a 27,653.11 millones de pesos.

Para realizar las estimaciones econométricas se seleccionaron las siguientes variables: la afluencia de visitantes al estado durante el período de 2010 a 2015 y la inversión extranjera por concepto de turismo realizada en el estado para el mismo período de tiempo, ambas como variables independientes.

Las variables dependientes por utilizar son: población con servicios públicos de salud, la población estudiantil, las personas empleadas, el PIB total a nivel estatal, el PIB de las actividades primarias, el PIB de las actividades secundarias y el PIB de las actividades terciarias, todas a nivel estatal.

Se realizaron dos tipos de pruebas: uno para las regresiones con sus respectivas pruebas de eficiencia para los modelos econométricos, mediante el paquete estadístico o software de Econometric Views (Eviews 8). Y, posteriormente, se ejecutaron las pruebas de serie de tiempo estacionarias de Dickey Fuller Aumentada y la de Kwiatkowski–Phillips–Schmidt–Shin (KPSS), tabla 6.2.

En cuanto a la prueba Dickey Fuller Aumentada (raíz aumentada) cuando se aplicó a las series de tiempo se obtuvieron distintos resultados para las distintas series, unas de estas presentaron estacionariedad y otras no, por lo que se decidió realizar solo la prueba KPSS, toda vez que es considerada como más precisa para este tipo de análisis.

Tabla 6.2 Resultados de la Prueba Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin test statistic

		Servicios Salud	Afluencia de visitantes	Inversión extranjera por turismo	Población estudiantil
	Level	LM-Stat	LM-Stat	LM-Stat	LM-Stat
Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin test statistic		0.422758	0.388703	0.194156	0.405551
Asymptotic critical values*	1%	0.739	0.739	0.216	0.739
	5%	0.463	0.463	0.146	0.463
	10%	0.347	0.347	0.119	0.347
	Población ocupada	PIB estatal	PIB primario	PIB secundario	PIB terciario
	LM-Stat	LM-Stat	LM-Stat	LM-Stat	LM-Stat
Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin test statistic	0.42104	0.41179	0.220013	0.353518	0.415103
Asymptotic critical values*	0.739	0.739	0.739	0.739	0.739
	0.463	0.463	0.463	0.463	0.463
	0.347	0.347	0.347	0.347	0.347

* Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (1992)

Fuente: Elaboración propia.

La prueba KPSS se basa en la regresión lineal. Se divide una serie en tres partes: una tendencia determinista (βt), una caminata aleatoria (rt) y un error estacionario (ϵt), con la ecuación de regresión:

$$yt = rt + \beta t + \epsilon t \quad (3)$$

Las hipótesis por comprobar con esta prueba son:

H_0 : La serie es estacionaria en tendencia.

H_1 : La serie no presenta estacionariedad en tendencia

Si el estadístico de KPSS > que el valor crítico se rechaza H_0 (No existe proceso estacionario).

Si el estadístico de KPSS < que el valor crítico se acepta H_0 (Si existe proceso estacionario).

De acuerdo con los datos obtenidos, se observa en la tabla 6.2 que el estadístico de KPSS para el caso de Servicios de Salud fue de 0.422758 menor que el valor crítico al 5%, por lo que se puede afirmar que existe evidencia suficiente para aceptar la hipótesis nula que menciona que Servicios Salud sigue un proceso estacionario en tendencia, esto es:

$$\text{Statistic-KPSS (0.422758)} < 5\% \text{ valor de tabla (0.463000)}$$

De la misma manera se realiza el análisis de los estadísticos KPSS para el resto de las variables en estudio:

Afluencia de Visitantes: Statistic-KPSS (0.388703) < 5% valor de tabla (0.463000)

Inversión Extranjera: Statistic-KPSS (0.194156) < 1% valor de tabla (0.216000)

Población Estudiantil: Statistic-KPSS (0.405551) < 5% valor de tabla (0.463000)

Población Ocupada: Statistic-KPSS (0.421040) < 5% valor de tabla (0.463000)

PIB estatal: Statistic-KPSS (0.411790) < 5% valor de tabla (0.463000)

PIBPrim: Statistic-KPSS (0.220013) < 5% valor de tabla (0.463000)

PIBSec: Statistic-KPSS (0.353518) < 5% valor de tabla (0.463000)

PIBTerc: Statistic-KPSS (0.415103) < 5% valor de tabla (0.463000)

De acuerdo con estos resultados se afirma que se acepta la hipótesis nula, y se concluye que todas las series son estacionarias en tendencia. Esto es, los datos muestran confiabilidad para realizar las regresiones econométricas.

Para realizar dicho análisis se diseñaron siete modelos econométricos (salud, población estudiantil, población ocupada, PIB Estatal, PIB actividades primarias, secundarias y terciarias) cuyos resultados obtenidos reflejarían si la actividad turística tiene o no influencia sobre las variables socioeconómicas más importantes en el Estado de Quintana Roo.

Cabe mencionar que a cada uno de los modelos se les realizó las pruebas de heterocedasticidad, autocorrelación y de multicolinealidad para comprobar si los estimadores obtenidos en cada una de las regresiones son confiables, es decir que sean MELI (Mejores Estimadores Lineales Insesgados).

El modelo econométrico de la regresión para todos los modelos sigue la siguiente expresión:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \quad (4)$$

Donde:

Y = es la variable endógena o variable explicada

X_1 y X_2 = son las variables exógenas o explicativas de Y

A continuación, se presenta los resultados de los modelos econométricos, iniciando con la variable de servicios de salud como variable dependiente y las variables afluencia de visitantes e inversión en turismo, como variables independientes, el resultado es el siguiente:

Tabla 6.3 Resultados de la regresión variable Servicios de Salud

Variable	Coefficiente	Prob.
C	-145964.6	0.23
Afluencvisit	0.08075	0.0015
Inveretur	14.87503	0.0558
R-squared	0.978068	
S.E.of regresion	21652.67	
F-statistic	66.89319	
Prob (F-statistic)	0.003248	

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la tabla 6.3, el contraste de regresión que se obtuvo es de p-valor obtenido, 0.003248. Por tanto, a un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe relación lineal entre las variables y el contraste sobre los coeficientes de regresión individuales. Se observa que, los valores de la constante (0.23), *afluencvisit* (0.0015) y *Inveretur* (0.0558) son menores que 0.05. Por lo tanto, para un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula planteada, esto es, para el caso de la variable *Afluencvisit* (B_1), se rechaza la hipótesis nula donde $H_0=B_1=0$ y se acepta la hipótesis alterna $H_1:B_1 \neq 0$. Por tanto, se considera que B_1 es significativo y explica a la variable dependiente, para el caso de la variable *Inveretur* (B_2), el valor de $p > 0.05$, por lo que no es significativo y no explica a la variable dependiente, se acepta la Hipótesis Nula, la inversión turística no influye sobre la variable dependiente.

El modelo de regresión lineal múltiple se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Servicios de salud} = -145964.6 + 0.08075 * \text{Afluencvisit} + 14.87503 * \text{Inveretur}$$

Así mismo se muestra que el valor de S.E. de regresión fue de 21652.67 y respecto a la bondad del ajuste del modelo, el coeficiente de determinación R^2 arrojó un valor de 0.978068, lo que indica que el 97% de toda la variabilidad que tiene el fenómeno relativo a Servicios de Salud puede ser explicado por las variables Afluencia de Visitantes e Inversión Extranjera en Turismo.

En cuanto a las pruebas de Heterocedasticidad, Autocorrelación y Multicolinealidad, se obtuvo como resultado que el modelo no presenta Hete-

rocedasticidad, al aplicarse la prueba de White se obtiene un resultado de $\text{Obs}^*\text{R-squared} = 1.786830$. Tomando como referencia la tabla estadística ji-cuadrada con dos grados de libertad y al 95% de confianza, este resultado nos indica que el modelo tiene varianza mínima, y no presenta heterocedasticidad. Los datos obtenidos en el modelo de regresión son confiables.

Sobre la Autocorrelación de utilizó la prueba Breusch-Godfrey, la cual arrojó un resultado de $\text{Obs}^*\text{R-squared} = 2.137691$, en la tabla ji-cuadrada con dos grados de libertad a un 95% de confianza, este resultado indica que el modelo no presenta problemas de autocorrelación, los términos de error del modelo no se encuentran correlacionados, lo que hace obtener resultados confiables.

La prueba de Multicolinealidad fue el de Factor de Inflación de las Varianzas y el resultado fue de 1.000612 y 1.000612 para cada variable independiente, que al ser menores de 10 nos indica que las dos variables independientes no están relacionadas o no presentan problemas de multicolinealidad. Hay que destacar que al ser las mismas variables independientes en todos los modelos ya no fue necesario aplicar la prueba de multicolinealidad para los siguientes modelos. Así mismo, cabe mencionar que se aplicaron las mismas pruebas de Heterocedasticidad y Autocorrelación a todos los modelos.

En la siguiente tabla 6.4 se presentan los resultados del modelo de regresión de la variable Población Estudiantil, que se obtuvo a partir de los datos del 2010 al 2015 de la población estudiantil.

Tabla 6.4 Resultados de la regresión variable Población Estudiantil

Variable	Coefficiente	Prob.
C	180972.4	0.0001
Afluencvisit	0.015919	0.0001
Inveretur	2.684115	0.0041
R-squared	0.997261	
S.E. of regression	1486.342	
F-statistic	546.1164	
Prob (F-statistic)	0.000143	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior el contraste de regresión que se obtuvo fue de p-valor obtenido de 0.000143, por tanto, a un nivel de significación del 5% se re-

chaza la hipótesis nula $H_0=B_1=0$ y se acepta la hipótesis alterna $H_1:B_1 \neq 0$, y se concluye que existe relación lineal entre las variables. El contraste sobre los coeficientes de regresión individuales se generaron los siguientes valores, constante (0.0001), *afluencvisit* (0.0001) y *Inveretur* (0.0041) todos los valores fueron menores que 0.05, para un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula planteada y se acepta la hipótesis alterna, tanto B_1 como B_2 explican a la variable dependiente. Respecto a la bondad del ajuste del modelo, el coeficiente de determinación R^2 arrojó un valor de 0.997261, lo que indica que el 99% de toda la variabilidad que tiene el fenómeno relativo a la Población Estudiantil puede ser explicado por las variables Afluencia de Visitantes e Inversión Extranjera en Turismo.

Al realizarse la prueba de Heterocedasticidad se obtuvo un resultado de $Obs \cdot R\text{-squared} = 3.192141$, al compararse con el resultado con la tabla ji-cuadrada, con dos grados de libertad y 95% de confianza, se considera que el modelo no presenta heterocedasticidad, lo que lleva a obtener resultados significativos y confiables, en cuanto a la prueba de Autocorrelación se obtuvo un resultado de $Obs \cdot R\text{-squared} = 5.630888$, con dos grados libertad y 95% de confianza, el modelo no presenta autocorrelación.

En la siguiente tabla 6.5 se exponen las derivaciones del modelo de regresión de la variable Población Ocupada, que se obtuvo a partir de los datos del 2010 al 2015 de la Población Ocupada.

Tabla 6.5 Resultados de la regresión variable Población Ocupada

Variable	Coefficiente	Prob.
C	383097.2	0.0004
<i>Afluencvisit</i>	0.021474	0.0009
<i>Inveretur</i>	6.651946	0.0089
R-squared	0.986019	
S.E. of regression	4841.4	
F-statistic	105.7851	
Prob (F-statistic)	0.001653	

Fuente: Elaboración propia.

El contraste de regresión que se generó fue de p-valor obtenido de 0.001653, por tanto, a un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula $H_0=B_1=0$ y se acepta la hipótesis alterna $H_1:B_1 \neq 0$, y se con-

cluye que existe relación lineal entre las variables. Los contrastes sobre los coeficientes de regresión individuales presentaron los siguientes valores, constante (0.0004), *Afluencvisit* (0.0009) y *Inveretur* (0.0089) todos los valores fueron menores que 0.05, para un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula planteada y se acepta la hipótesis alterna, tanto B1 como B2 explican a la variable dependiente. Respecto a la bondad del ajuste del modelo, el coeficiente de determinación R^2 arrojó un valor de 0.986019, lo que indica que el 98% de toda la variabilidad que tiene el fenómeno relativo a la Población Ocupada puede ser explicado por las variables *Afluencia de Visitantes* e *Inversión Extranjera en Turismo*.

La prueba de Heterocedasticidad arrojó un resultado de $\text{Obs} \cdot R\text{-squared} = 0.344961$, en la tabla ji-cuadrada con dos grados de libertad y 95% de confianza, el modelo no presenta heterocedasticidad. Con la prueba de Autocorrelación se obtuvo un resultado de $\text{Obs} \cdot R\text{-squared} = 0.498152$, el cual con dos grados libertad y 95% de confianza en la tabla ji-cuadrada, se puede concluir que el modelo no presenta problemas de autocorrelación, y el modelo arroja resultados confiables.

En la siguiente tabla 6.6 se exponen las derivaciones del modelo de regresión de la variable Producto Interno Bruto Estatal (PIBESTATAL), que se generó a partir de los datos del 2010 al 2015 del Producto Interno Bruto de todo el estado de Quintana Roo.

Tabla 6.6 Resultados de la regresión variable PIB Estatal

Variable	Coficiente	Prob.
C	23141.98	0.1205
<i>Afluencvisit</i>	0.012715	0.0005
<i>Inveretur</i>	2.592497	0.0173
R-squared	0.989194	
S.E. of regression	2396.525	
F-statistic	137.3121	
Prob (F-statistic)	0.001123	

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 6.6 se presenta el contraste de regresión el cual tiene un p-valor de 0.001123, por tanto, a un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula $H_0=B_1=0$ y se acepta la hipótesis alterna $H_1:B_1 \neq 0$, se concluye que existe relación lineal entre las variables *Afluencvisit* y *Inveretur*.

El contraste sobre los coeficientes de regresión individuales presentó los siguientes valores, constante (0.1205), *afluencvisit* (0.0005) y *Inveretur* (0.0173) los valores resultaron ser $p < 0.05$, para un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula planteada y se acepta la hipótesis alterna, tanto B1 como B2 explican a la variable dependiente. El valor de la bondad del ajuste del modelo mostró un coeficiente de determinación $R^2 = 0.989194$, lo que indica que el 98% de la variabilidad que tiene el fenómeno relativo al Producto Interno Bruto Estatal puede ser explicado por las variables Afluencia de Visitantes e Inversión Extranjera en Turismo.

La prueba de Heterocedasticidad arrojó un resultado de $\text{Obs} \cdot R\text{-squared} = 4.314542$, el cual en la tabla ji-cuadrada con dos grados de libertad y con un 95% de confianza, el modelo no presenta heterocedasticidad, en cuanto a la prueba de Autocorrelación, esta dio como resultado $\text{Obs} \cdot R\text{-squared} = 2.120950$, comparando el resultado con la tabla ji-cuadrada con dos grados libertad y 95% de confianza se puede concluir que el modelo no presenta problemas de autocorrelación.

En la siguiente tabla 6.7 se muestran los datos estadísticos que arrojó el modelo de regresión de la variable Producto Interno Bruto Estatal de las Actividades Primarias a partir de los datos del 2010 al 2015 del Producto Interno Bruto de las Actividades Primarias del estado de Quintana Roo.

Tabla 6.7 Resultados de la regresión variable PIB Actividades Primarias

Variable	Coefficiente	Prob.
C	1688.726	0.0209
<i>Afluencvisit</i>	-2.07E-05	0.5132
<i>Inveretur</i>	0.008079	0.6999
R-squared	0.198495	
S.E. of regression	84.30227	
F-statistic	0.371479	
Prob (F-statistic)	0.717562	

Fuente: Elaboración propia.

En la anterior tabla se observa que el contraste de regresión tiene un p-valor de 0.717562, por ende, a un nivel de significación del 5% se acepta la hipótesis nula $H_0 = B_1 = 0$ y se rechaza la hipótesis alterna $H_1: B_1 \neq 0$ y se concluye que no existe relación lineal entre las variables *Afluencvisit* y *Inveretur*. Los coeficientes de regresión individuales presentaron valores

mayores $p > 0.05$, esto es $p=0.5132$ y $p=0.6999$, para un nivel de significación del 5% se acepta la hipótesis nula planteada y se concluye que tanto B1 como B2 no explican a la variable dependiente.

Por su parte, la prueba de heterocedasticidad dio como resultado $\text{Obs}^*R\text{-squared}= 3.137901$, el cual en la tabla ji-cuadrada, con dos grados de libertad y 95% de confianza, indica que el modelo no presenta heterocedasticidad, lo que permite obtener resultados significativos y confiables. En la prueba de Autocorrelación se obtuvo $\text{Obs}^*R\text{-squared}=3.274621$, comparando este resultado con la tabla ji-cuadrada, con dos grados de libertad y 95% de confianza se puede concluir que el modelo no presenta problemas de autocorrelación, por lo tanto, los resultados obtenidos en la regresión son confiables.

En la siguiente tabla 6.8 se presentan los datos estadísticos que se obtuvieron en el modelo de regresión de la variable Producto Interno Bruto Estatal de las Actividades Secundarias a partir de los datos del 2010 al 2015 del Producto Interno Bruto de las Actividades Secundarias del estado de Quintana Roo.

Tabla 6.8 Resultados de la regresión variable PIB Actividades secundarias

Variable	Coefficiente	Prob.
C	6995.089	0.0307
Afluencvisit	0.001389	0.0459
Inveretur	0.270695	0.4147
R-squared	0.794537	
S.E. of regression	1269.605	
F-statistic	5.800578	
Prob(F-statistic)	0.093132	

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que con las Actividades Primarias, los datos obtenidos en la tabla anterior no fueron muy halagadores. En ella se visualiza que el contraste de regresión tiene un p-valor de 0.093132, pues a un nivel de significación del 5% se acepta la hipótesis nula $H_0=B_1=0$ y se rechaza la hipótesis alterna $H_1:B_1 \neq 0$, por tanto, se concluye que no existe relación lineal entre las variables Afluencvisit y Inveretur. Los coeficientes de regresión individuales presentaron valores mayores $p > 0.05$, esto es $p=0.0459$ y $p=0.4147$,

para un nivel de significación del 5% se acepta la hipótesis nula planteada y se concluye que tanto B1 como B2 no explican a la variable dependiente.

La prueba de Heterocedasticidad da como resultado $\text{Obs}^*R\text{-squared}=5.0900268$, comparando el resultado con la tabla ji-cuadrada, con dos grados de libertad y 95% de confianza, se concluye que el modelo no presenta heterocedasticidad, lo que nos lleva a obtener resultados confiables. La prueba de Autocorrelación da como resultado $\text{Obs}^*R\text{-squared}=1.825676$, en la tabla ji-cuadrada con dos grados libertad y 95% de confianza, este resultado nos indica que el modelo no presenta problemas de autocorrelación.

Finalmente, en la tabla 6.9 se presentan los datos estadísticos que se generaron con el modelo de regresión de la variable Producto Interno Bruto Estatal de las Actividades Terciarias a partir de los datos del 2010 al 2015 del Producto Interno Bruto de las Actividades Terciarias del estado de Quintana Roo.

Tabla 6.9 Resultados de la regresión variable PIB Actividades Terciarias

Variable	Coefficiente	Prob.
C	14458.17	0.1189
Afluencvisit	0.011346	0.0002
Inveretur	2.313723	0.0063
R-squared	0.994741	
S.E. of regression	1487.829	
F-statistic	283.7094	
Prob(F-statistic)	0.000381	

Fuente: Elaboración propia.

A diferencia de los dos sectores anteriores, primario y secundario, el terciario presento valores estadísticos favorables, ya que esta es una de las actividades más importantes del estado de Quintana Roo, esto lo demuestran los datos de la anterior tabla. El contraste de regresión presentó un p-valor de 0.000381, por lo que a un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula $H_0=B_1=0$ y se acepta la hipótesis alterna $H_1:B_1 \neq 0$, por tanto, se concluye que existe relación lineal entre las variables Afluencvisit y Inveretur. El contraste sobre los coeficientes de regresión individuales presentó los siguientes valores, constante (0.1189), afluencvisit (0.0002) y Inveretur (0.0063) los valores resultaron ser $p <$

0.05, para un nivel de significación del 5% se rechaza la hipótesis nula planteada y se acepta la hipótesis alterna, tanto B1(Afluencivisit) como B2 (Inveretur) explican a la variable dependiente. El valor de la bondad del ajuste del modelo mostró un coeficiente de determinación $R^2 = 0.994741$, esto indica que el 99% de la variabilidad que tiene la variable del Producto Interno Bruto de las Actividades Terciarias puede ser explicado por las variables Afluencia de Visitantes e Inversión Extranjera en Turismo.

El resultado obtenido de la prueba de Heterocedasticidad de $\text{Obs}^*\text{R-squared} = 5.005386$, comparando este resultado con la tabla ji-cuadrada, con dos grados de libertad y 95% de confianza, se concluye que el modelo no presenta heterocedasticidad, el modelo presenta varianza mínima, lo que nos lleva a obtener resultados significativos y confiables. Por otro lado, la prueba de Autocorrelación da como resultado $\text{Obs}^*\text{R-squared} = 2.209224$, en la tabla ji-cuadrada con dos grados de libertad y 95% de confianza, este resultado indica que el modelo no presenta problemas de autocorrelación, los resultados del modelo son confiables.

Conclusiones

Afiliados a servicios de salud: sobre esta variable dependiente, únicamente la variable sobre afluencia de visitantes o turística tiene influencia o relación, el resultado muestra que, al aumentar el número de visitantes en un millón, 80 personas se afiliarían a algún servicio de salud. La variable inversión extranjera no tiene efectos sobre la variable dependiente.

Población Estudiantil: tanto la variable de Afluencia de Visitantes como de Inversión Extranjera mostraron relación con la variable independiente, siendo la variable de inversión extranjera la que mostró mayor importancia en cuanto a su relación con la variable independiente, ante un aumento de un millón de pesos en la inversión, 2,684 personas podrían tener acceso a algún nivel educativo, en todo el estado de Quintana Roo.

Población Ocupada: en cuanto a las variables sociales, es en la población ocupada en donde se refleja una mayor influencia de la actividad turística, ante la capacidad de esta, de generar empleos, según los datos obtenidos, ante un aumento en un millón en el número de visitantes, el número de personas con empleo aumentaría aproximadamente en 21, en comparación con la variable de inversión extranjera, esta arrojó mejores resultados en cuanto a la influencia del sector turístico sobre las variables

sociales, ya que ante un aumento de un millón de pesos de la inversión extranjera, la población ocupada o con empleo aumentaría en 6,652 personas aproximadamente.

PIB Estatal: en relación con esta, se esperaba que la actividad turística mostrara influencia, siendo la variable de inversión extranjera la que realmente muestra importantes efectos sobre el PIB estatal, ya que ante un aumento de un millón de pesos en la inversión extranjera, el PIB aumenta aproximadamente \$2,592,497.00 pesos.

PIB Actividades Primarias: en cuanto a las actividades primarias, las variables de la actividad turística no tienen influencia alguna, ya que los estimadores encontrados no son significativos y en realidad no explican el comportamiento del PIB de las actividades primarias. En términos generales, la actividad turística no está relacionada con las actividades primarias.

PIB Actividades Secundarias: sobre este tipo de sector, únicamente la variable de afluencia turística mostró cierta influencia, aunque no muy importante, ante un aumento de un millón en visitantes solo aumentaría en \$1,389.00 pesos el PIB de las actividades secundarias, por lo tanto, se puede concluir que es poco importante la influencia entre ambas variables.

PIB Actividades Terciarias: los datos obtenidos en cuanto a las actividades terciarias arrojaron los resultados esperados, siendo la variable de inversión extranjera la que muestra mayor significancia, al aumentar en un millón de pesos las inversiones extranjeras, el PIB de las actividades terciarias aumentaría aproximadamente en \$2,313,723.00 pesos.

Referencias

- ALTAMIRA, R., & Muñoz, X. (2007). *El turismo como motor de crecimiento económico*. San Lorenzo del Escorial, España: Anuarion jurídico y económico escurialense.
- ARROW, K. (1988). *Teoría económica general y la aparición de teorías de la economía del desarrollo*. New York, NY: St Martin's Press.
- BANCO de México. (2016). *Sistema de Información Económica*. Obtenido de Banxico: <http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarCuadro&idCuadro=CF86>
- BANCOMEXT. (2013). *Convenio de colaboración con el estado de Quintana Roo*. México: Banco Nacional de Comercio Exterior.

- BANCO Mundial. (2015). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/>
- CAÑADA, E., & Gascon, J. (2006). *Turismo y desarrollo: Herramientas para una mirada crítica*. Nicaragua: Fundación Luciernaga-Acción por un turismo responsable.
- CASTRO, U. (2009). *Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: la región costa-sur de Nayarit: México*. Puerto Vallarta, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara-Centro Universitario de la Costa.
- DACHARY, A., & Arnaiz, S. (2004). *Desarrollo y Turismo en la Costa de Jalisco*. Puerto Vallarta, Jalisco: Universidad de Guadalajara Centro Universitario de la Costa.
- DE Kadt, E. (1991). *Turismo, pasaporte al desarrollo?* Madrid, España: ENDYMION.
- GORDON, B. (2012). *El turismo de masas: Un concepto problemático en la historia del siglo XX*. Oakland, California: Mills College.
- GUJARATI, D., & Porter, D. (2009). *Econometría*. México: McGraw Hill.
- HARBERGER, A. (1983). *The Cost-Benefit Approach to Development Economics*. Chicago: World development.
- INEGI. (2016). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: www.inegi.org.mx
- JURDAO, F. (1992). *Mitos del turismo*. España: ENDYMION.
- MEIER, G., Stiglitz, J., & Kaushik, B. (2001). *Fronteras de la economía del desarrollo*. Washington, D.C.: El banco mundial.
- MEIXUEIRO, G. (2008). *Documentos selectos de desarrollo regional y políticas públicas*. México, D.F.: Centro de estudios sociales y de opinión pública, cámara de diputados.
- OFICINA de Investigación en Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México. (2014). *Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: nueva metodología*. México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- ORGANIZACIÓN Mundial del Turismo [OMT]. (2007). *Entender el turismo, glosario básico*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo (OMT): <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- ORGANIZACIÓN mundial del turismo. (2011). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid, España: Organización mundial del turismo.
- PROGRAMA de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (1990). *Informe sobre desarrollo humano*. New York, NY: Organización de las Naciones Unidas.

- REYES, G. (2001). Principales teorías sobre el desarrollo económico y social. *Nómadas*, 2-23.
- SALAS, M. (2009). *Migración y feminización de la población rural en México 2000-2005*. Zacatecas, México: Universidad Autónoma de Zacatecas.
- SECRETARÍA de Economía. (2015). *Información Económica y Estatal de Quintana Roo*. México: Secretaría de Economía.
- SECRETARÍA de Economía. (2015). *inversión Extranjera Directa en México y el Mundo (Carpeta de Información Estadística)*. México: Secretaría de Economía.
- SEN, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Nueva York, NY: Alfred A. Knopf Editor.
- SEPULVEDA, L. (2001). *Construcción regional y desarrollo productivo en la economía de la globalidad*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, Serie estudios y perspectivas, No. 3.
- SMELSER, N. (1967). *Toward a Theory of Modernization*. GardenCity, New York: The natural history press.
- STREETEN, P. (1994). Desarrollo humano: medios y fines. *American Economic Review* num 84 (mayo), 232-237.
- TARLOMBANI, M. (2009). Turismo y sustentabilidad: Entre el discurso y la acción. *Revista urbano*, 20-86
- TURNER, L., & Ash, J. (1991). *La borda dorada: El turismo internacional y la periferia del placer*. España: Endimión.
- VALCÁRCEL, M. (2006). Génesis y evolución del concepto y enfoques sobre desarrollo. UCP, Lima
- VARGAS, J. (2008). Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico. *Economía Gestión y Desarrollo*, 1(6), 109-131.
- VARISCO, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local*. Mar del Plata, Argentina: Universidad de Mar del Plata.

Estudios multidisciplinarios en gestión empresarial y negocios

se terminó de imprimir
en los talleres de Ediciones La Biblioteca, S.A. de C.V.
ubicados en Calle Camelia 4, Colonia El Manto, C.P. 09830, CDMX
el 20 de marzo de 2022.

Diseño y formación:
Fernando Bouzas Suárez / Mariana Gurrola

En la formación se utilizó la fuente Junicode en 10.5 puntos para
el cuerpo del texto y Meta en 16 y 12 puntos para los titulares.

Su edición consta de 250 ejemplares

El presente libro compila seis estudios de investigación pertinentes al área de administración. En el primer capítulo, Analady Becerril García, Zugaide Escamilla Salazar y Carlos Robles Acosta abordan la gestión financiera en pequeñas y medianas empresas de la zona norte del Estado de México mediante una aproximación teórica. En el capítulo dos, José Luis Esparza Aguilar y Argentina Soto Maciel examinan el desempeño financiero entre empresas familiares y no familiares mexicanas cotizadas en la Bolsa de Valores por medio de un estudio de corte transversal y un análisis de pruebas estadísticas no paramétricas. En el tercer capítulo, Lucio Saldaña Porras, María Enriqueta Caballero Guillaumin e Idelfonso Víctor Muñoz Rosas reflexionan acerca del café de especialidad como una alternativa de productividad en México por medio de un análisis teórico descriptivo.

Carlos Robles Acosta y Oswaldo Antonio Ortega Reyes evalúan, en el capítulo cuatro, la confiabilidad y validez de una escala de identidad organizacional en servicios privados de salud en el estado de Hidalgo por medio de un análisis con el método multivariado y técnicas de análisis factorial exploratorio. En el siguiente capítulo, José Luis Zapata Sánchez, analiza la influencia de la comparación social en la compra compulsiva y sus efectos en la influencia interpersonal normativa mediante el uso de plataformas de internet por medio del modelado de ecuaciones estructurales. Por último, en el capítulo seis, María de Jesús Pérez Hervert y Rita Elizabeth Chablé abordan un análisis del desarrollo socioeconómico del sector turismo en Quintana Roo mediante el método econométrico.

