



Contaduría y Administración

ISSN: 0186-1042

revista_cya@fca.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de México
México

López Herrera, Francisco; García Narváez, José Alberto

Editorial

Contaduría y Administración, vol. 57, núm. 1, enero-marzo, 2012, pp. 5-12

Universidad Nacional Autónoma de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39523160001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Editorial

La publicación de este número, el primero del año cincuenta y siete de la vida de *Contaduría y Administración*, es un fruto más de los esfuerzos que llevan a cabo los colaboradores de la revista, con quienes siempre estaremos profundamente agradecidos. Los principales colaboradores de esta publicación, a quienes en primera instancia debemos nuestro agradecimiento, son los académicos que someten los resultados de sus investigaciones, en seguida a los expertos en diversas materias que nos apoyan llevando a cabo la difícil tarea de dictaminadores, así como a los miembros del comité editorial que nos ayudan a que la revista mantenga su rumbo hacia el objetivo de difundir resultados de investigación que contribuyen al avance técnico y científico de la contaduría, la administración y la informática administrativa. A estos esfuerzos se suman también los que se llevan a cabo desde diferentes áreas de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM con el apoyo de sus autoridades.

Si bien podemos experimentar un estado de gran satisfacción con el desempeño de *Contaduría y Administración* durante su fructífera existencia, estamos conscientes de que debemos continuar su desarrollo haciendo los esfuerzos que sean necesarios para que su calidad se pueda hacer comparable con la de las revistas más destacadas en la difusión del avance científico en las disciplinas contable-administrativas. Además, como lo hemos señalado en ocasiones anteriores y lo hemos puesto de manifiesto con diversas acciones emprendidas, queremos que también los autores encuentren en la revista una excelente oportunidad para publicar sus investigaciones, tanto por la calidad de la misma como por la posibilidad de que sus resultados lleguen al mayor número posible de lectores en forma oportuna. Por tal motivo, no sólo nos hemos preocupado por mejorar la difusión de nuestra publicación por medio de su página web y el servicio de alerta periódica que actualmente llega a académicos de Europa y América, sino que también hemos incrementado el número de artículos por número tratando de mantener la calidad de los contenidos. Con este mismo propósito en 2012 se incrementará la frecuencia de aparición de *Contaduría y Administración*, de forma tal que sea más rápida la publicación de los trabajos de investigación aceptados. Seguramente habrá que trabajar con mayor ahínco redoblando esfuerzos para poder lograr lo mejor para nuestra revista con el generoso concurso de todos los colaboradores, pero estamos seguros de que el esfuerzo adicional que se tendrá que hacer será benéfico. Al final, se tendrá la satisfacción de haber puesto un grano de arena en favor del desarrollo de la investigación en los campos de conocimiento pertinentes al interés de esta revista.

En este número, Karen Watkins y Martín Dávila ofrecen los resultados de su investigación con el título *Reemplazos de directivos en México: de la teoría a la práctica*, en la cual estudian los reemplazos de los directivos en México, contrastando lo que ocurre en el terreno de los hechos con los planteamientos que se han hecho desde el campo de la teoría. Tanto por el papel fundamental que juegan los directivos en la marcha de las empresas como por la trascendencia que puede llegar a tener una decisión de esa naturaleza, resulta evidente la importancia de un estudio como éste, sin embargo existe una carencia notoria de información al respecto en México y en América Latina. Por lo anterior, este artículo es relevante para la comprensión de los reemplazos de directivos en este país, pero el trabajo de Watkins y Dávila no se constriñe únicamente al análisis comparativo de lo que se ha dicho en la literatura generada para explicar dicho reemplazo en los países con altos grados de desarrollo económico, político y social para contrastarlo con lo que ocurre en la realidad mexicana. Yendo más allá de ese nivel de análisis, estudian los reemplazos de directivos durante el periodo de 1990 a 2009 en 176 empresas no financieras que se encuentran listadas en el mercado bursátil mexicano, analizando además los efectos que los reemplazos que se observaron han tenido en el desempeño de esas empresas. En los resultados del estudio, los investigadores destacan las diferencias que encuentran entre lo que observan durante los veinte años cubiertos por su estudio y lo que se ha observado en estudios que abordan otras realidades. Una conclusión interesante que los autores plantean, la cual resulta incluso un tanto provocativa para la ortodoxia teórica, es la necesidad de revisar los fundamentos de la teoría de la empresa para poder explicar casos como los que se observan en la realidad empresarial mexicana.

Es de sobra conocido que la toma de decisiones es una de las tareas fundamentales del trabajo de un directivo. Destacan en particular las decisiones de carácter estratégico pues de ellas depende el desarrollo de las empresas y, entre este tipo de decisiones, las relacionadas con el presupuesto de capital constituyen una clase de decisiones con importancia vital. Las decisiones de presupuesto de capital o de inversiones para el largo plazo no sólo determinan el despliegue y la asignación de los recursos financieros, materiales, técnicos y humanos de los cuales la empresa dispone o puede llegar a disponer en el futuro, sino que también son determinantes de los resultados que la empresa puede alcanzar y, por lo tanto, su propia sobrevivencia y potencial de éxito se ven comprometidos con tales decisiones. Sabedor de lo anterior, Ignacio Vélez-Pareja presenta en este número el artículo titulado *Ranking and optimal selection of investments with internal rate of return and benefit-cost ratio: a revision*. Este autor muestra en su trabajo que es posible obtener medidas que facilitan el análisis para clasificar los proyectos, de forma que se pueda discernir, entre las alternativas,

cuáles representan las mejores oportunidades. El autor parte de la incorporación de los supuestos implícitos en el valor presente neto y en el índice de rentabilidad o razón costo-beneficio, los cuales constituyen criterios ampliamente utilizados para la ordenación y selección de oportunidades de inversión a largo plazo. Como resultado de su análisis, Vélez-Pareja propone dos medidas y presenta ejemplos de cómo su aplicación produce resultados que son consistentes con el criterio del valor presente y, por lo tanto, con el objetivo de maximización del valor de la empresa, finalidad que persiguen los administradores financieros y los tomadores de decisiones sobre la asignación de recursos de la empresa a largo plazo.

Otro aspecto importante relacionado con el trabajo directivo y el funcionamiento de las empresas lo constituye el compromiso de éstas con el entorno. Por lo anterior, se ha observado un crecimiento importante en el interés sobre la responsabilidad social de las empresas y, por tanto, también se ha visto un incremento notable en la producción de literatura teórica y empírica sobre ese tema. Una de las cuestiones iniciales que se ha tenido que zanjar al respecto es si la empresa en general, y las grandes corporaciones en lo particular, deben considerar el impacto que puede tener su funcionamiento sobre el entorno físico y social y, por ende, deben considerar en sus planteamientos estratégicos tales impactos traduciendo el despliegue estratégico de una forma concreta que resulte en acciones tácticas y operaciones cotidianas congruentes con la responsabilidad que la empresa o corporación tiene ante la sociedad. De acuerdo con la posición opuesta, como la sostenida por el célebre economista extinto Milton Friedman, la única preocupación de los directivos, particularmente para los de las grandes corporaciones cuya propiedad se encuentra difuminada entre el público, debe ser la maximización de ganancias pues ésta corresponde al papel de agentes representantes de los intereses de los accionistas que los ejecutivos del más alto rango tienen. La discusión respectiva se ha trasladado entonces a tratar de establecer las ventajas que puede representar para una empresa el ser reconocida como poseedora de responsabilidad social. Entre los principales beneficios que se han tratado de atribuir a dicho estatus se encuentra la rentabilidad; sin embargo, el debate no parece haberse resuelto. Martha del Pilar Rodríguez, Klender Aimer Cortéz y José Luis Abreu parten del hecho de que la investigación respecto a la existencia de un vínculo positivo entre la responsabilidad social y la rentabilidad ha proporcionado resultados no concluyentes y, en *La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en bolsa*, presentan los resultados de su estudio. Los resultados de este trabajo muestran la existencia de una relación positiva entre el desempeño financiero de las empresas y el haber recibido el reconocimiento de empresas con responsabilidad social manifiesta, razón por la cual los autores del artículo sugieren que las empresas

adopten la responsabilidad social como estrategia para alcanzar beneficios económicos; asimismo, señalan algunas recomendaciones para que las empresas, el gobierno y el cuerpo legislativo promuevan la conciencia sobre la importancia de la responsabilidad social en las empresas de todos tamaños.

También se sabe muy bien que entre los elementos clave para la toma de decisiones está el manejo de datos relevantes mediante el cual dichos datos se constituyen en información útil para los directivos y tomadores de decisiones en los diferentes niveles de las organizaciones. La importancia de la información ha tenido como resultado el desarrollo inusitado de los sistemas informáticos cuya presencia se encuentra por doquier, incluyendo a las empresas de tamaño pequeño o mediano. En el artículo *Un enfoque gerencial de factores críticos para el éxito de los sistemas de información en la Pyme metalmecánica venezolana*, José Luis Calderón y Carlos Rodríguez presentan los resultados del estudio de evaluación que llevaron a cabo en empresas industriales pequeñas y medianas sobre los principales factores que permiten asegurar un tratamiento adecuado de la información mediante los sistemas de información automatizados (SI). Dichos autores inician reconociendo que las empresas pequeñas y medianas de los países que se encuentran en desarrollo invierten muy poco en el desarrollo e instrumentación de sistemas especializados para el tratamiento de la información, por lo que se puede observar que en ellas existe un tratamiento de la información que muestra deficiencias significativas. Los resultados del análisis sugieren que la calidad de la información es el principal factor para tener éxito en la satisfacción de los usuarios de los SI.

Resulta imposible negar el papel vital que juegan las escuelas para formar administradores profesionales de alta calidad y competitividad, los cuales, en algún momento del desarrollo de su carrera profesional, podrán llegar a fungir como directivos y creadores de estrategias en las empresas. De hecho, lo anterior puede verse como uno de los principales retos al cual se enfrentan las instituciones educativas especializadas en la formación de cuadros profesionales en las áreas económico-administrativas, reto que se vuelve más formidable en la medida en que el entorno en el que se desenvolverán los egresados es de un alto grado de complejidad. En el artículo titulado *Desarrollo de pensamiento estratégico en la escuela de negocios*, Miguel Ángel Corona describe un modelo de formación de pensamiento estratégico en el cual se toma en cuenta el funcionamiento de los sistemas que conforman el pensamiento, considerando una ética de responsabilidad social en la toma de decisiones. Partiendo de ese modelo como base teórica, Corona elabora una metodología para el desarrollo del pensamiento estratégico en los estudiantes de carreras administrativas. El autor del trabajo dedica una parte sustantiva del mismo a la presentación de los resultados de la

aplicación de esta estrategia por parte de estudiantes de diversas carreras relacionadas con el funcionamiento de las empresas. Dicha aplicación se llevó a cabo mediante un simulador computarizado y la intervención en empresas reales de estudiantes organizados en equipos.

La competitividad, en la medida en que permite obtener ventajas ostensibles sobre los demás competidores, puede constituirse en uno de los principales factores clave para el éxito de las estrategias que las empresas despliegan o intentan desplegar. Es por tal importancia que se han desarrollado diversos enfoques para abordar el estudio de la competitividad, buscando en primera instancia explicar la posibilidad de sustentarla con base en los factores que la determinan. En el artículo *Modelo de competitividad de las empresas operadoras de telefonía móvil de México*, Hugo Romo y Luis Arturo Rivas presentan los resultados de la investigación que llevan a cabo para obtener un modelo que explique en qué grado diversas variables influyen en la competitividad, medida por la rentabilidad y posición de mercado, de las empresas que operan en el sector de la telefonía móvil en la República Mexicana. De acuerdo con los resultados obtenidos, el precio, la calidad y la productividad son factores clave para explicar la competitividad de las empresas que se estudiaron. Otro hallazgo importante es que los recursos tangibles y la tecnología no son factores que incidan en la competitividad de dichas empresas. Aunque este estudio está acotado a un sector, el cual por cierto funciona de manera oligopólica, sus resultados no dejan de ser interesantes, pues muestran que no basta el potencial tecnológico para competir y sugieren que puede ser incluso más importante tanto la eficiencia que se puede lograr mediante una buena administración como la satisfacción de los usuarios con la calidad que se le ofrece.

En el diseño y desarrollo de las estrategias empresariales no sólo es muy importante reconocer con quién o quiénes se está compitiendo o se tendrá que competir, sino también es necesario identificar de la manera más clara posible las características de esa competencia que se tendrá que enfrentar. En el trabajo que nos presentan en esta ocasión con el título *¿Qué es un competidor directo? Estudio para corroborar la percepción de competencia directa con base en tres factores*, Jorge Vera y Roberto Díaz suponen que las empresas consideran a otras como competidores directas debido a la percepción que tienen los ejecutivos de ciertas características de las empresas que se consideran competidoras y la importancia que aquellos confieren a dichas características. Como resultado de su análisis, los autores encuentran que la percepción de competencia directa se encuentra relacionada con que los ejecutivos consideran los productos de otras empresas como similares a los suyos, piensan que son demasiado semejantes los consumidores de sus productos a los consumidores de sus competidores

y que ven semejanzas notables en las capacidades estratégicas de las empresas que son consideradas como competidores directos. En resumen, el trabajo de Vera y Díaz conjunta esas tres variables (producto similar, mercado similar y capacidades estratégicas similares) en un modelo de determinación de competidores directos que es congruente con la teoría de grupos estratégicos cognitivos, en la cual se explica la formación de los grupos estratégicos con base en la percepción subjetiva de los administradores de la empresa.

Entre otros temas, el relacionado con el comportamiento de los consumidores ha sido también siempre de gran interés, particularmente por la utilidad que representa el conocer dicho comportamiento para los tomadores de decisiones, los creadores de estrategias de mercadotecnia y los ejecutivos responsables de llevar a cabo dichas estrategias. Entre los diversos aspectos de dicha conducta, se atribuye al género del consumidor un papel importante en la determinación de su conducta. En este número se presenta el trabajo de investigación *Relação entre materialismo e estilo de consumo: homens e mulheres com comportamento díspare?*, en el cual un grupo de académicos brasileños estudian, a la luz del género del individuo consumidor, la relación entre la importancia que le atribuye a los bienes que ostenta y compra para demostrar su valor ante los otros miembros de la sociedad y el estilo de su consumo, es decir, qué importancia le otorga a la marca del producto, lo compulsivo de sus compras y la influencia que otras personas ejercen sobre su decisión de compra. En estas páginas se muestran los resultados de la utilización de la Escala de Materialismo, propuesta por Richins, y la Escala de Estilo de Consumo, elaborada por McCarty y un grupo de colaboradores, para analizar la relación antes mencionada en un grupo de consumidores brasileños. Como puede verse más detalladamente en el cuerpo del texto completo, existen diferencias notorias entre el comportamiento de consumo de las mujeres y el comportamiento de los hombres, lo que permite caracterizarlos como consumidores diferentes y a la vez esto sugiere, como lo señalan los autores, que los responsables del diseño de planes de mercadotecnia en las empresas deben tomar en cuenta el género del consumidor para definir acciones que faciliten los objetivos mercadológicos.

Muchas de las condiciones en las que se desenvuelven las empresas están determinadas por aspectos internos de su funcionamiento, como lo son sus propias fortalezas y debilidades, sin embargo, también se reconoce ampliamente que existen muchas otras condiciones que se deben a aspectos externos, representando oportunidades y amenazas. Resulta evidente que en los aspectos internos la empresa puede influir de manera directa, determinando en alguna medida la intensidad con que pueden manifestarse esas debilidades y fortalezas o incluso convirtiendo una debilidad en una

fortaleza. También es evidente que es menor la capacidad de la empresa para influir en los aspectos externos y modificar su exposición a los riesgos que surgen de ellos, incluso esa capacidad puede ser nula, pues algunos de esos aspectos se encuentran absolutamente fuera del control de los directivos de una empresa o, inclusive, de un grupo de empresas. Diversos aspectos macroeconómicos son de gran importancia para la marcha de las empresas, por lo que deben conocerlos y tomarlos en cuenta para el diseño e instrumentación de sus estrategias a pesar de que no puedan influir en ellos al grado de poder modificarlos. Se afirma entre economistas que el crecimiento en el largo plazo es tema macroeconómico más importante, por tal razón es relevante el artículo de Domingo Rodríguez y Francisco Venegas-Martínez que aparece en este número con el título *La restricción externa al crecimiento en México: 1988-2009*. En el trabajo se analiza la relación entre la economía mexicana y la economía mundial, mostrando que el comportamiento de esta última afecta a la economía mexicana particularmente como consecuencia de la exposición de ésta debido a su apertura a los flujos externos de mercancías y capitales. El resultado de esta investigación, de acuerdo con los autores, representa un apoyo a la Ley de Thirwall, según la cual en el largo plazo el crecimiento de una economía se encuentra restringido por el equilibrio en su balanza de pagos.

Finalmente, en el último de los trabajos que se presentan en las páginas de este número de *Contaduría y Administración*, titulado *Tres aproximaciones a la complejidad*, Alfredo Díaz “propone agrupar en tres vertientes las distintas formas en las que se está abordando actualmente el tema de la complejidad”. De acuerdo con el autor, la propuesta básica es que las diversas temáticas que en la actualidad se están abordando en relación con la complejidad se pueden agrupar en tres vertientes o aproximaciones. Siendo la primera de esas tres vertientes la que corresponde a los estudios que provienen de las llamadas ciencias duras”; la segunda de esas vertientes, según Díaz, consiste en reconocer a la complejidad como universalidad y, por último, la tercera de las aproximaciones o vertientes a la complejidad está representada por el abordaje que sobre el tema hacen las ciencias sociales; ubicándose, de acuerdo con el autor, en la última de estas vertientes la relación entre la complejidad y la administración. En el trabajo, sostiene el autor, se intenta despejar algunas de las confusiones que se dan alrededor del tema de la complejidad y dar una perspectiva global de esta activa área actual de investigación y aplicación. También muestra cómo es que las aproximaciones actuales a la complejidad constituyen un área de investigación que está en proceso de consolidación y que está dando lugar a avances y aplicaciones en muy distintas perspectivas, tanto en las ciencias duras, como en las ciencias sociales y las humanidades, al tiempo que se proponen traspasar las barreras disciplinarias.

Para concluir la exposición de su trabajo, el autor señala que existen coincidencias y diferencias en las tres aproximaciones a la complejidad, pero que éstas constituyen un área de investigación que está en proceso de consolidación y que está dando lugar a una nueva comprensión del mundo y a avances y aplicaciones prometedores.

Con nuestros mejores deseos para los lectores, esperamos que este número de *Contaduría y Administración* cumpla con su cometido, es decir, que la difusión de los resultados de investigación que se hace en estas páginas contribuya al avance del conocimiento científico y técnico de las disciplinas relacionadas con la contaduría, la administración y la informática administrativa.

Francisco López Herrera
José Alberto García Narváez