



## **II CONGRESO ONLINE INTERNACIONAL SOBRE Economía, finanzas y contextos organizativos: nuevos retos**

**del 5 al 19 de julio de 2018**

Doctor Miguel Blanco Canto / Coordinador

Este Segundo congreso ONLINE sobre Economía, finanzas y contextos organizativos: nuevos retos, fue debatido en 6 foros donde se discutieron todas las ponencias presentadas, se enviaron más de 75 opiniones, hubo un total de 34 participantes y 23 ponencias.

En el contexto actual de globalización en el que actualmente se ven obligados de interactuar los diferentes agentes, desde el ciudadano de a pie hasta la más alta institución pública, pasando por pymes y multinacionales, ONG's y asociaciones y fundaciones, colectividades varias, entre otras, se considera de vital importancia plantear una discusión que atañe a los nuevos retos de los contextos organizativos desde un punto de vista económico..

La rapidez para detectar estos cambios y proponer medidas de adaptación a los mismos pueden convertir una amenaza en una oportunidad, tanto desde una perspectiva ética y social como de eficiencia económica y empresarial..

Dado el carácter multidisciplinar de la temática planteada, cada punto de vista enriquece la discusión y la amplía a nuevas líneas y campos de investigación, iniciando algunos ejes en este congreso, tales como el docente, el de la economía regional o el referente a organismos públicos, entre otros. No obstante, la propia extensión de la temática hace que se organice este evento como foro abierto de debate a cualquier aspecto de interés relacionado con los nuevos retos a los que se enfrenta la economía en los diferentes contextos organizativos.

@ Los autores de las colaboraciones son responsables de los contenidos expresados en los mismos.

@ ISBN-13: 978-84-17583-08-8

@ Servicios Académicos Intercontinentales S.L.

@ Grupo Eumed.net

@ Maquetación y responsable de edición: Lisette Villamizar Moreno

@ Diseño de portada y secciones: Lisette Villamizar Moreno

## **Comité Organizador, Científico y Académico**

- Hrynevych, Oksana. Odessa National Polytechnic University, Ucrania.
- Bares López, Lydia. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Blanco Canto, Miguel. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Peña Sánchez, Antonio Rafael. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Vázquez Fariñas, María. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Ruiz Chico, José. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Hernández Roque, Dara. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Rodríguez González, Tamara. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Rodriguez Cornejo, Maria Vanessa. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Lechuga Sancho, Paula. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Buzón Lagomazzini, Sara. Universidad de Cádiz (Departamento de Ingeniería Informática )
- Contero Urgal, Candela. Universidad de Cádiz (Departamento de Filología Francesa e Inglesa)
- Biedma Ferrer, José María. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Martín Navarro, Alicia. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Bermúdez Figueroa, Eva. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- López Marfil, Lidia. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Cuéllar, Luisa Fernanda. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)

- Ramón Dangla, Remedios. Universidad de Alicante (Departamento Economía Financiera y Contabilidad)
- Ortega Gil, Manuela. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- González Bejarano, María del Carmen. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Silva, Kelyane. Academia de la Propiedad Intelectual del Instituto Nacional de la Propiedad Industrial de Brasil.
- Palacios Vásquez, Juan Ariosto. Instituto Politécnico Nacional, México.
- Chávez, Adela. Escuela superior de Comercio y Administración del Instituto Politécnico Nacional, México.
- Rivera Espinosa, Ramón. Universidad Autónoma Chapingo, México.
- Sánchez Ortiz, Jaime. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresas)
- Diane González, Juan Pablo. Universidad de Cádiz (Departamento de organización de Empresas)
- Pérez Peña, Carmen. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Gallego Sánchez, Margarita. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Muñoz Leonisio, María del Mar. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- Mata García, Antonio. Universidad de Cádiz (Departamento de Economía General)
- García García, Rosario. Universidad de Cádiz (Departamento de Organización de Empresa)



## Índice de Ponencias

CONOCIMIENTO DE LA LEY TRIBUTARIA EN LA ACTIVIDAD POR CUENTA PROPIA EN CIEÑFUEGOS.

Por Vladimir Alfonso Rodríguez y Yoania Castillo Padrón.....1

SELECCIÓN DE UNA INSTALACIÓN DE ACS Y CLIMATIZACIÓN DEL AGUA DE PISCINA A TRAVÉS DE ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA.

Por Ángeles Longarela-Ares.....13

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Por Verónica Porras Méndez y María Paula Lechuga Sancho.....40

DIGITAL MARKETING AND SOCIAL MARKETING: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW.

Por Sara Expósito Flores y María Paula Lechuga Sancho.....93

SISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN EN EMPRESA HOTELERA.

Por Marta Mateos Gutiérrez y Alicia Martín Navarro.....132

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL SECTOR PORTUARIO ANDALUZ.

Por Vanessa Rodríguez Cornejo, Jaime Sánchez Ortiz, Ángel Cervera Paz, Luis López Molina y Miguel Ángel Montañez Del Río.....148

RETOS Y DESAFÍOS DE LA ANALÍTICA DE DATOS EN EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN.

Por Aida María de Vicente Domínguez.....168

ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA EVOLUCIÓN DE LAS PRESTACIONES POR DESEMPLEO  
EN ESPAÑA.

Por Miguel Blanco Canto, Vanesa Aparicio Rodríguez y María de la Asunción Sánchez  
Domínguez.....173

ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA CALIDAD DEL EMPLEO Y LA DESPROTECCIÓN SOCIAL  
EN LA REGIÓN DE MURCIA

Por Ángel Manzanares Gutiérrez.....190

LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN LA PENÍNSULA IBÉRICA A COMIENZO DEL SXXI.

Por Georgina Cortés Sierra, María Jesús Delgado Rodríguez, María del Mar Guerrero Manzano  
y Manuela Ortega Gil.....200

LOS RECURSOS NATURALES COMO FUENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y  
COMPETITIVIDAD EN EL CONTEXTO GLOBAL

Por Leidy Paola Llanes Dueñas.....218

LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA DEL MARCO DE JEREZ A LO LARGO DE LA CENTURIA  
DECIMONÓNICA: UNA APROXIMACIÓN HISTÓRICA.

Por Maria Vázquez Fariñas.....224

EL METODO DIALECTICO MATERIALISTA Y SU IMPORTANCIA EN LA FORMACION DEL  
ECONOMISTA.

Por Arístides Gonzalo Pérez Romero.....235

EDUCACIÓN LABORAL Y ECONÓMICA ANTE LOS NUEVOS ESCENARIOS DEL TRABAJO.

Por Angel Benancio Grave de Peralta Arbella y Dayamí Danyelis Gelaver Veliz.....246

RETOS DE LA DIVULGACIÓN ECONÓMICA EN EL DISCURSO INFORMATIVO.

Por Aida María de Vicente Domínguez.....256

ESTUDIO A NIVEL MUNDIAL SOBRE LA EMISIÓN DE GASES DE EFECTO INVERNADERO  
EN LA AGRICULTURA COMO NUEVO RETO EN LA ECONOMÍA.

Por José Ruiz Chico.....261

EVOLUCIÓN DE LA INMIGRACIÓN EN ESPAÑA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS  
DESDE EL INICIO DE LA CRISIS ECONÓMICA.

Por Miguel Blanco Canto, Francisco Javier Davín Escobar y Lydia Bares López.....268

LOS MILLENNIALS Y EL MARKETING: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO.

Por Blanca María Olmedo Arias, María Paula Lechuga Sancho.....297

LEAN THINKING PARA FOMENTAR LA TRANSICIÓN DE LA LOGÍSTICA TRADICIONAL  
HACÍA EL PHYSICAL INTERNET.

Por Vanessa Rodríguez Cornejo, Ángel Cervera Paz, Luis López Molina, Víctor Pérez  
Fernández, Miguel Ángel Montañez Del Río y Jaime Sánchez Ortiz.....335

DISPONIBILIDAD PARA TRABAJAR Y BÚSQUEDA DE EMPLEO. UN ANÁLISIS DE  
GÉNERO.

Por Margarita Gallego Sanchez.....354

MUJER Y CREACIÓN DE EMPRESAS: ¿QUÉ PODEMOS APRENDER DE UN ANÁLISIS  
COMPARADO?

Por Juan Pablo Diánez González y José Ruiz-Navarro.....368

PRERREQUISITOS MACROECONÓMICOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CONCEPTO  
DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN UCRANIA.

Por Oksana Hrynevych y Oleksii S. Goncharenko.....399

ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN TECNOLÓGICA DE LA UNIVERSIDAD DE  
CÁDIZ PARA LOS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN FQM.

Por Alberto Cantador Cecilia y Lydia Bares López.....414

## **CONOCIMIENTO DE LA LEY TRIBUTARIA EN LA ACTIVIDAD POR CUENTA PROPIA EN CINFUEGOS.**

**Vladimir Alfonso Rodríguez<sup>1</sup>**

**Estudiante**

**Yoania Castillo Padrón<sup>2</sup>**

**Docente**

**Universidad de Cienfuegos, Sede "Carlos Rafael Rodríguez", Cuba**

**varodriguez@ucf.edu.cu**

### **RESUMEN**

Cuba es un país con un alto desarrollo cultural, social e intelectual. Muestra indicadores en la educación como pocos países de su entorno, aun así, en el campo de los tributos no se ha hecho el énfasis necesario, es por esto que en el país no existe una cultura tributaria generalizada.

La reestructuración laboral y financiera de la economía cubana para una más eficaz producción y distribución de riquezas, constituye un reto en la actualidad, además de dar inicio a una nueva etapa de cambios económicos y sociales que persiguen el perfeccionamiento de la experiencia vivida y la reinvención imperativa del modo socialista de vida, impuesto por sus propias realidades.

La comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en una publicación de 2010, "Evasión y equidad en América Latina", expresa que "desafortunadamente, los países de América Latina tributan poco y mal. Se caracterizan por tener una baja presión tributaria, una estructura sesgada hacia impuestos regresivos y tasa de evasión y elusión fiscal bastantes elevadas, lo que restringe la posibilidad de instrumentar políticas fiscales redistributivas y más efectivas".

A pesar de la relevancia de los temas impositivos, asuntos como la cultura tributaria ha sido problemática y poco abordada en los últimos años. En el esfuerzo por controlar el cumplimiento tributario, generar un riesgo creíble ante el incumplimiento no basta solamente con vencer prácticas negativas, se requiere además de la existencia de una cultura tributaria que, entre otros aspectos, facilite el cumplimiento de los deberes formales de los contribuyentes, lo cual

---

<sup>1</sup> Estudiante de 4to año de la Carrera Contabilidad y Finanzas en la Universidad "Carlos Rafael Rodríguez", Provincia de Cienfuegos, Cuba.

<sup>2</sup> Yoania Castillo Padrón. Graduada de Contabilidad y Finanzas. Profesora en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en la Universidad de Cienfuegos, Sede "Carlos Rafael Rodríguez".

es un factor de alto valor para lograr, de manera voluntaria, el aporte de los ciudadanos a los ingresos del Estado.

Hoy, la política social cubana se encamina a continuar preservando las conquistas de la Revolución, rescatar el papel del trabajo como la vía fundamental para contribuir al desarrollo de la sociedad y a la satisfacción de las necesidades personales y familiares, además de garantizar la elevación sistemática y sostenida de la calidad de los servicios que se brindan a la población, y el rediseño de las políticas vigentes, según las posibilidades de la economía.

En los últimos años, los aspectos tributarios ganan en importancia y la administración tributaria cubana enfrenta importantes retos en materia de diseño de políticas encaminadas a garantizar la sostenibilidad de la política social, preservar la equidad, mediante la redistribución de los ingresos y la protección de las capas más vulnerables de la sociedad y estimular un crecimiento económico sostenido.

Las diferencias en la fiscalidad pueden ser causas de elusión, evasión y otras formas de incumplimiento tributario, fenómenos resultantes de cambios estructurales, lo cual obliga a los diseñadores de la política tributaria a implementar nuevas estrategias para su disminución y así contrarrestar los efectos perversos que generan, perfeccionando los métodos tradicionales utilizados en su combate, más aún cuando los fenómenos se desarrollan en un contexto internacional.

Analizar que tanto conocen los contribuyentes de este tema, es el objetivo de este trabajo, principalmente los contribuyentes del sector del negocio por Cuenta Propia, a través de la aplicación de una encuesta a los dueños de negocios particulares en la provincia de Cienfuegos.

### **PALABRAS CLAVES:**

Cultura Tributaria – Contribuyentes - Trabajadores por cuenta propia – Cuba – Fisco - Ley Tributaria

### **SUMMARY**

Cuba is a country with a high cultural, social and intellectual development. It shows indicators in education as few countries in its environment, even so in the field of taxes has not been made the necessary emphasis, that is why in the country there is no widespread tax culture.

The labor and financial restructuring of the Cuban economy for a more efficient production and distribution of wealth is currently a challenge, as well as the beginning of a new stage of economic and social changes that pursue the improvement of lived experience and reinvention imperative of the socialist mode of life, imposed by its own realities.

The Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC), in a 2010 publication, "Evasion and equity in Latin America," states that "unfortunately, the countries of Latin America pay little and poorly. tax, a structure biased towards regressive taxes and tax

evasion and tax evasion quite high, which restricts the possibility of implementing redistributive tax policies and more effective "(2010, p.12). In this context, a new management model has been created that imposes a different style of management in the public sector, with a long-term vision, and the need to promote reforms aimed at meeting the needs of citizens, trying to strengthen cooperation with civil society.

Despite the importance of tax issues, issues such as tax culture has been problematic and has not been addressed in recent years. In the effort to control tax compliance, generating a credible risk in the face of default is not enough just to overcome negative practices, it also requires the existence of a tax culture that, among other aspects, facilitates compliance with the taxpayers' formal duties, which is a high value factor to achieve, on a voluntary basis, the contribution of citizens to the income of the State.

Today, Cuban social policy is aimed at continuing to preserve the achievements of the Revolution, to rescue the role of work as the fundamental way to contribute to the development of society and the satisfaction of personal and family needs, in addition to guaranteeing systematic and sustained the quality of the services provided to the population, and the redesign of the current policies, according to the possibilities of the economy.

In recent years, tax issues have gained in importance and the Cuban tax administration faces important challenges in the design of policies aimed at guaranteeing the sustainability of social policy, preserving equity, through the redistribution of income and the protection of vulnerable layers of society and stimulates sustained economic growth.

The differences in taxation can be causes of circumvention, evasion and other forms of tax non-compliance, phenomena resulting from structural changes, which forces tax policy designers to implement new strategies for their reduction and thus counteract the perverse effects they generate, perfecting the traditional methods used in their combat, especially when the phenomena are developed in an international context.

Analyze how much taxpayers know about this issue, is the objective of this work, mainly the business sector taxpayers by Own Account, through the application of a survey to the owners of private businesses in the province of Cienfuegos.

#### **KEYWORDS:**

Tax Culture - Taxpayers - Self-employed workers - Cuba - Taxation - Tax Law

### **1. LA CULTURA TRIBUTARIA.**

La cultura tributaria es el conocimiento reflexivo del ser humano en cuanto a la bondad del pago de los tributos, lo que le lleva a cumplir natural y voluntariamente con sus obligaciones tributarias (CIAT, 1977).

Para obtener una cultura tributaria que permita lograr cambios en el comportamiento de los contribuyentes se necesita tiempo. Es por ello que no se puede hablar de rapidez o de éxitos en corto plazo, ya que la adquisición de un determinado comportamiento cultural en aspectos económicos, sociales y políticos es lenta. Por lo tanto, si la cultura no se cultiva durante años, no se puede improvisar ni suponer. Si pagar impuestos es un hecho individual de trascendencia social, entonces la cultura tributaria es la variable que engloba ambas dimensiones (Méndez & Aguilera, 2005).

El tema cultura tributaria concita tratamientos ligados a los enfoques propios de la sociología, antropología y ciencia política, o entre quienes tienen formación y experiencia en estos campos del conocimiento. En el mismo orden de ideas, para Méndez (2002) la cultura tributaria representa una parte de la cultura nacional. Va a tener un contenido individual al consistir en la creencia íntima que tiene cada persona miembro de una agrupación social acerca de que el impuesto constituye una aportación justa, imprescindible y de provecho, al ser utilizado para satisfacer las necesidades de la colectividad de la cual forman parte.

De la misma manera, la cultura tributaria es la forma en que los individuos de una sociedad construyen una imagen de los impuestos a partir de una combinación de información y experiencia sobre la acción y desempeño del Estado. No es solo el conocimiento de los ciudadanos sobre sus responsabilidades contributivas y su acción correspondiente, es una ecuación donde sus variables son la carga tributaria, el compromiso del contribuyente y la acción del Estado. (Corredor & Díaz, 2007)

Armas y Colmenares definen la cultura tributaria como "el conjunto de conocimientos, valoraciones, actitudes referidas a los tributos, así como al nivel de creencia y respeto de los deberes y derechos que derivan para los sujetos activos y pasivos de esa relación". En todas estas definiciones, en cuanto a los elementos de la cultura tributaria y su interrelación, se señalan a las personas o contribuyentes quienes reciben la información, la organizan e internalizan, y actúan de acuerdo a sus actitudes y valores en función de los servicios sociales que espera recibir frente al Estado. Este ejerce la gestión tributaria y debe garantizar la atención a la ciudadanía haciendo un buen uso de los ingresos percibidos por este concepto y propiciando el bienestar social (2009, p. 148).

## **2. IMPORTANCIA DEL DEBER DE TRIBUTAR.**

Para que el Estado pueda cumplir con las funciones que le son propias necesita el dinero que proviene de la tributación. Es decir, la tributación permite administrar el país desde las instituciones del gobierno. Por consiguiente, debe entenderse que tributar es una obligación o deber que conviene cumplir para garantizar una vida organizada y para que el Estado pueda proveer de mejores servicios.

Al hablar del tema es importante también la ética tributaria. Esta se encuentra vinculada con la ruptura del equilibrio del principio de justicia fiscal. En la medida que el impuesto sea visto como injusto o expropiatorio, la ciudadanía consciente de sus responsabilidades cívicas y



morales, entrará en conflictos éticos, pues se enfrentará al dilema de cumplir las normas impositivas, con lo cual limita su economía familiar, al no pagar lo que debe, y entonces será sujeta a conflictos de conciencia y de sanciones.

Para (Vieira, 2012), la ética es la manera en que una persona o una sociedad se comportan en la vida; es decir, la conducta demostrada en la práctica. Para autoras como (Armas & Soto, 2012), la ética es un conjunto de valores que identifican y personalizan a un grupo, guiando el comportamiento de los seres humanos en un entorno social. Entonces, al hablar de ética tributaria se vincula tanto el comportamiento de los contribuyentes (ética fiscal del contribuyente), como la actuación de los entes encargados de administrar los recursos provenientes de los tributos (ética tributaria de la administración tributaria) (CIAT, 2011).

### **2.1 Importancia de la cultura tributaria.**

La importancia de la cultura tributaria está en el propio individuo, quien es el que acepta el sitio que le corresponde en la sociedad, desarrollando un sentido de solidaridad para con los demás. Por lo tanto, en las obligaciones tributarias se encuentra un dispositivo en pro del bien común y del Estado, como el ente facultado de alcanzar dicho propósito.

El cumplimiento de las obligaciones lleva inherente el derecho y la legitimidad que tienen todos los ciudadanos de exigir al Estado el cumplimiento de sus obligaciones. Sin embargo, hay que admitir que esta tarea es un proceso a largo plazo y que toma años alcanzar y desarrollar.

Teniendo claro lo expresado por (Cortázar, 2000), desarrollar una cultura tributaria no es una tarea fácil, requiere la convergencia de políticas de control con políticas de carácter educativo. Para este autor, el objetivo debe estar orientado a la implementación de un conjunto de estrategias educativas por parte de las administraciones tributarias (nacionales, locales) con la finalidad de desarrollar una cultura tributaria sólida, potenciando, además, sus acciones de fiscalización.

La cultura tributaria implica una labor educativa como parte del vivir cotidiano, reflejada en la capacidad de preguntar cuál es el papel del ciudadano dentro de la sociedad, promoviendo valores expuestos en el comportamiento y la percepción de estos, orientadas al deber de contribuir en el financiamiento de gasto público.

El reto de la administración tributaria está en hacer entender a la ciudadanía la relación causal que existe entre el ciclo tributario y la distribución del gasto. Esto evita problemas como la evasión, el fraude fiscal y el no pago de los tributos por cualquier otra causa, y garantiza la correcta fiscalidad.

## **3. CULTURA TRIBUTARIA DE LA SOCIEDAD CUBANA**

La sociedad cubana, a mediados de la década de los noventa, fue testigo de la realización de una profunda reforma tributaria que removió los cimientos de la fiscalidad de la economía. La consecución de esta reforma se encuadró dentro de una estrategia general económica y social

que adoptó el país para enfrentar los embates de la crisis económica que se desencadenó a partir de los finales de la década de los ochenta, originada por el impacto negativo de factores de gran trascendencia y la necesidad de garantizar la reinserción de la economía cubana en los circuitos de la economía mundial.

Con la aprobación de la Ley No 73 del Sistema Tributario, en agosto de 1994 por la Asamblea Nacional del Poder Popular, se inicia una etapa cualitativamente superior del desarrollo de las fuentes de ingresos al presupuesto público del país. La aprobación de esta ley significó una simplificación relevante del mosaico de diferentes formas de ingresos, que se fueron superponiendo y gestando desde 1959 hasta 1993, lo cual permitió una adecuada sistematización y elevación de la congruencia interna de la estructura tributaria y su correspondiente entorno.

El Acuerdo No 2915 de fecha 30 de mayo de 1995 estipula aprobar el objetivo, las funciones y atribuciones de la Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT), adscripta al Ministerio de Finanzas y Precios, máximo órgano representante de la administración tributaria como Organismo de la Administración Central del Estado, encargado del control de la política tributaria definida por el Gobierno.

En enero del año 2013 entró en vigor la Ley No 113 del Sistema Tributario, la cual derogó la anteriormente citada por no ajustarse a los nuevos escenarios económicos y sociales del país.

Desde su nacimiento la Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT) ha jugado un papel preponderante en la aplicación de la Ley del Sistema Tributario. Su labor educativa y exigente ha transitado por diferentes escenarios para lograr cumplir con la misión asignada, se ha fortalecido la disciplina fiscal y existe una percepción positiva en la sociedad cubana de la capacidad y los servicios que brinda.

Con la aplicación del sistema tributario cubano, el nivel de desarrollo económico y social alcanzado por la sociedad ha constituido una importante fortaleza, ya que una condición para garantizar la legitimización de la tributación y un cumplimiento voluntario elevado es la percepción de la provisión y calidad de los bienes públicos suministrados. Además, está vinculado a un principio fundamental de la ética de la tributación comentado con anterioridad, puesto que la vida en común requiere del esfuerzo de todos los ciudadanos para sostener el gasto público.

El hecho de que en Cuba exista un predominio de la propiedad estatal sobre los medios de producción hace que muchos ciudadanos, incluyendo empresarios, manifiesten: ¿para qué tributar si el Estado es el dueño de todo? Otros creen que resulta más rentable no tributar, no declarar lo realmente recaudado, no presentar documentos en los procesos de introducción de mercancías al país, o simplemente no reportar al Estado ningún tipo de transacción que estos realicen. Esto no solo con el fin de evadir los impuestos, sino de no someterse a los diferentes trámites, en la mayoría de las veces engorrosos y complicados. Todo ello es reflejo de un desconocimiento total de la dimensión y alcance de los tributos, y de la carencia de cultura

tributaria, donde la ética empresarial es fundamental para la conformación y desarrollo de la misma.

#### **4. TRABAJO POR CUENTA PROPIA.**

Aprobado por Resolución No. 32 de 7 de octubre de 2010 (32/10) del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros de Cuba que fuera derogada y puesta en vigor en la Resolución No. 33 del año 2011 (33/11). Trabajo que no se encuentra subordinado a la administración de una entidad laboral, sino que asume los riesgos de la actividad que autopractica en la forma que estime conveniente y apropiada, con los elementos y materia prima necesarios para su desempeño.

Este trabajador da empleo, por lo que utiliza el trabajo ajeno. Quien tenga esta categoría ocupacional puede emplear a un familiar u otra persona. Da solución a un número de dificultades, a la vez que brinda su aporte a la sociedad.

Pueden ejercer la actividad para la que han sido autorizados en:

- Su domicilio u otro local o espacio arrendado, con observancia de las normas establecidas por el Consejo de la Administración Municipal del Poder Popular.
- Áreas comunes habilitadas al efecto, con la autorización del Consejo de la Administración Municipal del Poder Popular correspondiente.
- El domicilio del usuario, en las actividades que debido a su naturaleza deben realizarse en este.

##### **4.1 Deberes y Derechos**

Tendrán los derechos y deberes establecidos por la ley. Podrán comercializar sus productos o servicios a personas jurídicas, tanto estatales como extranjeras, empresas mixtas, privadas u otras. Los precios y condiciones de venta se acuerdan libremente entre el comprador y el vendedor. Si el trabajador por cuenta propia se encuentra debidamente inscrito en el registro del contribuyente y estuviera al día en los pagos, tendrá derecho a las prestaciones de seguridad social, según lo dispuesto por la ley. Tendrán derecho a sindicalizarse y aunque no lo hagan tienen derecho a dirigirse al sindicato del ramo en que se desempeñan, ante cualquier tipo de dificultad en función de la labor realizada. Tendrá derecho a la jubilación por edad y a las prestaciones de la seguridad social en caso de enfermedad común por del trabajo, enfermedad profesional o accidente del trabajo, entre otras previamente establecidas en materia de seguridad social. De tratarse de una mujer será beneficiada por la ley de maternidad, si se acogiera a la misma.

Con la necesidad de profundizar aún más en esta problemática, al tratar de vincular el tema con aspectos de la historia fiscal del país, se aplicó la siguiente encuesta:

#### **5. CUESTIONARIO SOBRE CONCIENCIA TRIBUTARIA**

Para la realización de esta encuesta se tomó una muestra de 14 personas que pertenecen a la rama del negocio por cuenta propia en la provincia de Cienfuegos.

Con el objetivo de recabar datos acerca de la conciencia tributaria de los cubanos, así como poner en relación ésta con variables relacionadas, tales como la justicia de la prestación tributaria, el fraude fiscal, el sistema tributario, y otros aspectos (ética, valores, solidaridad, etc.).

A continuación, se expresan los siguientes resultados de la encuesta realizada:

Para el análisis de los resultados se utilizó como medio de apoyo el software informático IBM SPSS Statistics v.22

En las siguientes tablas se describe la frecuencia de las respuestas y el porcentaje que representan del total, por cada una de las preguntas:

**Conoce la ley Tributaria cubana**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	8	57.1	57.1	57.1
No	6	42.9	42.9	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**Consideras justa la ley tributaria**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Injusto	1	7.1	7.1	7.1
Regular	7	50.0	50.0	57.1
Justo	6	42.9	42.9	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**Porque debemos pagar los impuestos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
forma solidaria de redistribuir riqueza	2	14.3	14.3	14.3
Contribuir a sufragar el gasto publico	5	35.7	35.7	50.0
La Ley nos obliga a pagar	7	50.0	50.0	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**Disposición al pago de impuestos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada dispuesto	2	14.3	14.3	14.3

Poco dispuesto	1	7.1	7.1	21.4
Regularmente dispuesto	1	7.1	7.1	28.6
Dispuesto	4	28.6	28.6	57.1
Muy dispuesto	6	42.9	42.9	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**El fraude fiscal está justificado porque**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
los pagos son excesivos	3	21.4	21.4	21.4
trampear para seguir adelante	2	14.3	14.3	35.7
los que tienen no pagan lo que corresponde	2	14.3	14.3	50.0
el control no es eficaz	2	14.3	14.3	64.3
no es justificable	5	35.7	35.7	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**Es usted responsable**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	1	7.1	7.1	7.1
Responsable	10	71.4	71.4	78.6
Muy responsable	3	21.4	21.4	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**Quien realiza los registros Contables**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Realizado por un tenedor de libros	6	42.9	42.9	42.9
Realizado por mi	8	57.1	57.1	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**La ONAT suministra la información de forma oportuna**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	28.6	28.6	28.6
Regular	5	35.7	35.7	64.3
No estoy seguro	5	35.7	35.7	100.0
Total	14	100.0	100.0	

**Sexo**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	11	78.6	78.6	78.6
Femenino	3	21.4	21.4	100.0
Total	14	100.0	100.0	

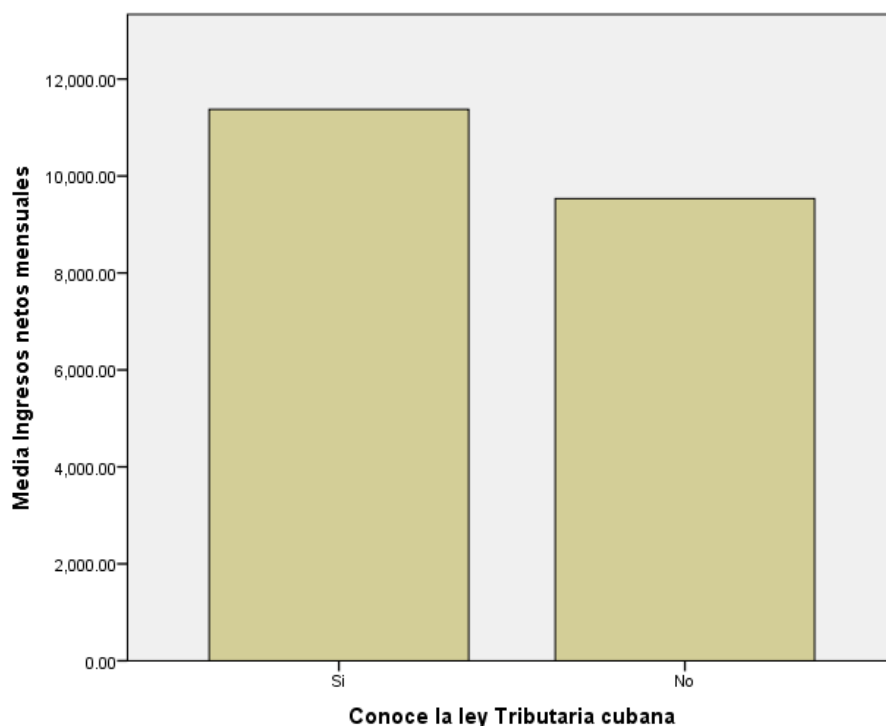
**Nivel de escolarización**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Secundaria a Técnico medio	4	28.6	28.6	28.6
Universitarios	10	71.4	71.4	100.0
Total	14	100.0	100.0	

Preguntas	Moda
Conoce la Ley Tributaria cubana	1 (Si)
Consideras justa la Ley Tributaria	3 (Regular)
Porque debemos pagar los impuestos	3 (La Ley nos obliga a pagar)
En qué grado está usted dispuesto al pago de impuestos	5 (Muy dispuesto)
El fraude fiscal está justificado porque:	6 (El fraude fiscal no es justificable bajo ningún concepto)
Es usted una persona consciente y responsable	4 (Responsable)
Quien realiza los registros Contables	2 (Estos registros los llevo yo como dueño)
La ONAT suministra la información de forma oportuna	2 (Regular)
Sexo	1 (Masculino)
Nivel de escolarización	3 (Estudios universitarios)

A partir de la muestra realizada, la cual no es muy significativa, por lo que no arroja un resultado veraz y eficaz, se pudo ver que predominaba más el personal (masculino y de estudios universitarios) que conoce la Ley Tributaria Cubana, estos la consideran de una forma relativamente justa, están dispuestos a pagar los impuestos, pero se sienten obligados al pago, esto quiere decir que de alguna manera no conocen el destino final de estos pagos de impuestos. Además de su pensamiento de que no se justifica de ninguna manera la evasión de los impuestos.

Sin embargo, la siguiente grafica refleja los ingresos netos estimados de cada contribuyente con respecto a su conocimiento o no de la Ley Tributaria y se puede constatar que las personas que conocen la ley obtienen mayores ingresos mensuales.



## 6. CONCLUSIONES

- La cultura tributaria implica una labor educativa como parte del vivir cotidiano, reflejada en la capacidad de preguntar cuál es el papel del ciudadano dentro de la sociedad, promoviendo valores expuestos en el comportamiento y la percepción de estos, orientadas al deber de contribuir en el financiamiento de gasto público.
- El reto de la administración tributaria está en hacer entender a la ciudadanía la relación causal que existe entre el ciclo tributario y la distribución del gasto. Esto evita problemas como la evasión, el fraude fiscal y el no pago de los tributos por cualquier otra causa, y garantiza la correcta fiscalidad, a la vez que la recaudación de recursos financieros que permitan financiar los gastos sociales y al mismo tiempo reducir el déficit fiscal o mantenerlos en niveles sostenibles para la economía del país.
- La administración tributaria cubana tendrá que llevar a cabo un importante programa de educación tributaria y, como parte de esta estrategia, deberá ofrecer capacitación sobre los temas tributarios que engloban el proceso de elaboración del presupuesto, recaudación de recursos y de proyección del gasto público, como primer elemento.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armas, M., & Colmenares, M. (2009). Educación para el desarrollo de la cultura tributaria. *Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, 123-148.

- Armas, M., & Soto, A. (2012). *La educación y la cultura tributaria en Venezuela. Una visión fenomenológica*. Venezuela: Los Ángeles Editores.
- CENTRO INTERAMERICANO DE ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS (CIAT). (1977). *"Mejoramiento de la conciencia tributaria de la población"*. Caracas, Caracas, Venezuela: IX Asamblea General CIAT.
- CENTRO INTERAMERICANO DE ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS (CIAT). (2011). *"La moral tributaria como factor determinante en el mejoramiento de la eficacia de la administración tributaria"*. Ecuador: 45ª Asamblea General del CIAT.
- Corredor, M., & Díaz, G. (2007). *"La cultura tributaria municipal. Diagnóstico en la parroquia El Valle del municipio bolivariano del Distrito capital"*. Obtenido de Observatorio de la Economía Latinoamericana: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve>
- Cortázar Velarde, J. (2000). "Estrategias educativas para el desarrollo de una cultura tributaria en América Latina: experiencias y líneas de acción". *Revista del CLAD Reforma y Democracia*.
- González, M. S. (2012). El incumplimiento tributario en cuba y su efecto en los ingresos al presupuesto del estado.
- Méndez, P., & Aguilera, D. (Septiembre de 2005). "Cultura tributaria y contribuyentes. Datos y aspectos metodológicos fermentum". *Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 15(044), 332-352.
- MINISTERIO DE FINANZAS Y PRECIOS. (1994). "Ley N.o 73 del Sistema Tributario". *Asamblea Nacional del Poder Popular*. La Habana.
- MINISTERIO DE FINANZAS Y PRECIOS. (2013). "Ley N.o 113 de Sistema Tributario". *Asamblea Nacional del Poder Popular*. La Habana.
- Vieira, C. (2012). "La formación ética en la administración tributaria peruana". *Cuadernos SUNAT*, 12(21), 143-153.



## SELECCIÓN DE UNA INSTALACIÓN DE ACS Y CLIMATIZACIÓN DEL AGUA DE PISCINA A TRAVÉS DE ANÁLISIS DE VIABILIDAD FINANCIERA

Ángeles Longarela-Ares<sup>1</sup>

Universidade da Coruña

[angeles.maria.longarela.ares@udc.es](mailto:angeles.maria.longarela.ares@udc.es)

**Resumen:** El sector de gestión de instalaciones deportivas presenta elevados costes energéticos, siendo el mayor de ellos el derivado del consumo de Agua Caliente Sanitaria (ACS) y piscina. Uno de los objetivos de las empresas del sector es gestionar y reducir de forma adecuada estos costes. En base a ello, el presente trabajo, se centra en su optimización, proponiendo 4 alternativas de instalación energética (Gas Natural, Biomasa, Solar Térmica combinada con Gas Natural o con Biomasa), para comprobar cuál es más adecuada en términos de viabilidad financiera y seleccionar una de ellas. Se parte de una hipotética empresa-caso diseñada según las características del sector. Se hace una previsión a 20 años de los consumos energéticos y de los costes de inversión o instalación, de consumo energético y de mantenimiento de cada alternativa; se realizan análisis de viabilidad con el Valor Actual Neto (VAN) y se comparan los resultados. Se concluye que la solución más adecuada, desde un punto de vista financiero, para centros deportivos similares a la empresa-caso, es la instalación de Biomasa, una opción que, además, es considerada respetuosa con el medio ambiente.

**Palabras clave:** agua caliente sanitaria – energía – empresa – finanzas - piscina - viabilidad.

**Abstract:** The sports facilities management sector presents very high energy consumption costs derived from the consumption of Sanitary Hot Water (DHW) and pool water heating. One of the objectives of companies in the sector is to manage and reduce these energy consumption costs appropriately. Based on this, the present study focuses on its optimization, proposing 4 alternatives of installation (Natural Gas, Biomass, Solar Thermal combined with Natural Gas or with Biomass), to verify which is more suitable in terms of financial viability and select one of them. The study is based on a hypothetical business-case designed according to the characteristics of the sector. A 20-year forecast is made of energy consumption and investment or installation costs, energy costs and maintenance costs of each alternative; some viability analysis are made through the Net Present Value (NPV) methodology and the results are compared. As conclusion, from a financial point of view, the most appropriate solution for similar sport centers to the business-case, is the Biomass installation, considered an environmentally friendly option.

**Key Words:** sanitary hot water - energy - business – finance – swimming pool – viability.

---

<sup>1</sup> Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA), Máster Universitario en Banca y Finanzas, Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidade da Coruña. Doctoranda en Universidade da Coruña. Universidade da Coruña, Grupo de Investigación en Regulación, Economía y Finanzas (GREFIN), Departamento de Empresa, Facultad de Economía y Empresa, Elviña, 15071 A Coruña, España.

## **1. INTRODUCCIÓN**

Durante los últimos años, los precios de la energía se han visto sometidos a un incremento paulatino que ha provocado que el consumo energético de las empresas haya pasado de ser una partida marginal en su estructura de costes a una parte considerable (Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, 2005). Esto las ha llevado a replantearse su gestión, sin perder las ventajas que otorga (mayor productividad y calidad) pues tradicionalmente los esfuerzos empresariales se han basado en la eficiencia de los procesos descuidando los consumos globales, algo necesario dada la actual coyuntura económica.

En las instalaciones deportivas el consumo energético es una de las partidas más importante de los gastos de la empresa, representando el Agua Caliente Sanitaria (ACS) y el calentamiento del agua de la piscina (Piscina), el 25% del consumo energético total (Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, 2005). Esto hace que su correcta gestión y la elección de una instalación energética adecuada permita a la empresa reducir sus consumos, haciéndola más competitiva en costes, mejorando su eficiencia y contribuyendo a un modelo de negocio respetuoso con el medioambiente, que repercutirá en una mejor imagen de marca y le otorgará una ventaja competitiva y diferenciadora.

Estas cuestiones hacen interesante el estudio de la selección de una instalación de ACS y climatización del agua de piscina, y por ello se escogió como tema del presente trabajo. Lo que se pretende, es hacer una comparativa de cuatro alternativas de instalaciones de ACS y piscina: una instalación convencional de Gas Natural (energía no renovable), una instalación de Biomasa (energía renovable basada en el consumo de combustible orgánico como pellets de madera) y dos instalaciones Solares Térmicas (combinadas con cada una de las primeras alternativas, dando lugar a dos instalaciones híbridas). El objetivo es seleccionar la más adecuada para un centro deportivo.

El trabajo se estructura como sigue: el apartado 2 presenta el estado del arte y descripción de la empresa-caso, el apartado 3 muestra la metodología, el apartado 4 expone los resultados, el apartado 5 comenta las conclusiones y el apartado 6 recoge la bibliografía utilizada.

## **2. ESTADO DEL ARTE Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA-CASO**

Existen diversos estudios que tienen como objetivo analizar la viabilidad de proyectos desde un punto de vista financiero. Algunos de los proyectos a evaluar por las empresas y que suponen una decisión importante que repercutirá en sus futuros costes son los proyectos de inversión en instalaciones energéticas.

A la hora de evaluar los proyectos, algunos autores se centran en un tipo de energía concreta que, por lo general, suele incluir alguna energía considerada renovable, y analizan la viabilidad de dicho proyecto. Es el caso de autores como Bretaña (2007) que centra en la valoración financiera de una instalación de biomasa o Condori Yucra (2010) y Corral (2011) que

se centra en una instalación solar. O, como Noguera (2011) que se centra en analizar un proyecto, que combina varios tipos de energía, en este caso, solar térmica, geotermia y biomasa.

En cambio, otros autores optan por comparar varias alternativas que permitan seleccionar entre diversos tipos de energía cual es la más adecuada para un determinado caso. Es lo que llevan a cabo Martínez Sánchez (2011) y Moreno (2012) que se centran, respectivamente, en comparar un sistema de microgeneración de energía térmica y electricidad frente a sistemas convencionales y una instalación de gasóleo con una de biomasa para considerar sustituirla.

En cualquier caso, el procedimiento es similar, definiendo en primer lugar las características del edificio o lugar donde se va a implementar la instalación a valorar, realizando cálculos de carácter técnico y, posteriormente, de carácter financiero, como el VAN, para valorar la instalación, y exponiendo las conclusiones oportunas a la vista de los resultados. Existen tanto estudios de caso reales (Corral, 2011), en donde el análisis de viabilidad servirá para determinar si mantener o cambiar la instalación existente, como estudios de empresas-caso surgidas a raíz de proyectos académicos, proyectos empresariales aún no llevados a cabo o estudios que se basan en datos reales de edificios, piscinas o centros deportivos que pueden servir como base (Noguera, 2011), en donde analizar la viabilidad servirá para decidir qué tipo de instalación realizar. Algunos estudios se centran en edificios urbanos (Martínez Sánchez, 2011; Moreno, 2012 y otros en centros deportivos o piscinas (Cloquell, Artacho y Santamarina, 2009; Condori Yucra, 2010; Corral, 2011; Noguera, 2011).

En el presente estudio, se utiliza una empresa-caso hipotética, que presenta las siguientes características: construcción de 3.984 m<sup>2</sup> (sin contar el silo para combustible, en su caso) situada en Lugo. Consta de varias dependencias, en dos plantas, y se prestará especial atención a aquellas involucradas en la gestión de ACS y agua de piscina, que serán:

- una piscina cubierta de 312,5 m<sup>2</sup> de lámina de agua, 1,5 m de altura por el frente y 2,5 m de altura por la parte posterior, lo que supondrá una media de 2 m, y por tanto un volumen de piscina de 625 m<sup>3</sup>, y una superficie del vaso (paredes y suelo) de 462,50 m<sup>2</sup> (según las normativas NIDE). De aquí en adelante piscina 1.
- una piscina de chapoteo cubierta de 70 m<sup>2</sup> de lámina de agua, con una altura media de 1,2 m, que supondrá un volumen de 84 m<sup>3</sup>, y una superficie de vaso (con paredes y suelos) de 104 m<sup>2</sup> (según las normativas NIDE). De aquí en adelante piscina 2.
- Los vestuarios (318 m<sup>2</sup> para usuarios y monitores con duchas, inodoros y lavabos) y servicios auxiliares (12 m<sup>2</sup> con inodoros y lavabos).

El perfil de la empresa-caso está orientado a ser líder en el mercado. El centro deportivo se empieza a construir en el año 0, abre sus puertas a los 21 meses de empezar a construirse, es decir, el 1 de octubre del año 1 y el año 2 es el primer año de funcionamiento completo y considerado como año base.

La afluencia mensual supone un total de 12.467 usos/mes, según las previsiones para el año 2, basadas en orientaciones de profesionales del sector. Se basa en las características de un centro deportivo que cuenta con un amplio abanico de cursos y actividades dirigidas, impartidas en diversos horarios con un tope máximo de personas por sesión, y actividades libres (piscina, fitness, pádel, tenisK ). Se consideran usos y no ventas, porque, por ejemplo, una persona apuntada en un curso de 2 días por semana es considerada como una sola venta, pero como 8 usos al mes. Para los cursos y actividades dirigidas, los usos se fijaron en un 40% del máximo de personas por sesión que podría llegar a haber, pues en los primeros años de funcionamiento suele ser la afluencia común y, para las actividades libres se estimaron directamente el número de usos mensuales, de acuerdo a las orientaciones de gestores de centros deportivos (tabla 1 ANEXO 1). En el caso del número de abonados (ventas, no usos), se prevé un máximo de 5.000 clientes como tope, con un crecimiento desde los 2.000 abonados (40% de 5.000) que hay en el año 2 del 50% para el año 3, del 33% para el 4, del 15% para el 5 y del 5% para el 6 llegando a 4.817 abonados.

### 3. METODOLOGIA

La metodología seguida para llevar a cabo este estudio se divide en 3 fases:

1. Calcular la potencia en kilovatios (kW) que es necesario que tenga la instalación para producción de ACS y calentamiento de agua de piscina y los consumos energéticos anuales en kilovatios por hora (kWh).
2. Costes de instalación o inversión inicial, costes de consumo energético y costes de mantenimiento de cada tipo de instalación.
3. Cálculo del VAN de cada tipo instalación.

Para determinar la potencia y los consumos energéticos se utilizaron las fórmulas de potencia y energía recogidas en Albarracín, Sanabria y Maíllo (2007), la “Guía técnica de Agua Caliente Sanitaria Central” de ATECYR (2011), las normativas específicas y el asesoramiento técnico de expertos. Asimismo, se obtuvo información de trabajos académicos similares y se siguió el procedimiento empleado en éstos, como los de Bretaña (2007), Cloquell, Artacho y Santamarina (2009), Condori Yucra (2010), Corral (2011), Noguera (2011), Martínez Sánchez (2011), Moreno (2012), un manual de eficiencia energética de Escobar (2009) y una auditoría de Creara (2011), estudios que sirvieron también de orientación para el análisis financiero.

Todos los cálculos se hicieron tomando como año base el año 2, por ser el primer año de funcionamiento al completo del centro deportivo, salvo el cálculo del VAN para el cual se aplica una previsión a 20 años. Aunque en el futuro aumente el número de clientes, las instalaciones energéticas deben basarse en los datos más conservadores y de los primeros años, pues si las estimaciones se cumplen siempre pueden aumentarse. Los datos utilizados se obtuvieron de diversas fuentes que se comentarán de forma detallada a continuación, junto con la metodología seguida en cada fase.

### 3.1. Metodología para calcular la potencia y el consumo energético.

Para determinar la potencia térmica y el consumo energético se halló, por un lado, el consumo de litros de ACS y la demanda de energía térmica que supondrán los vestuarios y, por otro lado, la potencia y demanda de energía de piscinas, dado que en cada caso se obtendrán de forma diferente.

La potencia para ACS, agua caliente consumida para servicios sanitarios (duchas y lavabos, principalmente) se calculó a partir del consumo de agua diario, que vendrá dado por la afluencia diaria de personas al centro y por los litros que cada persona consume. La afluencia diaria se determinó a partir de la afluencia mensual. Puesto que varía todos los meses, sobre todo en verano, debido a la estacionalidad de uso de los centros deportivos, se establecieron porcentajes de afluencia orientativos, tomando 12.467 usos como los de los meses en los que el nivel de afluencia mensual es el 100% del esperado (tabla 2 ANEXO 1). Posteriormente, se sumaron los usos mensuales para conocer los anuales y, a partir de éstos, se obtuvieron los usos medios mensuales y diarios (345 personas/día).

En cuanto a las piscinas, consumen agua caliente debido a 2 causas principales: constituir la primera vez que se llena el vaso de la piscina y las pérdidas de calor del vaso debidas a cinco factores: evaporación, radiación, convección, transmisión y renovación del agua. Esto supondrá tener que usar agua caliente para mantener la temperatura en los niveles adecuados (entre 24 °C y 30 °C, según la Exigencia de Bienestar e Higiene IT 1.1 del RITE). Se escogió una temperatura de 28°C para la piscina 1 y 30°C para la 2, pues según el RITE y orientaciones de centros deportivos reales, la piscina 2 si es usada por bebés, 3ª edad y embarazadas debe tener mayor temperatura.

Los consumos energéticos vendrán dados en kilovatios hora (kWh). Por un lado, tenemos los consumos energéticos de ACS y, por otro lado, los de piscinas. La energía anual consumida (kWh) se calculará con el producto de la potencia instalada (kW) por las horas que se prevé que se use dicha potencia al año.

### 3.2. Metodología para calcular los costes de instalación, de consumo energético y de mantenimiento.

Una vez calculada la potencia a instalar se determinaron los **costes de instalación** para cada alternativa (Gas Natural, Biomasa y Solar combinada con Gas Natural o con Biomasa), en base a estimaciones de profesionales del sector y catálogos de calderas y paneles solares como el catálogo de tarifas de Vaillant o el generador de precios de Herz. Las instalaciones se adaptan al documento HE4 del Código Técnico de la Edificación (CTE) que, desde el año 2006, establece que, en los edificios de nueva construcción, cuando la fuente de energía principal no sea renovable (Gas Natural), deberá haber una contribución solar mínima a ACS y climatización de piscina. En ACS esta contribución dependerá de la zona solar (Lugo es Zona II) y del consumo

diario de agua caliente (entre 5.000 y 10.000 litros/día) y será del 40% de la energía demandada para ACS, y para climatización de piscinas dependerá de la zona solar y será del 30% de la energía demandada para piscinas.

Para determinar el número de paneles solares necesarios se calculará la contribución requerida según los porcentajes comentados, se tendrá en cuenta el ahorro del intercambiador de calor y se usará el programa AuroPro3.0.1. de Vaillant para calcular el número de paneles solares que se necesitan para ACS y para piscinas.

Además, se tendrán en cuenta en el coste de las instalaciones, las subvenciones para proyectos de energías renovables del INEGA 2018, que para la caldera de Biomasa es de 360 €/kW de potencia instalada, con un 50% de porcentaje máximo de ayuda y para instalaciones de energía Solar Térmica, por la parte no obligatoria del CTE y estando combinadas con energías convencionales, de 1500 €/kW con un 50% de porcentaje máximo de ayuda.

A partir de los datos de consumo energético, con los precios de combustibles de biomasa fijados por el IDAE (Instituto para el Ahorro y Diversificación de la Energía), los precios de Gas Natural de Endesa para consumos de entre 100.000 kWh/año y 3 GWh/año (tarifa 3.4) y el documento HE4 del Código Técnico de Edificación para placas solares, se determinó el **coste de consumo energético** anual de cada tipo de instalación.

Para determinar el coste energético de “Gas Natural” se usó el consumo energético anual con ahorro de intercambiador, descontando la contribución solar mínima obligatoria, dado que este aporte es gratuito. Al instalar una caldera de condensación hay que tener en cuenta que su rendimiento alcanza el 104%, por lo que con cada kWh producido se cubrirán 1,04 kWh y por lo tanto el consumo se cubrirá con menos producción de energía ( $\text{Producción} = \text{Consumo} / \text{Rendimiento}$ ). El resultado de producción obtenido se multiplicó por el precio del Gas Natural más económico del mercado para consumos entre 100.000 kWh/año y 3 GWh/año (tarifa 3.4. de Endesa<sup>2</sup>), teniendo en cuenta el término fijo mensual.

Para el coste de consumo de “Biomasa”, se determinó el precio de los pellets de madera a granel (uno de los combustibles de este tipo de calderas) en €/kWh según el informe de precios energéticos liberalizados del IDAE<sup>3</sup> y profesionales del sector, y se multiplicó por la producción de energía necesaria para cubrir el consumo energético anual con ahorro de intercambiador descontado (la producción será mayor al consumo, al tener una caldera de Biomasa con un rendimiento del 93% que por cada kWh producido cubre 0,93 kWh).

Para las instalaciones con aporte solar voluntario se restó del consumo energético anual con ahorro de intercambiador, la contribución solar correspondiente. En el caso de la instalación “Solar combinada con Gas Natural”, los costes de energía se determinaron como se indicó para la instalación “Gas Natural”, y para la instalación “Solar con Biomasa”, como en el caso de la instalación “Biomasa”.

Y, basándose en estimaciones de profesionales del sector, se calcularon los **costes de mantenimiento**. Existen costes de mantenimiento comunes para cualquiera de las alternativas analizadas. Por un lado, están los costes de mantenimiento mecánicos referentes a operaciones mensuales preventivas de chequeo de los equipos de energía (12h/mes), de operaciones diarias de control de temperatura de los depósitos y piscina (2h/día), y de operaciones correctivas para asistencia o imprevistos (200h anuales) y, por otro lado, los costes de mantenimiento químicos, realizados por un laboratorio homologado, como los análisis de legionela y PH de ACS y piscina (6.000 €). Los primeros vendrán dados por el coste/hora del personal necesario y por las horas que esté en el centro y los segundos tienen un precio fijo. A mayores, en la instalación de biomasa tendrá que haber una persona encargada de retirar las cenizas del combustible semanalmente (52 h anuales) y en la solar térmica se llevará a cabo un plan de vigilancia (limpieza de paneles y control de captadores y circuitos) y de mantenimiento de los sistemas de captación, acumulación e intercambio, circuito hidráulico y sistema eléctrico.

### **3.3. Metodología para el análisis de viabilidad (VAN)**

En función de los resultados obtenidos, se hizo una comparativa de las diferentes alternativas, prestando especial atención a los costes y a la inversión inicial, y se estudió la viabilidad financiera de cada opción mediante un análisis VAN.

Para el cálculo del VAN, se estableció un horizonte temporal igual a la vida útil de las instalaciones, 20 años, fijando como desembolso inicial el coste de la instalación (con subvención) y como flujos de caja los costes de consumo energético anuales sumados a los costes de mantenimiento. Al ser desembolsos, los flujos serán negativos y, por ende, el resultado del VAN también, por lo que se propondrá como instalación más adecuada aquella con un VAN superior, pese a ser todos negativos.

Para hacer las proyecciones temporales de los 20 años se tuvo en cuenta el aumento de afluencia de personas para ACS. En el año 1 la afluencia es la cuarta parte del año 2, al estar abierto el centro sólo durante un trimestre. Desde el año 2 la afluencia aumenta en un 50%, 33%, 15% y 5% en los años 3, 4, 5 y 6, respectivamente, manteniéndose después el mismo consumo de ACS dado que variará en dichas proporciones. La piscina consumirá lo mismo todos los años, salvo por las pérdidas del primer año que, al funcionar sólo durante los 3 meses de apertura desde octubre, serán la cuarta parte del año 2. El primer llenado del vaso se hace en octubre y el siguiente año se rellena en diciembre. Los demás años, se rellenan de forma alterna.

Después del primer llenado de piscinas en octubre del año 1 de apertura y del llenado del año 2 base de cálculo, realmente se vaciarán las piscinas completas sólo cuando se requiera realizar reparaciones, y se suele vaciar sólo una parte para reparaciones menores. Como la empresa-caso es referente de calidad y para prever posibles reparaciones, se consideró una puesta a régimen cada dos años. Los años en los que no se vacíen las piscinas, habrá que tener

en cuenta las pérdidas por evaporación y radiación de las 72 horas excluidas en los años en que sí se vacían.

La fórmula del VAN se recoge en la tabla 8 del ANEXO 1. No se ha considerado el efecto de la inflación, pues al aplicar una tasa  $g$  multiplicando el precio de cada año  $n$  por  $(1+g)^n$ , en la fórmula del VAN hay que añadir el factor de actualización  $(1+g)^{-n}$  y se obtendría el mismo resultado que sin tasa de inflación (Garrido, 2001). Se como tasa de descuento el WACC<sup>4</sup>, hallado a partir de una estimación del coste total que supondría construir un centro deportivo de las características de la empresa-caso y los costes de deuda según orientaciones de expertos del sector de gestión de instalaciones deportivas y asesores de entidades bancarias. Actualizar a una tasa de descuento WACC del 8,40% ofrece las mismas conclusiones que considerar una inflación del 3% y actualizar a una tasa de 11,65% (que tenga en cuenta el efecto de la inflación,  $(1+0,084)^n(1+0,03)^n$ ). Este valor WACC es apropiado, utilizándose en estudios de naturaleza similar en los que para un proyecto energético a llevar a cabo en la empresa se puede usar como tasa de descuento el WACC de ésta (Noguera, 2011).

## **4. RESULTADOS**

### **4.1. Resultados de potencia y consumo energético**

En primer lugar, se determinó la potencia térmica necesaria para la producción de ACS, hallando por un lado el consumo de litros de agua y la demanda de energía térmica que supondrán los vestuarios y por otro, la demanda de piscinas, dado que la potencia en kW se obtendrá de forma diferente.

Sabiendo, por lo tanto, que al mes acuden al centro 345 personas/día y cada persona consume 21 litros de agua a 60°C (de acuerdo con el documento HE4 “Ahorro de energía” del CTE) saldría un consumo de ACS de 7.245 litros/día. Se instalará, por lo tanto, 1 depósito de ACS, de 2.500 litros de capacidad y se considerará un tiempo de 2 horas cada vez que se llene el depósito, quedando una potencia necesaria para calentar el agua a 60°C de 71,05 kW (Albarracín, Sanabria y Maíllo, 2007; ATECYR, 2011). Como en el año base se prevé un consumo de 7.245 litros y el depósito es de 2.500 litros, si la caldera trabaja 6 horas/día para ACS producirá 7.500 litros en total y, por lo tanto, para 7.245 litros trabajará 5,8 horas/día. En el caso de que aumentase la afluencia al centro, si se aplican los mismos porcentajes de crecimiento de abonados, comentados en el apartado 2.1, para prever el incremento de afluencia anual, se llegaría a un tope de 831 personas/día al año, que consumirían 17.451 litros y dado que cada 2 horas se producen 2.500 litros, y el centro está abierto 4.888 horas al año (13,39 horas de media al día), se producirían 16.737,5 litros, lo que llegaría para abastecer la demanda de ACS del centro, sin apenas necesidad de aumentar la instalación en un futuro.

En cuanto a las piscinas, consumen agua caliente debido a 2 causas principales: constituir la primera vez que se llena el vaso de la piscina y las pérdidas de calor del vaso de la



piscina. Se calcularon las pérdidas de calor de los vasos de las piscinas (Albarracín, Sanabria y Maíllo, 2007; ATECYR, 2011) sumando una potencia necesaria de 113,28 kW y, tras llenarse por primera vez los vasos de las piscinas, la potencia para cubrir la puesta a régimen que se va a consumir cada vez que, por reparaciones, averíasK haya que volver a llenar las piscinas, sumando una potencia total necesaria es de 196,89 kW.

El resumen de potencias necesarias, por lo tanto, sería el presentado en la tabla 3, quedando una potencia total de 381,23 kW. Si se tiene en cuenta el uso puntual de la potencia de puesta a régimen de la piscina y, pensando que cuando ésta se produce ya se cubre la potencia de renovación del agua y prácticamente no hay pérdidas por evaporación ni radiación, se instalaría una caldera que cubra una potencia igual a 281,85 kW. La escogida será una caldera de 300 kW.

**Tabla 3: Potencia a instalar**

	<b>Potencia a instalar (kW)</b>
<i>Potencia evaporación</i>	63,22
<i>Potencia radiación</i>	6,62
<i>Potencia convección</i>	0,00
<i>Potencia por transmisión</i>	13,91
<i>Potencia renovación del agua</i>	29,53
<i>Potencia ACS</i>	71,05
<i>Potencia puesta a régimen piscina</i>	196,89
<b>TOTAL</b>	<b>381,23</b>
<i>(Potencia evaporación + radiación + renovación)</i>	-99,37
<b>TOTAL A INSTALAR</b>	<b>281,85</b>

En cuanto al consumo energético, por un lado, si tenemos en cuenta que la potencia de ACS es de 71,05 kW y se trabajan 5,8 horas al día en el año 2, base de cálculo, se producirá una demanda diaria de 412 kWh y, como el centro estará abierto 365 días al año, se tendrá una demanda energética de 150.309,12 kWh anuales.

Por otro lado, las piscinas trabajan las siguientes horas:

- Renovación y transmisión (24 horas al día, 365 días al año) y radiación (24 horas al día, 362 días al año, se descuentan 3 días de puesta a régimen del vaso de las piscinas).
- Puesta a régimen: a final del año 2 un llenado de piscinas, por ser la base de cálculo. El año 1 se produce el calentamiento inicial, y los demás años a partir del 2\*, se llenarán uno sí y otro no.
- Evaporación: se consideran sólo las horas que está abierto el centro (4.888 horas) menos 72 horas de la puesta a régimen, pues en ese momento el agua no se evaporará, estando cubiertas las piscinas con una manta térmica el resto de las horas que el centro no esté abierto.

De este modo, se consumirían 907.001,17 kWh en el año base (tabla 4 ANEXO 1). Para ahorrar parte de dicho consumo se pueden instalar intercambiadores de calor que permitan recuperar energía del agua de renovación de las piscinas, ahorrando 136.586,72 kWh, quedando un consumo anual de 770.414,45 kWh. Estos consumos se verán afectados por el rendimiento de las calderas, necesitando producir más o menos kWh de los que se van a consumir, en función de si el rendimiento es inferior o superior al 100% ( $\text{Producción de energía} = \text{Consumo} / \text{Rendimiento Caldera}$ ).

En base a los datos obtenidos hasta ahora se dimensionará y estimará el coste de cada tipo de instalación, el coste de los consumos de cada una de ellas y el coste de mantenimiento, para hacer la valoración financiera.

#### **4.2. Resultados de los costes de instalación, energéticos y de mantenimiento.**

##### **Costes de instalación**

Los costes de instalación se estimaron según la metodología comentada. Para determinar el número de paneles solares necesarios se calculó la contribución mínima requerida según los porcentajes especificados: 40% de la demanda energética anual de ACS por Solar Térmica que son 60.123,65 kWh y 30% de la demanda energética anual de Piscinas por Solar Térmica que son 227.007,61 kWh, pero que con el ahorro del intercambiador de calor se reducen a 90.420,89 kWh. Con el programa AuroPro3.0.1. de Vaillant se calculó que se necesitan 32 paneles para ACS y 97 para piscinas. Dado que se instalaron intercambiadores de calor en las piscinas, el documento HE4 considera que puede reducirse el mínimo solar obligatorio de éstas, pasando del 30% a un 12,37%, y de 97 paneles a 40, lo que supone un total de 72 paneles solares, con los de ACS.

Además, se tuvieron en cuenta en el coste de las instalaciones, las subvenciones para proyectos de energías renovables del INEGA (tabla 5 del ANEXO 1), que para calderas de Biomasa son de 310 €/kW de potencia instalada, con un 50% del coste del proyecto como máximo de la ayuda (56.818 € máximo) y para instalaciones de energía Solar Térmica, por la parte no obligatoria del CTE y estando combinadas con energías convencionales, de 1500 €/kW, con un 50% del coste del proyecto y 60.000 € por proyecto como máximo de la ayuda (105.647 € y 102.016 € es el 50% en el caso de las instalaciones Solares Térmicas con más del mínimo de paneles solares requerido y como máximo se subvencionan 60.000 €).

Las alternativas de instalación contempladas son por lo tanto:

- una instalación de Gas Natural, que cumplirá con el mínimo solar obligatorio incluyendo 71 paneles y no tendrá subvención alguna.
- una instalación exclusivamente de Biomasa, con subvención de 56.818 €.

- una instalación Solar combinada con Gas Natural, con aporte solar superior al obligatorio (51% a ACS y 31% a piscina), 142 paneles, 71 voluntarios, con subvención de 60.000 €.
- Y una instalación Solar combinada con Biomasa en la que se tomará como aporte solar voluntario el mínimo exigido a energías convencionales, con subvención de 60.000 €.

Según los costes de instalación resultantes (tabla 6 ANEXO 1) sin tener en cuenta las subvenciones, la instalación que requiere una menor inversión es la instalación “Biomasa” (113.635 €) seguida por “Gas Natural” (124.867€), “Solar combinada con Biomasa” (204.031 €) y “Solar combinada con Gas Natural” (211.293 €). Si no existiese la obligación del CTE de instalar un mínimo de paneles solares cuando se usan energías convencionales, la instalación “Gas Natural” sería la que presentaría menores costes de inversión (30.971 €), pero esta opción no es realizable desde 2006. Teniendo en cuenta las subvenciones, la instalación “Biomasa” seguiría siendo la de menor precio (56.818 €) y las “Solar combinada conK ” podrían ser interesantes, dado que se reduce su coste en casi un tercio del valor sin subvención y son las alternativas con mayor aporte solar. En principio, si sólo basásemos el análisis en el coste de la inversión (CAPEX<sup>5</sup>), la más económica sería la instalación “Biomasa”. Sin embargo, se debe ver si compensa una inversión mayor en función de si a largo plazo permite reducir los costes de los consumos energéticos e incluso otros gastos de operación (OPEX<sup>6</sup>), como, por ejemplo, el mantenimiento anual de las instalaciones, antes de decidirse por una de ellas considerando sólo la inversión.

### **Costes de consumo energético**

Para determinar los costes de consumo energético se siguió la metodología indicada. Estos costes, para el año base de cálculo, se recogen en la tabla 7 del ANEXO 1. Según ellos, la instalación que menos consumiría sería “Solar con Gas Natural”, con un coste de 22.327,87 € en el año base, muy próxima a los costes de consumo de la instalación “Solar con Biomasa”. Esto se debe a que el aporte solar es elevado, superando el mínimo obligatorio, y a que las calderas de condensación de Gas Natural suponen un rendimiento mayor que las de Biomasa. La instalación que más costes de consumo registra es “Gas Natural” (29.966,30 €) pues el aporte solar obligatorio no supone un ahorro considerable, seguida de la instalación de Biomasa (29.739,65 €), que pese a ser la que más energía debe producir tiene un combustible más económico que el Gas Natural, por lo que podría ser interesante, sabiendo que con los años va aumentar la afluencia de personas y, por ende, la energía a producir. Por lo tanto, aunque en términos de costes de instalación, “Biomasa” sería la opción con menor inversión, a nivel de costes de consumo la más adecuada sería la instalación “Solar con Gas Natural”, siempre y cuando se logren amortizar sus elevados costes de instalación. Esto se verá en el análisis VAN.

### Costes de mantenimiento

Se calcularon según la metodología comentada. Existen, por un lado, costes comunes para cualquiera de las alternativas analizadas, algunos de los cuales como los costes de mantenimiento mecánicos, de operaciones diarias de control de temperatura de los depósitos y piscina y de operaciones correctivas para asistencia o imprevistos vendrán dados por el coste/hora del personal necesario y por las horas que esté en el centro, y por otro lado, los costes de mantenimiento químicos, tienen un precio fijo. A mayores, en la instalación de biomasa tendrá que haber una persona encargada de retirar las cenizas del combustible semanalmente y en la solar térmica se llevará a cabo un plan de vigilancia (limpieza de paneles y control de captadores y circuitos) y de mantenimiento de los sistemas de captación, acumulación e intercambio, circuito hidráulico y sistema eléctrico, que se estimaron en 1.400 €/año para la instalación “Gas Natural” y 2.775 €/año para “Solar con Gas Natural”, basándose en que el coste de mantenimiento de los paneles solares es de 8,3 €/m<sup>2</sup> de instalación (a 25 €/h supondrían 56 y 111 horas anuales, respectivamente). Los costes de mantenimiento se muestran en la tabla 8 del ANEXO 1, y según ellos la instalación “Solar con Gas Natural” es la que mayor mantenimiento supone, frente a “Biomasa”, la más económica. Habrá que ver si mayor inversión y mantenimiento de la instalación “Solar con Gas Natural” son asumibles al compensarlos con un menor coste de consumo.

### 4. Análisis VAN

Para estimar el VAN se usó la metodología comentada y la fórmula recogida en la tabla 9 ANEXO 1. En primer lugar, antes de aplicar el VAN, se estimó el consumo energético (kWh) durante un horizonte temporal de 20 años como vida útil media de las instalaciones (tabla 10 ANEXO 1), aplicando los porcentajes de crecimiento para ACS comentados en la metodología (50% año 3, 33% año 4, 15 % año 5 y 5% año 6). A partir del año 6, los consumos de ACS serán los mismos, al haber la misma afluencia de usuarios, y para hacer más visuales las tablas, se quitaron las columnas de la 12 a la 20, y se puso “10 y siguientes (ss) pares” y “11 y siguientes (ss) impares”, entendiéndose que habría el mismo consumo de forma alterna.

Después del primer llenado de piscinas en octubre del año 1, apertura, y del llenado del año 2, base de cálculo, solo se vaciarán las piscinas completas cuando se requiera realizar reparaciones, y se suele vaciar sólo una parte para reparaciones menores. Como la empresa-caso es referente de calidad y para prever posibles reparaciones, se consideró una puesta a régimen cada dos años. Los años en los que no se vacíen las piscinas, habrá que tener en cuenta las pérdidas por evaporación y radiación de las 72 horas excluidas en los años en que sí se vacían. Los resultados de consumo energético anuales son los que figuran en la tabla 10 ANEXO 1 y suponen un consumo creciente hasta el año 6, desde el cual sólo habrá pequeñas bajadas en los años en que no se vacían las piscinas.

En función de los datos anteriores, y teniendo en cuenta el rendimiento de cada tipo de caldera, se calculó la energía a producir y los costes de consumo energético para cada tipo de

instalación. Al sumarle los costes de mantenimiento (iguales para todos los años), se obtuvieron los costes totales anuales de cada instalación. Los costes totales y desglosados se recogen en las Tablas 10.1 (Gas Natural), 10.2 (Biomasa), 10.3 (Solar con Gas natural) y 10.4 (Solar con Biomasa) del ANEXO 1). A partir de la inversión inicial y los costes totales, todos negativos al ser desembolsos, se obtuvieron los flujos de caja actualizados al 8,40% (tasa de descuento según la fórmula WACC). Y al sumar los flujos de caja descontados de cada instalación se obtuvieron los VAN de cada una de ellas. En las tablas 10.1, 10.2, 10.3 y 10.4 ANEXO 1 se recogen todos los datos de flujos de caja que sirven como base de los cálculos del VAN y en la tabla 11, a continuación, los resultados obtenidos.

**Tabla 11: Valores del VAN**

	<i>Valor (€)</i>
<i>VAN Gas Natural</i>	-755.418,55
<i>VAN Biomasa</i>	-672.403,49
<i>VAN Solar con Gas Natural</i>	-726.471,05
<i>VAN Solar con Biomasa</i>	-719.968,79

Como se puede observar en la tabla anterior, el VAN de mayor valor es el de la instalación “Biomasa” (-672.403,49 €). Por lo tanto, este tipo de instalación será el más conveniente y rentable para la empresa. Se debe a que, a pesar de que “Biomasa” tiene unos costes de consumo energético inferiores, aunque similares, a “Gas Natural” pero mayores que las instalaciones con aporte solar voluntario (“Solar con Gas Natural” y “Solar con Biomasa”), estos costes de consumo energético son compensados con una inversión inicial y con unos costes de mantenimiento menores que los demás tipos de instalación menor, debido en gran parte a las subvenciones que reducen considerablemente sus costes de instalación (Tabla 10.2 ANEXO 1). Incluso si se hubiese usado un coste de pellets mayor (0,0366 €/kWh de la categoría certificada A1 en vez de los 0,0359 €/kWh utilizados como precio medio) y que diese un mayor coste energético en el año base (30.319,54 € frente a los 29.737,2 €), el VAN seguiría siendo el mayor (-678.623,1 €), compensando gastar un poco más en el coste de producir la energía que invertir una cantidad muy elevada en instalaciones solares híbridas, ya que supondrán un menor consumo y unos flujos de caja menores (tablas 10.3 y 10.4 ANEXO 1) pero no el suficiente como para rentabilizar mejor que “Biomasa” el desembolso inicial.

El VAN más aproximado al de “Biomasa” es el de “Solar con Biomasa”. Hay que tener en cuenta que esta instalación tiene unos flujos de caja mayores y por tanto menos costes, diferencia que se va a ir reduciendo con el paso del tiempo, ya que aumentará el consumo de ACS con la afluencia de personas, y el mayor precio del Gas, irá reduciendo la diferencia (tabla 10.4 ANEXO 1). No se tuvo en cuenta en el análisis VAN la forma de financiar la instalación, salvo por las subvenciones, para poder ver el VAN del proyecto en sí mismo.

## 5. CONCLUSIONES

En base a todo lo expuesto, se puede concluir que la instalación “Biomasa” es la más adecuada, porque:

- Presenta el mayor VAN de las opciones analizadas.
- A pesar de que los costes de consumo energético de las instalaciones híbridas “Solar con Gas Natural” y “Solar con Biomasa” son menores que los de “Biomasa”, las elevadas inversiones que requieren dichas instalaciones no se ven compensadas con sus costes de consumo energético ni mantenimiento.

Para futuros estudios sería interesante observar, si ante circunstancias diferentes, aplicando otro tipo de análisis o considerando otras alternativas de instalación de ACS y climatización de piscina, la opción de “Biomasa” seguiría siendo la más adecuada o la óptima.

- Entre “Biomasa” exclusivamente o “Solar con Biomasa”, la primera es la mejor opción, pues, aunque hubiese mayores consumos compensarían la reducida inversión que requiere frente a una instalación híbrida.

Por lo tanto, la instalación “Biomasa” sería la elegida, pues sus costes de consumo son los más reducidos, requiere menos desembolso inicial que las demás instalaciones y tiene unos costes de mantenimiento reducidos.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Albarracín, E.; Sanabria, J.; Maíllo, A. (2007). Ahorro de energía en piscinas cubiertas. Ciatesa. Disponible en <http://www.marioloureiro.net/tecnica/eficienciaEnerg/19-B.EvaMAlbarracin-CIATESA.pdf> Consultado en 08/06/2018 a 12:34 h.

ATECYR. Asociación Técnica Española de Climatización y Refrigeración (2011). Guía técnica de agua caliente sanitaria central. Madrid, España. ATECYR para el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE). Disponible en <http://www.idae.es/publicaciones/guia-tecnica-agua-caliente-sanitaria-central> Consultado en 08/06/2018 a 12:40 h

Bretaña, E. (2007). Estudio técnico-económico de la instalación de una planta de biomasa para generación eléctrica. PFC. Universidad Pontificia Comillas. Madrid, España. Disponible en <https://es.scribd.com/document/207150775/Planta-Biomasa-pdf> Consultado en 08/06/2018 a 12:45 h

Cloquell, V.; Artacho, M.; Santamarina, C. (2009). Mejora de la eficiencia energética de un complejo deportivo a través de la gestión de sus consumos eléctricos. XIII Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos en Badajoz. Universidad Politécnica de Valencia. Disponible en [http://www.aepro.com/files/congresos/2009badajoz/ciip09\\_1100\\_1109.2552.pdf](http://www.aepro.com/files/congresos/2009badajoz/ciip09_1100_1109.2552.pdf) Consultado en 08/06/2018 a 12:55 h.

Condori Yucra, R. (2010). Estudio para la climatización de la piscina y la producción de agua caliente sanitaria (ACS) con energía solar de la UNAP. IV Conferencia Latino Americana de Energía Solar y XVII Simposio Peruano de Energía Solar (XVII - SPES), Cusco, Perú. Disponible en <https://es.slideshare.net/robvaler/exposicin-iv-claexviispes2010> Consultado en 08/06/2018 a 13:15 h.

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica. Dirección General de industria, Energía y minas (2005): Medidas para la eficiencia energética en Guía de ahorro energético en gimnasios (Capítulo 02). Madrid. Consejería de Economía e Innovación Tecnológica. Disponible en <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM005515.pdf> Consultado en 06/06/2018 a 17:03 h.

Corral, D. (2011) Proyecto de una instalación de energía solar térmica en el polideportivo Can Xarau de Cerdanyola del Vallès. PFC. Universidad Politécnica de Catalunya. Barcelona. Disponible en <https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/11530?locale-attribute=es> Consultado en 08/06/2018 a 13:27 h.

Creara. Especialistas en ahorro y eficiencia energética (2011) Auditoría Energética de dependencias municipales. Plan de optimización energética municipal. Ayuntamiento de Jerez de la Frontera. Disponible en <http://www.jerez.es/fileadmin/contratacion/POEM%20Jerez%202011/4%20Dependencias%20municipales/Presidencia/Resumen PRESIDENCIA.pdf> Consultado en 08/06/2018 a 13:34 h.

Escobar, G. J. (2009): Manual de eficiencia energética para pymes. 04. Centros deportivos. CNAE 93.1. En Manual de eficiencia energética para pymes (pp.91-118). Gas Natural Fenosa y EOI Escuela de Negocios. Disponible en <https://docplayer.es/5926169-Manual-de-eficiencia-energetica-para-pymes-centros-deportivos-cnae-93-1.html> Consultado en 06/06/2018 a 16:07 h.

Noguera, J. (2011): Climatización de una piscina cubierta mediante la combinación de energía solar térmica, geotermia y caldera de apoyo de biomasa. Màster Interuniversitari UB-UPC d'Enginyeria en Energia. Universidad Politécnica de Cataluña. Barcelona, España. Disponible en <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/12795/Memoria.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Consultado en 07/06/2018 a 12:32 h.

Martínez Sánchez, D (2011). Estudio comparativo en la eficiencia energética en edificio de viviendas con un sistema de microgeneración de energía térmica y electricidad frente a sistemas convencionales. Proyecto Fin de Carrera. Escuela politécnica superior d'edificació de Barcelona. EPSEB. UPC. Barcelona, España. Disponible en

<https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/10909> Consultado en 08/06/2018 a 13:52 h.

Moreno, F. (2012). Estudio técnico y económico para la sustitución del gasóleo por biomasa térmica en edificios urbanos. Proyecto Fin de Carrera. Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Minas y Energía de la Universidad de Madrid. Madrid, España. Disponible en <http://oa.upm.es/14999/> Consultado en 08/06/2018 a 17:11 h

#### Normativas

Documento HE4 del Códido Técnico de la Edificación (CTE). Ahorro de Energía. <https://www.codigotecnico.org/images/stories/pdf/ahorroEnergia/DccHE.pdf>

Exigencia de Bienestar e Higiene IT 1.1 del Real Decreto 1027/2007, de 20 de julio.

Reglamento de Instalaciones Térmicas en los Edificios (RITE).

NIDE 3: Piscinas.

Real Decreto 314/2006 de 17 de marzo, Código Técnico de la Edificación (CTE).

UNE 94.002:2005 Instalaciones solares térmicas para producción de ACS. AENOR.



## ANEXO 1

**Tabla 1: Afluencia mensual en el año 2 con el 40% de cobertura del máximo de personas y el 100% de la afluencia al centro.**

<b>Cursos de Natación</b>	<b>Sesiones/semana</b>	<b>Usuarios /sesión</b>	<b>Usuarios /mes</b>
<i>Tipo 1</i>	29	5	580
<i>Tipo 2</i>	18	10	720
<i>Tipo 3</i>	12	240	960
<i>Tipo 4</i>	40	8	1280
<i>Total</i>	107		3.540
<b>40% Año 2</b>			<b>1.416</b>
<b>Cursos de Raqueta</b>	<b>Cursos 1 h/semana</b>	<b>Usuarios /curso</b>	<b>Usuarios /mes</b>
<i>Tenis</i>	8	2	64
<i>Padel</i>	12	4	192
<i>Total</i>	20	6	256
<b>40% Año 2</b>			<b>102</b>
<b>Cursos de Artes Marciales</b>	<b>Sesiones/semana</b>	<b>Usuarios /sesión</b>	<b>Usuarios /mes</b>
<i>Total</i>	21	20	1680
<b>40% Año 2</b>			<b>672</b>
<b>Pistas</b>		<b>Usuarios /mes</b>	
		<b>158</b>	
<b>Entrada libre</b>		<b>Usuarios/mes</b>	
		<b>10</b>	
<b>Piscina</b>		<b>Usuarios/mes</b>	
		<b>1.200</b>	
<b>Fitness</b>		<b>Usuarios/mes</b>	
		<b>5.300</b>	
<b>Actividades Dirigidas</b>	<b>Sesiones semanales de 1 h</b>	<b>Usuarios /sesión</b>	<b>Usuarios / Mes</b>
<i>Sala 1</i>	16	17	1.088
<i>Sala 2</i>	37	17	2.516
<i>Sala 3</i>	40	17	2.720
<i>Sala 4</i>	40	17	2.720
<i>Total</i>			9.044
<b>40% Año 3</b>			<b>3.617,6</b>
<b>Total Usos Mensuales</b>			

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 2: Afluencia mensual del año 2 según los porcentajes de afluencia al centro**

<b>Año 2</b>	<b>Usos/mes</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
<b>Afluencia al Centro Deportivo</b>	<b>100%</b>	<b>80%</b>	<b>90%</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>90%</b>
<b>Cursos</b>	2.190	1.752	1.971	1.971	2.190	2.190	1.971
<b>Pistas</b>	158	126	142	142	158	158	142
<b>Entrada libre</b>	10	8	9	9	10	10	9
<b>Piscina</b>	1.200	960	1.080	1.080	1.200	1.200	1.080
<b>Fitness</b>	5.300	4.240	4.770	4.770	5.300	5.300	4.770
<b>Salas</b>	3.618	2.894	3.256	3.256	3.618	3.618	3.256
<b>TOTAL (Usuarios)</b>	<b>12.476</b>	<b>9.981</b>	<b>11.228</b>	<b>11.228</b>	<b>12.476</b>	<b>12.476</b>	<b>11.228</b>

<b>Año 2</b>	<b>Usos/mes</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>Afluencia al Centro Deportivo</b>	<b>100%</b>	<b>70%</b>	<b>40%</b>	<b>80%</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	<b>80%</b>
<b>Cursos</b>	2.190	1.533	876	1.752	1.971	2.190	1.752
<b>Pistas</b>	158	111	63	126	142	158	126
<b>Entrada libre</b>	10	7	4	8	9	10	8
<b>Piscina</b>	1.200	840	480	960	1.080	1.200	960
<b>Fitness</b>	5.300	3.710	2.120	4.240	4.770	5.300	4.240
<b>Salas</b>	3.618	2.533	1.447	2.894	3.256	3.618	2.894
<b>TOTAL (Usuarios)</b>	<b>12.476</b>	<b>8.733</b>	<b>4.990</b>	<b>9.981</b>	<b>11.228</b>	<b>12.476</b>	<b>9.981</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 4: Potencia, horas de funcionamiento al día, días por año y energía consumida en el año base de cálculo.**

	<i>Potencia a instalar (kW)</i>	<i>Horas funcionamiento por día</i>	<i>Días al año</i>	<i>Horas totales /año</i>	<i>Energía consumida (kWh) anualmente</i>
<b>Potencia de Evaporación Total</b>	<b>63,22</b>			<b>4816</b>	<b>304.486,95</b>
<b>Piscina 1</b>	44,66	-	-	4816	215.060,72
<b>Piscina 2</b>	18,57			4816	89.426,23
<b>Potencia de Radiación Total</b>	<b>6,62</b>	<b>24</b>	<b>362</b>	<b>8.688</b>	<b>57.476,09</b>
<b>Piscina 1</b>	5,38	24	362	8.688	46.751,63
<b>Piscina 2</b>	1,23	24	362	8.688	10.724,46
<b>Potencia de Convección</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		
<b>Potencia por transmisión Total</b>	<b>13,91</b>	<b>24</b>	<b>365</b>	<b>8.760</b>	<b>121.834,08</b>
<b>Piscina 1</b>	11,10	24	365	8.760	97.236,00
<b>Piscina 2</b>	2,81	24	365	8.760	24.598,08
<b>Potencia renovación del agua Total</b>	<b>29,53</b>	<b>24</b>	<b>365</b>	<b>8.760</b>	<b>258.718,57</b>
<b>Piscina 1</b>	25,68	24	365	8.760	224.931,25
<b>Piscina 2</b>	3,86	24	365	8.760	33.787,32
<b>Potencia ACS</b>	<b>71,05</b>	<b>5,80</b>	<b>365</b>	<b>2115,54</b>	<b>150.309,12</b>
<b>Potencia puesta a régimen Total</b>	<b>196,89</b>			<b>72</b>	<b>14.176,36</b>
<b>Piscina 1</b>	171,18			72	12.325,00
<b>Piscina 2</b>	25,71			72	1.851,36
<b>TOTAL</b>					<b>907.001,17</b>
<b>Ahorro intercambiador de calor (tabla 46.1)</b>					<b>136.586,72</b>
<b>TOTAL con ahorro de intercambiador</b>					<b>770.414,45</b>

(\*) Nota: Para los cálculos se usaron los valores sin redondear de las potencias.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 5: Subvenciones INEGA para energías renovables.**

**Subvención Biomasa**

<b>Ayuda máxima por potencia</b>	<b>Ayuda máxima por proyecto</b>
<p>310 €/kW – (P/4) para potencias P de 40 kW &lt; P ≤ 440 kW con sistema de alimentación automático y volumen de acumulación de combustible V ≥ 250 litros y V &lt; 1.000 litros y 50 €/kW adicionales si hay sistema de limpieza automática de intercambiador</p>	<p>La intensidad de la ayuda será del 50 %.</p>
<p><b>Subvención Solar Térmica</b></p> <p><b>Ayuda máxima por potencia</b></p> <p>1500 €/kW sólo por la parte voluntaria de aporte solar</p>	<p>La cuantía máxima de la ayuda por proyecto será de 60.000 €.</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 6: Coste de instalación de cada tipo de instalación.**

<b>Gas natural (con Aporte Solar Obligatorio según CTE)</b>			
<i>Uds</i>	Concepto	€/ud.	Total
1	Caldera de 300 kw	17.000	17.000
32	Paneles solar mínimos para ACS	778	24.896
39	Paneles solar mínimos para Piscina	778	30.342
36	Soporte para 2 paneles	109	3.924
2	Acumulador 2.500 litros	5.772	11.544
1	Acumulador 1500 litros	4.362	4.362
1	Intercambiadores de calor agua-agua	2.049	2.049
1	Material hidráulico	6.000	6.000
1	Material eléctrico	4.500	4.500
1	Material aislante	4.000	4.000
1	Mano de obra y puesta en marcha	12.000	12.000
1	Transporte a obra	4.250	4.250
	Gas Natural		30.971
	Solar		93.896
	<b>Total</b>		<b>124.867</b>
<b>Biomasa</b>			
<i>Uds</i>	Concepto	€/ud.	Total
1	Caldera de 300 kw	55.510	55.510
1	Acumulador 2.500 litros	5.772	5.772
1	Silo para almacenamiento de combustible	17.500	17.500
1	Intercambiadores de calor agua-agua	2.049	2.049
1	Material hidráulico	4.628	4.628
1	Material eléctrico	2500	2.500
1	Sistema de depuración de gases con aislamiento	7153	7.153

1	Sistema de alimentación	5563	5.563
1	Dispositivo de descarga de cenizas automático y depósito cenizas	5160	5.160
1	Obra y puesta en marcha	6000	6.000
1	Transporte a obra	1800	1.800
	Total Biomasa		113.635
	Subvención Inega		56.818
	<b>Total</b>		<b>56.818</b>

**Gas Natural con Aporte Solar Voluntario (además del Obligatorio)**

Uds	Concepto	€/ud.	Total
40	Paneles solares para ACS	778	31.120
102	Paneles solares para Piscina	778	79.356
71	Soporte para 2 paneles	109	7.739
1	Caldera 300 kw Gas natural	17.000	17.000
3	Acumulador 2.500 litros	5.772	17.316
1	Acumulador 300 litros	1.363	1.363
1	Intercambiadores de calor agua-agua	2.049	2.049
1	Material hidráulico	10.800	10.800
1	Material eléctrico	8.100	8.100
1	Material aislante	7.200	7.200
1	Mano de obra y puesta en marcha	21.600	21.600
1	Transporte a obra	7.650	7.650
	Total Gas Natural		30.971
	Total Solar		180.322
	<b>Total</b>		<b>211.293</b>
	Subvención Inega		60.000
	<b>Total</b>		<b>151.293</b>

**Biomasa con Aporte Solar voluntario (igual al obligatorio de GN)**

Uds	Concepto	€/ud.	Total
71	Paneles solares para ACS	778	55.238
36	Soporte para dos paneles	109	3.924
1	Caldera 300 kw Biomasa Policombustible	55.510	55.510
2	Acumulador 2.500 litros	5.772	11.544
1	Acumulador 1500 litros	4.362	4.362
1	Silo para almacenamiento de combustible	14.000	14.000
1	Intercambiadores de calor agua-agua	2.049	2.049
1	Sistema de depuración de gases con aislamiento	7.153	7.153
1	Sistema de alimentación	5.563	5.563
1	Dispositivo de descarga de cenizas automático y depósito cenizas	5.160	5.160
1	Material hidráulico	9.428	9.428
1	Material eléctrico	6.100	6.100

1	Material aislante	3.200	3.200
1	Obra y puesta en marcha	15.600	15.600
1	Transporte a obra	5.200	5.200
	Biomasa		110.135
	Solar		93.896
	<b>TOTAL Solar con Biomasa</b>		<b>204.031</b>
	Subvención Inega		60.000
	<b>TOTAL con Subvención Inega</b>		<b>144.031</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Costes de consumo energético de cada tipo de instalación (€)

	<i>Gas natural</i>
<b>Consumo energético anual con ahorro de intercambiador (kWh)</b>	770.414,45
<b>Contribución Solar Mínima obligatoria a ACS (40%) y Piscinas (12%) (kWh)</b>	152.444,87
<b>Consumo caldera de Gas Natural (kWh)</b>	617.969,58
<b>Energía real a producir con rendimiento de caldera 104% (kWh)</b>	594.201,52
<b>Precio Gas Natural (€/kWh)</b>	0,048796
<b>Coste fijo mensual</b>	80,97
<b>Coste anual Gas Natural</b>	<b>29.966,30 €</b>
	<b>Biomasa</b>
<b>Consumo energético anual con ahorro de intercambiador (kWh)</b>	770.414,45
<b>Energía a producir con rendimiento de caldera 93% (kWh)</b>	828.402,63
<b>Precio Pellets a granel (€/kWh)</b>	0,035900
<b>Coste anual Biomasa</b>	<b>29.739,65 €</b>
	<b>Solar combinada</b>
<b>Consumo energético anual con ahorro de intercambiador (kWh)</b>	770.414,45
	<b>Solar con Gas Natural</b>
<b>Contribución Solar Obligatoria a ACS (40%) y Piscina (12%) (kWh)</b>	152.444,87
<b>Contribución Solar Voluntaria a ACS (10%) y Piscina (20%) (kWh)</b>	162799,49
<b>Consumo caldera de Gas Natural (kWh)</b>	455170,09
<b>Energía real a producir con rendimiento de caldera 104%</b>	437663,55
<b>Precio Gas Natural (€/kWh)</b>	0,048796
<b>Coste fijo mensual</b>	80,97
<b>Coste anual Solar + Gas Natural (€)</b>	<b>22.327,87 €</b>
	<b>Solar con Biomasa</b>
<b>Contribución Solar Voluntaria a ACS (40%) y Piscina (30%) (kWh)</b>	152444,87
<b>Consumo caldera de Biomasa (kWh)</b>	617.969,58
<b>Energía real a producir con rendimiento de caldera 93%</b>	664.483,42
<b>Precio Pellets a granel (€/kWh)</b>	0,0359
<b>Coste anual Solar + Biomasa (€)</b>	<b>23.854,95 €</b>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8: Costes de mantenimiento de cada tipo de instalación año base

	Gas Natural	Biomasa	Solar	
			S + GN	Solar + BM
<b>Mantenimiento anual</b>	33.650,00 €	33.550 €	35.025 €	34.950 €
<b>Concepto</b>	<b>h de trabajo/año</b>	<b>€/h</b>	<b>€ por año</b>	
Operaciones Mensuales Preventivas	120	25	3.000	
Operaciones Diarias	730	25	18.250	
Operaciones Correctivas	200	25	5.000	
<b>Mantenimiento Mecánico Común (1)</b>	<b>1050</b>	<b>25</b>	<b>26.250</b>	
<b>Mantenimiento Químico (2)</b>			<b>6.000</b>	
<b>Biomasa: Retirada de Cenizas semanal (3)</b>	<b>52</b>	<b>25</b>	<b>1.300</b>	
<b>Solar Térmica: Mantenimiento Paneles (4)</b>	<b>56</b>	<b>25</b>	<b>1.400</b>	
<b>Solar Térmica: Mantenimiento Paneles (5)</b>	<b>111</b>	<b>25</b>	<b>2.775</b>	

Fuente: Elaboración propia.

Coste de mantenimiento de Gas Natural: (1) + (2) + (4)

Coste de mantenimiento de Biomasa: (1) + (2) + (3)

Coste de Mantenimiento de Solar con Gas Natural: (1) + (2) + (5)

Coste de mantenimiento de Solar con Biomasa: (1) + (2) + (3) + (4)

Tabla 9: Fórmula del VAN y WACC

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Dónde

$V_t$ : representa el Cash Flow en cada periodo t.

$I_0$ : es el valor del desembolso inicial de la inversión (año 0)

$N$ : es el número de períodos considerado.

$K$ : es el tipo de descuento = **8,40% = WACC (Promedio Ponderado del Costo de Capital)**

$$WACC(cpp) = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

Donde:

**WACC: 8,40%**

**$K_e$** : Tasa de costo de oportunidad de los accionistas (debe ser mayor a  $K_d$ )

**CAA**: Capital aportado por los accionistas para la constitución del centro deportivo

**D**: Deuda financiera contraída

**$K_d$** : Costo de la deuda financiera (al haber varios tipos se hizo una media ponderada)

**T**: Tasa de Impuesto

<b>CAA</b>	2.340.000 €	0,5526	<b>CAA/ (CAA+D)</b>
<b>D</b>	1.894.635 €	0,4474	<b>D/(CAA+D)</b>
<b>T</b>	0,25	0,0604 (1)	<b><math>K_e \cdot CAA/ (CAA+D)</math></b>
<b><math>K_e</math></b>	10,93%	0,0236 (2)	<b><math>K_d \cdot (D/ CAA+D) \cdot (1-T)</math></b>
<b><math>K_d</math></b>	7,03%	<b>8,40%</b>	<b>(1) + (2)=WACC</b>

**Tabla 10: Resumen de consumos energéticos (kWh) para cada tipo de instalación y flujos de caja para calcular el VAN**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10 y ss. Pares	Año 11 y ss. Impares
Consumo de energía/año (1)	0,0	203.127,0	770.414,5	836.421,1	919.972,0	955.804,1	982.194,4	973.046,5	982.194,4	973.046,5	982.194,4	973.046,5
Producción de energía "Biomasa" (Rendimiento 93%) = (1) / 0,93	0,0	218.416,1	828.402,6	899.377,5	989.217,2	1.027.746,4	1.056.123,0	1.046.286,5	1.056.123,0	1.046.286,5	1.056.123,0	1.046.286,5
Consumo de energía/año con aporte solar del CTE (2)	0,0	165.015,7	617.969,6	683.976,2	767.527,2	803.359,2	829.749,5	820.601,6	829.749,5	820.601,6	829.749,5	820.601,6
Producción de energía "Gas Natural" (Rendimiento 104%) = (2) / 1,04	0,0	158.669,0	594.201,5	657.669,5	738.006,9	772.460,8	797.836,0	789.040,0	797.836,0	789.040,0	797.836,0	789.040,0
Producción de energía "Solar con Biomasa" (rendimiento 0,93%) = (2) / 0,93	0,0	177.436,3	664.483,4	735.458,3	825.298,0	863.827,1	892.203,8	882.367,3	892.203,8	882.367,3	892.203,8	882.367,3
Consumo de energía/año con aporte solar mayor que CTE	0,0	124.315,9	455.170,1	521.176,7	604.727,7	640.559,8	666.950,0	657.802,1	666.950,0	657.802,1	666.950,0	657.802,1
Producción de energía "Solar con Gas Natural" (Rendimiento 104%) = (3) / 1,04	0,0	119.534,5	437.663,6	501.131,5	581.468,9	615.922,8	641.298,1	632.502,0	641.298,1	632.502,0	641.298,1	632.502,0

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 10.1.: Resumen de costes totales (€) desglosados para instalación de Gas Natural y flujos de caja para calcular el VAN**

	GAS NATURAL											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Consumo de energía por año (kwh) (1)		158.669,0	594.201,5	657.669,5	738.006,9	772.460,8	797.836,0	789.040,0	797.836,0	789.040,0	797.836,0	789.040,0
Coste del Gas Natural (€/kwh) (2)		0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796
Coste Fijo mensual (€) (3)		80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97
Meses		3	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Coste de consumo energético (€) = (4) = (1)*(2)+(3)*meses al año		7.985,3	29.966,3	33.063,3	36.983,4	38.664,6	39.902,8	39.473,6	39.902,8	39.473,6	39.902,8	39.473,6
Costes de Mantenimiento (€) (5)		8.412,5	33.650,0	33.650,0	33.650,0	33.650,0	33.650,0	33.650,0	33.650,0	33.650,0	33.650,0	33.650,0
Desembolso inicial (6)	124.867											
Flujos de Caja GN = (7) = (4)+(5)+(6)	-124.867	-16.397,8	-63.616,3	-66.713,3	-70.633,4	-72.314,6	-73.552,8	-73.123,6	-73.552,8	-73.123,6	-73.552,8	-73.123,6
Flujos de Caja Descontados = (7) * (1+WACC)^-(año)	-124.867	-15.127,1	-54.138,9	-52.375,0	-51.155,6	-48.314,8	-45.334,0	-41.577,0	-38.580,3	-35.383,0	-32.832,7	-30.111,7

Fuente: Elaboración propia.



**Tabla 10.2.: Resumen de costes totales (€) desglosados para instalación de Biomasa y flujos de caja para calcular el VAN**

BIOMASA												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Consumo de energía por año (kwh) (1)	0	218.416	828.402	899.377,5	989.217,2	1.027.746	1.056.123,0	1.046.286	1.056.123	1.046.286	1.056.123	1.046.286
Coste pellets (€/kwh) (2)		0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590
Coste de consumo energético (€) = (3) = (1)*(2)		7.841,1	29.739,7	32.287,7	35.512,9	36.896,1	37.914,8	37.561,7	37.914,8	37.561,7	37.914,8	37.561,7
Coste de Mantenimiento (€) (4)		8.387,5	33.550,0	33.550,0	33.550,0	33.550,0	33.550,0	33.550,0	33.550,0	33.550,0	33.550,0	33.550,0
Desembolso inicial (5)	56.818											
Flujos de Caja BM = (6) = (3)+(4)+(5)	-56.818	-16.228,6	-63.289,7	-65.837,7	-69.062,9	-70.446,1	-71.464,8	-71.111,7	-71.464,8	-71.111,7	-71.464,8	-71.111,7
Flujos de Caja Descontados = (6) * (1+WACC)^-(año)	-56.818	-14.971,1	-53.861,0	-51.687,6	-50.018,2	-47.066,3	-44.047,0	-40.433,0	-37.485,0	-34.409,4	-31.900,6	-29.283,2

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 10.3.: Resumen de costes totales (€) desglosados para instalación de Solar con Gas Natural y flujos de caja para calcular el VAN.**

S + GN												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Consumo de energía por año (kwh) (1)	0	119.534,5	437.663,6	501.131,5	581.468,9	615.922,8	641.298,1	632.502,0	641.298,1	632.502,0	641.298,1	632.502,0
Coste del Gas Natural (€/kwh) (2)		0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796	0,048796
Coste Fijo mensual (€) (3)		80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97	80,97
Meses		3	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Coste de consumo energético (€) = (4) = (1)*(2)+(3)*meses al año		6.075,7	22.327,9	25.424,9	29.345,0	31.026,2	32.264,4	31.835,2	32.264,4	31.835,2	32.264,4	31.835,2
Costes de Mantenimiento (€) (5)	0	8.756,3	35.025,0	35.025,0	35.025,0	35.025,0	35.025,0	35.025,0	35.025,0	35.025,0	35.025,0	35.025,0
Desembolso inicial (6)	151.293											
Flujos de Caja S+ GN = (7) = (4)+(5)+(6)	-151.293	-14.832,0	-57.352,9	-60.449,9	-64.370,0	-66.051,2	-67.289,4	-66.860,2	-67.289,4	-66.860,2	-67.289,4	-66.860,2
Flujos de Caja Descontados = (7)*(1+WACC)^-(año)	-151.293	-13.682,6	-48.808,6	-47.457,8	-46.619,4	-44.130,0	-41.473,5	-38.015,7	-35.294,9	-32.352,2	-30.036,8	-27.532,5

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 10.4.: Resumen de costes totales (€) desglosados para instalación de Solar con Biomasa y flujos de caja para calcular el VAN**

	<b>S + BM</b>											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Consumo de energía por año (kwh) (1)</b>		177.436,3	664.483,4	735.458,3	825.298,0	863.827,1	892.203,8	882.367	892.203,8	882.367,3	892.203,8	882.367
<b>Coste pellets (€/kwh) (2)</b>	0,0366	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590	0,03590
<b>Coste de consumo energético (€) = (3) = (1)*(2)</b>		6.370,0	23.855,0	26.403,0	29.628,2	31.011,4	32.030,1	31.677	32.030,1	31.677	32.030,1	31.677
<b>Coste de Mantenimiento (€) (4)</b>		8.737,5	34.950,0	34.950,0	34.950,0	34.950,0	34.950,0	34.950	34.950	34.950	34.950,0	34.950
<b>Desembolso inicial (5)</b>	144.031											
<b>Flujos de Caja S + BM = (6) = (3)+(4)+(5)</b>	-144.031	-15.107,5	-58.805,0	-61.353,0	-64.578,2	-65.961,4	-66.980,1	-66.627	-66.980,1	-66.627	-66.980,1	-66.627
<b>Flujos de Caja Descontados = (6)*(1+WACC)^-(año)</b>	-144.031	-13.936,8	-50.044,4	-48.166,8	-46.770,2	-44.070,0	-41.282,9	-37.883	-35.132,7	-32.239,4	-29.898,8	-27.436,5

Fuente: Elaboración propia.

---

<sup>2</sup> Tarifa Gas Empresas 3.4: 0,048796 €/kWh y término fijo de 80,97 €/mes hasta 15/04/2018. La tarifa 3.4 fue la recomendada por profesionales de Endesa. Recuperado de <https://www.endesaclientes.com/empresas/tarifa-gas-empresas.html>

<sup>3</sup> Según el Informe de precios energéticos liberalizados del IDAE, 4º trimestre 2017, el precio del pellet certificado A1 a granel es de 0,0366 €/kWh y el del pellet no certificado a granel 0,0352 €/kWh. Se usará una media de ambos, es decir, 0,0359 €/kWh  
[http://www.idae.es/sites/default/files/estudios\\_informes\\_y\\_estadisticas/informe\\_precios\\_biomasa\\_usos\\_termicos\\_4t\\_2017\\_3.pdf](http://www.idae.es/sites/default/files/estudios_informes_y_estadisticas/informe_precios_biomasa_usos_termicos_4t_2017_3.pdf)

<sup>4</sup> WACC: Weighted Average Cost of Capital. Coste Medio Ponderado de Capital.

<sup>5</sup> CAPEX: Capital Expenditure. En este caso se consideran los desembolsos derivados del proceso de inversión. Por simplicidad del modelo se considera que los pagos se realizan al contado.

<sup>6</sup> OPEX: Operational Expenditure. En este caso se consideran los desembolsos derivados de los gastos de operación. Por simplicidad del modelo se considera que los pagos se realizan al contado

II Congreso Virtual Internacional Economía, finanzas y contextos organizativos: nuevos retos  
(julio 2018)

## **GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO**

Verónica Porras Méndez,  
María Paula Lechuga Sancho\*  
Departamento de Organización de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas  
y Empresariales,  
[veronica.mendez.3@hotmail.com](mailto:veronica.mendez.3@hotmail.com),  
[paula.lechuga@uca.es](mailto:paula.lechuga@uca.es)

## 1. INTRODUCCIÓN

Los términos de Responsabilidad Social Corporativa (en adelante, RSE) y de Gestión de los Recursos Humanos (en adelante GRH) en cualquier ámbito empresarial, han sido estudiados desde diversas perspectivas en los últimos tiempos (Urcelay, 2005).

La RSC, se denomina en gran medida a las acciones u obligaciones éticas derivadas de las actividades humanas en una organización, tanto en el ámbito social, laboral o medioambiental. Por tanto, quedan recogidas dentro del concepto de RSC aquellas actuaciones que son asumidas por las empresas para favorecer su competitividad y, por tanto mejorar su valor añadido (Boza, Pérez, 2009).

De esta forma, también son muchos los estudios que demuestran como la GRH, es un factor decisivo a la hora de obtener una ventaja competitiva e, influye directamente en el fracaso o éxito de las organizaciones (Moreau, 2016).

Poco a poco se ha intentado pasar del racionalismo económico que ha existido anteriormente dentro de las organizaciones, a una visión más sistemática de la misma; buscando en las organizaciones esa preocupación por decisiones que, en cierto modo radicarán siempre en la sociedad (Gómez 2016)

Moreau 2016 muestra, como cada vez existe un mayor número de empresas que llevan a cabo políticas y prácticas de RRHH para mejorar los resultados financieros y favorecer la satisfacción laboral.

Teniendo en cuenta la importancia que radica en tales conceptos y, la evolución que han ido adquiriendo con los años, el objetivo de este trabajo es hacer una revisión sistemática a la literatura (RSL) , para determinar el estado y describir la evolución de la literatura sobre la GRH en el ámbito de la RSE con el fin de a) identificar áreas potenciales para la investigación futura que contribuya a la consolidación de la disciplina; b) evaluar la influencia de las diferentes revistas en éste ámbito, y c) obtener una visión global de la estructura intelectual en este espacio.

Para ello este trabajo se desarrolla de la siguiente forma:

- a) Haremos una revisión del estado general de la investigación sobre RSE en GRH.
- b) Veremos la metodología a seguir para llevar a cabo la RSL.
- c) Se hará el análisis de la investigación, donde se comentarán los principales resultados obtenidos de la revisión
- d) Se plantean las principales conclusiones.

## 2. MARCO TEORICO

### 2.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA RSC

Partiendo de la premisa de que aún no existe una definición unánime o consensuada del término Responsabilidad Social Corporativa y qué aspectos abarca, es necesario por un lado conocer como la definen y enmarcan otros autores que han profundizado en el tema, y por otro, analizarlas.

Algunas de las primeras definiciones de la RSE se remontan a los años 1938 y 1940 de la mano de Barnard y Kreps. Ambos concretan en su trabajo por primera vez un acercamiento a la RSE interna, ya que a pesar de no ser entendida como tal, se dan cuenta de la importancia de asegurar la carrera y el prestigio personal de los empleados en una organización.

En 1953, destaca una investigación más contundente de este término llevada a cabo por Bowen, quien define la RSC como el conjunto de todas las obligaciones de los empresarios para perseguir sus políticas y tomas de decisiones, siguiendo unas líneas de acción que han de ser deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad.

A partir de Bowen, el término va evolucionando hasta que en 1960, Keith Davis, considera la RSC como el conjunto de decisiones y acciones tomadas por razones más allá del interés económico de la empresa. De esta manera, entiende y expone que la Responsabilidad Social llega a ser una idea indefinida pero que ha de verse en un contexto de gestión.

En 1962, Friedman afirmó con gran fuerza que la doctrina de la RSC es fundamentalmente inquietante. Por lo tanto, expuso que pocas tendencias podrían socavar tanto los fundamentos de nuestra sociedad libre, como la aceptación de un funcionamiento corporativo en una responsabilidad social que no sea la de hacer tanto dinero para sus accionistas.

En la década de los 70 empezaron a surgir otras definiciones diferentes en torno al término. Concretamente, la de Carroll en 1979, haciendo una de las aportaciones mejores consideradas y citadas en la literatura. Éste, profundizará en su estudio, realizando un análisis tridimensional permitiendo a todas aquellas organizaciones empresariales acuñar el término de RSC en su ámbito de negocio. De esta manera argumentó que la RS se encuentra inscrita en una pirámide formada por distintas bases

nombradas como responsabilidades agregadas. Estas responsabilidades las dividió en legales o económicas, que serán aquellas que necesitan ser exigidas legalmente; las filantrópicas que son aquellas propias de la sociedad, son ansiadas por la misma, y las éticas, que son aguardadas por la sociedad.

En este sentido Carroll añade que, aunque su definición de 1979, incluía una responsabilidad económica, muchos todavía pensaban en el componente económico como lo que la empresa comercial hace por sí misma; mientras que por componentes éticos y filantrópicos como los que el negocio hace por otros.

En la década de los 80, el término es principalmente definido por Jones entendiéndolo por RSC la obligación de una corporación con los grupos constituyentes de una sociedad, además de los mercados de valores y más allá de lo prescrito en la ley de contratación sindical. Para él esta definición contaba de dos facetas; primero de una obligación que debe ser adoptada de manera voluntaria, y en segundo lugar siendo consciente de que la obligación será amplia de tal forma que se extiende por los grupos sociales tales como clientes, empleados, proveedores y comunidades vecinas. (Jones, 1980).

Carroll de nuevo reaparece en 1983 con un concepto de RSC más detallado, de esta forma señalaba que el término implicaba llevar a cabo un negocio rentable a nivel económico, mientras sea ético y solidario.

Un año más tarde, en 1984 Freeman, hace por primera vez alusión a la teoría de los stakeholders que tanta influencia ha tenido en las investigaciones empíricas de RSE en los años venideros. Más específicamente la teoría de los grupos implicados, entendiéndose por esta según el autor como la responsabilidad que tiene la empresa de atender a todos aquellos entes o conjuntos, que se vean afectados por su propia actividad durante el desarrollo de su desempeño para alcanzar sus metas. (Freeman 1984).

Podría afirmarse que el concepto de RSC a partir de los años 80 y 90 empezó a tener la importancia que merece tras su estudio. (Mozas y Puentes 2010). Friederichs en 1986 y Carroll en 1999 consideran esta etapa como la etapa “filosófica” debido a que se conceptualiza la RSC como un término indefinido y vago, ajustado a nociones morales y éticas. Así pues, Carroll en 1991, sostiene que para poder abordar el término de RS es preciso obtener una rentabilidad siendo ético y cumpliendo como ciudadano.



Carroll (2010), considera que la RSC abarca todos aquellos aspectos económicos, éticos, legales y discrecionales que se dan en las organizaciones en un momento dado.

Por tanto, podemos observar en esta visión teórica que el concepto de RSC ha evolucionando a lo largo del tiempo de tal forma que han ido complementándose las una con las otras.

Por otro lado, entre las principales instituciones y organismos tanto nacionales como internacionales que se encargan de fomentar el concepto y hacerlo aplicable a cualquier tipo de organización empresarial podemos destacar:

- Forética<sup>1</sup>, la asociación de empresas y profesionales de la Responsabilidad Social empresarial/sostenible líder en España. Su función principal es fomentar la integración de aquellos aspectos sociales, ambientales y de un gobierno digno en la estrategia de gestión empresarial.

Una de las principales herramientas que Forética ha desarrollado para que las empresas puedan iniciarse y desarrollar prácticas socialmente responsables es la SGE 21. La SGE 21 es el instrumento primordial en empresas y organizaciones para la incorporación de los elementos tanto ambiental, como sociales y de un gobierno justo. En su aplicación es constituida como una herramienta necesaria para emplearla en el proceso de implantación de la RSE.

Ésta norma, permite realizar un seguimiento para su cumplimiento de forma voluntaria siempre que se realice de manera sostenible en cuanto a los aspectos económicos, sociales y por ende, medioambiental; estableciendo principios éticos evidentes.

En octubre de 2017, esta norma lanzó un nuevo seguimiento, concretamente la “*Evaluación de Conformidad*”, mediante el cual se les permite a las sociedades y organizaciones la opción de dominar la capacidad de integración de la RSE respecto a sus habilidades, para posteriormente emprender rutas hacia una mejora continua y responsable.

---

<sup>1</sup> Disponible en <http://foretica.org/tematicas/sge-21/#actualidad-recursos> . Consultado el día 8 de noviembre de 2017.

- Por su parte, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)<sup>2</sup> es otra de las instituciones que se hacen cargo de proclamar la RSC en España. Su principal aportación desde su creación en 1979, ha sido proclamar y pronunciar fundamentos contables sobre prácticas de gestión en las empresas.

AECA, ha tratado siempre de trasladar sus recomendaciones a la práctica, de tal manera que pretendía aplicar los conceptos teóricos con su propia experiencia organizacional para ser un ejemplo a seguir.

Su misión es impulsar el comportamiento de las organizaciones hacia unas sociedades socialmente responsables. Por tanto, su visión trata de instaurar un foro en el que prime la comunicación y el debate acerca de los conceptos fundamentales a desarrollar y proclamar de la RSC.

Entre sus objetivos destacan el desarrollo e implementación de la RSC en las organizaciones, la propagación de sus técnicas y prácticas, así como proclamar la comunicación y colaboración entre entes institucionales, organizaciones y personas de RSC, referidas por tanto, a nivel internacional como nacional.

- Por otra parte destaca la participación del Ministerio de trabajo e Inmigración con su colaboración en la Responsabilidad Social de las Empresas. De este modo se formó en 2009 el Consejo Estatal de RSE (CERSE)<sup>3</sup>, como órgano consultivo y asesor del Gobierno.

El CERSE, se caracteriza por su participación con los agentes sociales, sindicatos y organizaciones empresariales, además de la Administración Pública.

- En cuanto al ámbito internacional nos encontramos con organizaciones como la Organización Internacional del Trabajo (OIT)<sup>4</sup>, que se

---

<sup>2</sup> Disponible en: <http://biblioteca.uoc.edu/es/recursos/webs-de-instituciones-y-organismos-relacionados-con-la-rse> . Consultado el día 8 de Noviembre de 2017.  
Fernández, R. (2009) *Responsabilidad Social Corporativa*. Editorial Club Universitario. 41.

<sup>3</sup> Disponible en: <http://biblioteca.uoc.edu/es/recursos/webs-de-instituciones-y-organismos-relacionados-con-la-rse>. Consultado el día 8 de Noviembre de 2017

<sup>4</sup> Disponible en: <http://biblioteca.uoc.edu/es/recursos/webs-de-instituciones-y-organismos-relacionados-con-la-rse>. Consultado el día 8 de Noviembre de 2017.

encarga de generar igualdad entre los trabajadores implantando para ello Responsabilidad social en sus gestiones y toma de decisiones empresariales. Para esta labor además de promover los derechos de los trabajadores y fomentar las oportunidades de trabajo, se requiere promulgar la protección social y el diálogo, además de la importancia de cooperación entre los gobiernos y las organizaciones de empleadores y trabajadores con el fin de un progreso tanto económico como social. De este modo, persigue el cumplimiento primordial de la Responsabilidad Social estableciendo alianzas de fiel cumplimiento. Para esta labor, cuentan con tres órganos principales que comprenden toda la organización y cumplen misiones supervisoras y de control para el cumplimiento de los objetivos sociales.

- Por otro lado la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD)<sup>5</sup>, es otra de las grandes instituciones con gran influencia en la RSC. Su misión es promover políticas que mejoren tanto el bienestar económico como social de las personas. Además, proporciona que los gobiernos puedan trabajar para intercambiar experiencias y compartir decisiones en busca de soluciones a problemas comunes. Esta organización pretende medir la productividad y valorarla para contribuir en su mejora.

La OECD, está compuesta por un consejo encargado de tomar las decisiones; un comité con representante de 35 países miembros de esta organización que son quienes promueven y revisan las ideas y propuestas, incluyendo la adaptación de las políticas estimadas como oportunas; y, una secretaria que se encarga de dar apoyo al comité y de actividades complementarias.

- CSR EUROPE<sup>6</sup> también es una organización internacional con gran repercusión en este ámbito. siendo la principal red empresarial europea para la RSC. Su misión podría ser definida como la constante intención de mejora entre aquellas empresas que pretenden un mejor crecimiento sostenible. Por lo

---

Fernández, R. (2009) *Responsabilidad Social Corporativa*. Editorial Club Universitario. 41.

<sup>5</sup> Disponible en: <http://biblioteca.uoc.edu/es/recursos/webs-de-instituciones-y-organismos-relacionados-con-la-rse>. Consultado el día 12 de Noviembre de 2017.

<sup>6</sup> Disponible en: <http://biblioteca.uoc.edu/es/recursos/webs-de-instituciones-y-organismos-relacionados-con-la-rse>. Consultado el día 12 de Noviembre de 2017.

tanto, para este aporte precisan de un buen plan social y económico que sostenga y contribuya positivamente a la sociedad. Para poder llevar a cabo su plan sostenible dentro de la Responsabilidad social empela diversas prácticas y herramientas de evaluación que les permiten llegar a su fin con éxito. También es de interés destacar que CSR EUROPE está realizando una iniciativa emblemática, Enterprise 2020. Con ella pretende abordar los retos europeos y mundiales.

- Por último, el Global Reporting Initiative (GRI)<sup>7</sup> es una institución independiente que actúa de puente entre las empresas y los gobiernos permitiendo así a ambos hacer contribuciones positivas a las Naciones Unidas. En cuanto a sus objetivos principales se centra en un enfoque universal para el desarrollo sostenible. Se solicita a las organizaciones empresariales que empleen su creatividad e innovación para abordar los desafíos del desarrollo y puedan detectar las necesidades para subsanarlas. Por tanto, se emplean como un uso voluntario por parte de las organizaciones que desean informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

Por consiguiente, es el ámbito global en el que se desarrollan actualmente los negocios, el que está impulsando a todas las organizaciones a analizar el impacto social y ético de sus actividades. Como resultado, cada vez son más las empresas que están asumiendo un compromiso socialmente responsable, consciente de que su desarrollo hace que dispongan de una ventaja competitiva mayor y que su nivel de confianza aumente.

## **2.2. INFLUENCIA DE LA RSC EN EL DESEMPEÑO ORGANIZATIVO**

Dado que la Responsabilidad Social Corporativa queda englobada dentro de un marco social que abarca el beneficio ético y económico, a través de actividades en las cuales las empresas, pueden rendir su aporte para un mundo mejor y al mismo tiempo para el suyo propio (Quezada, 2015); se considera de gran importancia resaltar como influye la actuación de la RSC a nivel externo e interno en la función organizativa.

La Responsabilidad Social Corporativa desata una serie de actuaciones empresariales que se comprometen en el tiempo. Por esto, es necesaria una conexión

---

<sup>7</sup> Disponible en: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>. Consultado el día 22 de Noviembre de 2017.

duradera entre el concepto de la RSC y la organización tanto interna como externa de la empresa, para poder garantizar de este modo el cumplimiento de una política socialmente sostenible (Vega, 2005).

Entre los factores que a nivel externos afectan directa o indirectamente a la Responsabilidad Social Corporativa, se encuentra el entorno económico, institucional y social. Éstos, pueden afectar la actividad de las organizaciones empresariales ya que observan cómo se dan constantes cambios en sus expectativas, cualidades, decisiones y objetivos a cubrir (AECA; 2003).

De esta manera, habría que evaluar cuales son las variables que definen si para obtener un desempeño óptimo en la organización empresarial, es importante el estado anímico de los trabajadores. Por ende, existen investigaciones sobre la actitud de los empleados y los frutos de su trabajo desde hace décadas, pero el más considerado fue en 1930 con los estudios de Hawthorne. En este estudio hizo total hincapié en la relación que existe entre las actitudes de los empleados y su posterior rendimiento. (Jude et al, 2001).

Pero, como explican Jude et al, 2001 en su artículo, a pesar de estas primeras investigaciones, los expertos fueron más allá sobre estos estudios y, siguiendo con que el movimiento de las relaciones humanas estimuló interés, es destacada con gran importancia, la publicación de Brayfield y Crockett en 1955. Estos dos autores, realizaron una revisión para llegar a sus propias conclusiones y, a pesar de que su investigación no fue muy extensa debido a que hasta el momento, estos conceptos no estaban muy definidos; sus análisis derivan en que no había mucha relación entre la satisfacción laboral y el rendimiento, definiendo a estos como “relación nula”. Es por esto por lo que estos autores exponen en su publicación que, a pesar de estas deficiencias de Brayfield y Crockett en torno al 1955, fue quizás la crítica con mayor citación en esta área de investigación antes de 1985.

A partir de la revisión de 1955 con Brayfield y Crockett, se fueron sumando otras revisiones narrativas influyentes. Todas ellas difieren mucho entre sí sobre todo en su orientación y, en el grado de optimismo que expresan con respecto a la relación entre satisfacción- desempeño laboral. En este ámbito, destaca la publicación de Herzberg et al, en 1957, señalado por ser el más optimista.

Ya en 1968, estableció Locke una premisa referente al desempeño con su teoría de establecimiento de metas. En ella expuso que es el individuo con sus intenciones conscientes el que determina el objetivo de su rendimiento; así pues, afirmó que el determinante motivacional más directo e inmediato del desempeño a nivel de tareas y por tanto de la organización, radica en la intención y objetivo individual del empleado. (Schnake Melet al, 1984).

En 1976, Locke hace una nueva aparición aportando una nueva visión más concreta. Para ello proyecta la satisfacción como un estímulo positivo resultante de una buena experiencia y percepción del trabajo en el individuo.

Esta misma revisión sugiere que los empleados en general desempeñan mejor sus tareas, estando más satisfechos y, obteniéndose un mayor rendimiento, cuando se establecen objetivos de desafíos específicos; en vez de objetivos a nivel general (Schnake Melet al, 1984).

En 1996, Wesiss y Cropazano expusieron que los rasgos emotivos de la persona es lo que causa la satisfacción de la misma y por tanto que ésta radique en su desempeño. Por ello, se considera que las personas con una personalidad adversa, normalmente resultan menos satisfechos con su labor (Brunk y Khoury, 2009). Por ende, aquellas con una actitud más positiva estarán más satisfechas que aquellos (Judge y Hurst, 2007).

Páez, I. 2010, en su análisis, confirma que la satisfacción laboral refleja actitudes de los empleados en su desempeño, y que es éste desempeño social corporativo el que compromete a una organización a realizar prácticas socialmente responsables. De esta forma, al integrar estas prácticas de RSC, tales como tener en cuenta las opiniones de los empleados; éstos se sienten comprometidos con la organización, ya que ésta se mueve en un ámbito social y suscitan en ellos actitudes positivas.

Por ende y tras lo expuesto se considera necesario hacer un análisis conciso sobre aquellos factores, que influyen en la satisfacción del empleado y en su motivación contribuyendo a un buen desempeño laboral, tal y como exponen Haski-Leventhal et al (2017). Entre ellos destacan los factores internos y externos a la organización. En cuanto a los internos, expone que son considerados como variables de fondo tales como los ingresos que obtiene, el género o el nivel de trabajo.

Por otra parte, Haski-Leventhal et al (2017) señalan la participación de los factores externos, ya que afectan también directamente a los empleados y por tanto a los patrones de RSC y su desempeño en la empresa. Por ellos se entiende tanto obligaciones familiares como laborales así como normas sociales más amplias. Estos autores afirman en su artículo que en los últimos tiempos, las normas sociales han ido cambiando hacia una mayor conciencia de los aspectos sociales y medioambientales; lo que afecta a la responsabilidad social y ambiental en el ámbito de trabajo. Por tanto, mantienen que los medios están jugando un papel de máxima importancia en el proceso de sensibilización aumentando temas como la sostenibilidad, derechos humanos y un comportamiento éticos a nivel individual y de la organización.

### **2.3. INCORPORACION DE LA RS EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS**

Varias investigaciones sobre la adaptación de la Responsabilidad Social y la Gestión de los Recursos Humanos, han comenzado a demostrar la relevancia de emprender comportamientos socialmente responsables, además de acciones y procesos que podrían mejorar la confianza y relaciones de los empleados (Barrena et al, 2016).

Pero es cierto que, desde épocas anteriores las empresas ya tenían en consideración ciertas actuaciones para mejorar el desempeño y calidad de los trabajadores. En 1989, Marlene determinó la implantación de políticas de RRHH que darían una nueva dirección a las organizaciones. Específicamente, estudia prácticas tales como trabajar desde casa y la flexibilidad laboral, que pueden contribuir a un mayor desempeño de los empleados.

Ulrich et al en 1993, confirmaban que la gestión de los RRHH puede llegar a contribuir sobre la organización de manera directa y positiva, de tal forma que ésta llegará a conducir hacia una cultura de conocimiento y aprendizaje óptimos.

En este ámbito, también se han encontrado en la literatura una serie de estudios que llegan a clasificar a las prácticas de RRHH como prácticas de alto rendimiento o compromiso (Huselid, 1995). Según Huselid (1995) y Delaney (1996), aquellas prácticas denominadas como alto rendimiento son las que tiene la capacidad de fortalecer las habilidades y conocimientos de empleados tanto actuales como potenciales aumentando por tanto su motivación y su compromiso con la organización.

En la última década, la consideración de los factores relacionados con la vida laboral y la calidad de vida de personal, ha ido evolucionando. Cada vez, hay más investigaciones sobre la relación entre el trabajo y la calidad del personal que emprende el mismo. (Arizkuren et al, 2011).

Arizkuren et al, (2011), exponen en su artículo que actualmente, las organizaciones están más concienciadas hacia el desarrollo de iniciativas que determinen como afecta el trabajo, a la vida personal o por el contrario, como afecta la vida personal al trabajo; y por ende ambas perspectivas al trabajador.

Por ello, Kanter ya en 1997, afirmó que las perspectivas de la vida personal con el trabajo y la influencia de ambas entre sí, deben ser estudiadas de manera conjunta y no separada, ya que la influencia es considerada recíproca.

Según los estudios de Bhattacharya en 2008, los dirigentes cada vez se van dando cuenta de la importancia de los RRHH en las empresas y por lo tanto van creciendo las actividades y prácticas de responsabilidad social como medio legítimo y necesario para atender a los empleados.

Desde el punto de vista de la influencia de la vida personal con el trabajo, Arizkuren et al (2011) exponen en su artículo un desarrollo necesario de prácticas de balance como resultado de los cambios en los sectores tanto sociales como históricos y culturales. Entre los cambios referidos en su artículo destaca la determinación de roles tanto en el trabajo como la familia; la creciente presencia de la mujer en el sector de trabajo y las tecnologías como medio de facilitación humana en diversos campos. Todos estos provocarán la presencia de prácticas responsables que afecten directamente a los empleados desde un punto de vista positivo.

Tras lo expuesto, y considerando la apreciación de los autores citados anteriormente, consideramos importante resaltar aquellas políticas y prácticas de actuación socialmente responsables. Éstas, pueden ser clasificadas según cada autor (Arizkuren et al, 2001).

Izquierdo y Grañana (2005) establecen una serie de comportamientos socialmente responsables considerado como prácticas de RSC. Esta clasificación la realizan en función de los empleados, accionistas, clientes- proveedores y competidores y, accionistas etc; pero en este estudio nos centraremos en nuestro objeto de estudio, el primer bloque.



Desde el punto de vista de los empleados, podemos considerar determinadas prácticas responsables, siguiendo el enfoque de Izquierdo y Grañana (2005). Entre ellas están la seguridad e higiene en el puesto de trabajo, empleabilidad y perdurabilidad del puesto de trabajo, igualdad de oportunidades y contratación responsable, diversidad de fuera laboral, transparencia y comunicación interna, y una comunicación continua.

Lorente et al, (2005) proponen una serie de prácticas que afectan a los empleados a nivel positivo. Entre ellas resalta el hecho de involucrar al personal en las decisiones de tal forma que se cree un ambiente abierto de sugerencias y opiniones; promover a la innovación y la experimentación propia de los empleados cuyos resultados sean premiados con algún tipo de recompensa aumentando la motivación de los mismos; y la necesaria existencia de una comunicación interna.

Weisberg y Benko (2008), concretan como prácticas de trabajo flexibles aquellas de subdivisiones temporales tales como, horarios flexibles y reducidos además de un trabajo en el que el tiempo sea parcial con semanas comprimidas; banco de horas acumuladas y periodos de licencias.

En este mismo sentido, Arizkuren et al (2011) proponen una serie de prácticas de conciliación entre las que destacamos los permisos de maternidad, la facilidad de adaptación del personal para su incorporación en el puesto de trabajo, promover la videoconferencia para facilitar desplazamientos y propuesta de servicios sanitarios para empleados.

Posteriormente, en 2013 se formulan otras políticas y prácticas referente a estos mismos conceptos socialmente responsables; esta vez de la mano de Barrera et al (2013). Ellos aúnen nuevas aportaciones destacando la innovación en cuanto a la igualdad de oportunidades entre los empleados y la igualdad de remuneración para hombres y mujeres. Estas dos prácticas además de otras que expone el autor y que ya han sido citadas a lo largo de esta revisión, han sido señaladas tras un análisis previo a las entidades de GRI e ISO 26000.

Rodríguez et al (2015), intervienen en estos aspectos afirmando que son precisamente los Recursos Humanos de las empresas los pilares de mayor relevancia. Pues, demuestran que hoy día los empleados aceptan salarios inferiores a la media con tal de trabajar en condiciones socialmente responsables. Esto se compensa en ámbitos como los de formación del empleado, un incremento de la estabilidad en los puestos de

trabajo proporcionando motivación al trabajador y en la formación. (Véase figura 1 para concluir apartado).

*Figura 1: Políticas y prácticas socialmente responsables con los empleados.*

AUTORES	POLÍTICAS Y PRÁCTICAS
<b>Marlene (1989)</b>	<b>-Trabajar desde casa.</b> <b>-Horas de trabajo flexibles.</b> <b>-Trabajos compartidos y divididos.</b>
<b>Huselid (1995); Delaney (1996)</b>	<b>-Alto rendimiento→ Aumento de habilidades y conocimiento de los empleados</b>
<b>Izquierdo y Grañana (2005)</b>	<b>-Empleados→</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad e higiene.</li> <li>• Empleabilidad del puesto.</li> <li>• Igualdad de oportunidades.</li> </ul>
<b>Lorente y Gómez (2005)</b>	<b>-Involucrar al personal en las decisiones.</b> <b>-Ambiente abierto a sugerencias.</b> <b>-Promoción a la innovación.</b>
<b>Weisberg y Benko (2008)</b>	<b>-Subdivisiones temporales del trabajo.</b> <b>-Trabajo tiempo parcial.</b> <b>-Banco de horas acumuladas.</b>
<b>Arizkuren et al ( 2011)</b>	<b>-Facilidad para la adaptación al puesto de trabajo.</b> <b>-Propuesta de videoconferencia para evitar desplazamientos.</b> <b>-Servicios sanitarios para empleados.</b>

<b>Barrena et al (2013)</b>	<b>-Igualdad entre condiciones de empleados.</b> <b>-Igualdad de remuneraciones entre hombres y mujeres.</b>
<b>Rodríguez et al (2015)</b>	<b>-Formación de los propios empleados.</b> <b>-Estabilidad en los puestos de trabajo proporcionando motivación al empleado</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### **3. MARCO EMPÍRICO**

#### **3.1. Revisión sistemática de la literatura: Definición**

Al desarrollarse un tópico o una idea objeto de investigación, es necesario adaptarse al campo de conocimiento en el que se encuentra ubicada la idea. (Labovitz y Hagedorn, 1981). Por tanto, en el presente trabajo se realizará una RSL para entender y enfocar el término de estudio.

Tal y como afirma García Peñalvo en 2017, la RSL es una metodología que abarca diversas áreas de conocimientos. Entre estás diversos campos, se estima conveniente destacar aquellos con mayor difusión.

De este modo, son apreciados estudios añejos, donde ya se empezaba a tratar revisiones pero no eran denominadas como tal. Por ejemplo, en 1933 Langer, planteó un estudio bibliográfico sobre aquellos libros que engloben los términos en relaciones internacionales.

En 2001, Marshall y Hutchinson emplean una RSL, para realizar una crítica sobre el uso de actividades con personas con enfermedades de Alzheimer. En este caso, se plantea un campo de estudio enfocado a las enfermedades y actividades que pueden mejorar el ánimo o estado de la persona. Con el uso de ésta metodología, se centran en la revisión de enfermería identificando los propósitos terapéuticos.

En el campo de la psicología, Michie y Williams en 2003, destacan haciendo uso de este método de revisión sistemático. Ambos emplearon bases de datos con diversas estrategias incluyendo palabras claves. De esta forma, combinaron el ámbito psicológico y una RSL para demostrar que muchas de las variables relacionadas con el trabajo y asociadas con altos niveles de mala salud psicológica, son potencialmente susceptibles a cambios en la propia persona.

Por otra parte, y en cuanto a un ámbito cercano al nuestro, es apreciable en 2005 el uso de ésta metodología para determinar la necesidad de implantación de sistemas de planificación de RRHH en el entorno empresarial (ERP, Enterprise Resource Planning). En este caso, Ramírez y García, investigan sobre este fenómeno de implantación de sistemas ERP en las organizaciones. Para ello analizan los primeros artículos y a partir de ahí desarrollan sus conclusiones sobre el origen de este sistema y su creciente evolución futura.

Posteriormente, unos años más adelante encontramos, en 2009, una Revisión Sistemática de la Literatura sobre este mismo concepto, evaluándose en sí como una ingeniería de software. Kitchenham et al (2009), se encargan de desarrollar un análisis (mediante una RSL) que determine el uso de este método para cualquier tipo de trabajos. Los autores llegaron a la conclusión que a pesar de que muchos investigadores seguían empleando análisis de una literatura más informal mediante encuestas, encontraron que la calidad de las SLR estaba en una mejora continua y ascendente.

Cambiando el rumbo en cuanto a la temática Connolly et al, en 2012, emplean una Revisión Sistemática de la Literatura, analizando cual es el impacto positivo de los juegos de computadoras en niños de unos 14 años. Este impacto lo denominan como positivo para saber cuál es el grado de compromiso, mejora y habilidades que estos usuarios desarrollan con la utilización de los mismos.

Con este método, obtuvieron resultados bastante interesantes, pues éstos revelaron que jugar a juegos de computadoras está vinculado a un rango de percepción, cognitiva, conducta y resultados motivacionales. Esto resalta, tal y como señalan Connolly et al, (2012) que la adquisición de conocimientos y conceptos afectivos se obtiene del buen uso de las computadoras.

Por último, cabe destacar un análisis sistemático de la literatura más reciente y actual. En 2017, es presentado por Díaz et al, una RSL sobre la contribución de las

iniciativas de las tecnologías de la información en el ámbito de las organizaciones. Es decir, tal y como exponen los autores, pretenden estudiar qué aportación general las TI en las organizaciones. Tras el pertinente análisis, concluyen afirmando que no hay una explicación sobre el uso de la misma sino sobre la rentabilidad que se genera con su implantación. (Véase figura 2).

*Figura 2: Autores que emplean RSL por áreas de conocimiento*

<b>AUTOR/ES</b>	<b>ÁREA DE CONOCIMIENTO</b>
<b>Stucka et al (1999)</b>	MEDICINA
<b>Marshall y Hutchinson (2001)</b>	TERAPIA
<b>Michie y Williams (2003)</b>	PSICOLOGÍA
<b>Ramírez y García (2005)</b>	ERP ORGANIZACIONAL
<b>Kitchenham et al (2009)</b>	RSL COMO INGENIERIA DE SOFTWARE
<b>Connolly, et al (2012)</b>	TECNOLOGÍA
<b>Díaz et al (2017)</b>	TI

*Fuente: Elaboración Propia*

Una vez expuesta una evolución en el tiempo de las diferentes áreas que aplican una RSL para desarrollar sus estudios, y poder enfocarlos de una manera más clara y concisa, nos disponemos a concretar en la definición del término.

A partir de varios estudios revisados en la literatura académica, consideramos que el término de de RSL fue introducido por Glass en 1976, quien lo denominó también como metanálisis y lo define como las conclusiones que se pueden extraer al obtener unos resultados de previos estudios individuales (Beltrán, 2005).

En 1999 Sánchez-Meca define el término como un análisis imprescindible para determinar el futuro en relación al pasado, siendo este un punto clave para futuros trabajos de investigación.

Pero, es cierto que Kitscherman en 2004, aporta su propia definición señalando que por RSL se entiende la apreciación de notables investigaciones acerca de un tema que requiere una respuesta.

Sin embargo, es entendido este concepto como un estudio complementario que combina varios análisis entre ellos, considerándolo un análisis observacional. (Beltrán y Óscar 2005).

Kitchenham et al (2009) considera la RSL como una revisión metodológicamente rigurosa de los resultados de la investigación. Estiman por tanto que, los objetivos de este método no son solo agregar la evidencia existente en una pregunta de investigación, sino que también apoya el desarrollo de guías de investigación.

Okoli y Schabram (2010) en su artículo sobre guías de revisión sistemáticas de la literatura y como formularlas, expone que se considera como tal (RSL) cuando el llevada a cabo utilizando un estándar sistemático y riguroso.

De-la Torre-Urgate-Guanillo et al, en 2011 aportan su visión en cuanto a la RSL señalando que la misma consisten en determinar estudios sobre un tema en concreto, adherir métodos explícitos al mismo y estructurar la búsqueda controlando la calidad de los estudios y su aplicación.

En cuanto a revisiones sistemáticas de la literatura más recientes, encontramos el análisis de Achimugu et al (2014). Éstos determinan que las revisiones de literaturas se pueden clasificar como revisión de la literatura tradicional (TLR), o revisión sistemática de la literatura (RSL). La TLR, tiene el propósito de establecer una investigación de las tendencias actuales o, cambios de paradigmas de un tema en discusión. Por otro lado, y en cuanto a nuestro término objeto de estudio, se califica como el intento de abordar un conjunto de precisas preguntas de investigación formuladas. Por ello consideran que no existe una RSL que se centro exclusivamente en técnicas de priorización con respecto a sus limitaciones y procesos, sino que además abrevian y aclaran evidencias respecto a un tema en concreto.

La RSL puede ser concretada como un proceso de protocolo para realizar una revisión literaria que prescribe, y sigue los pasos de búsqueda y procesos, seleccionando y validando estudios concluyentes en sus resultados. ( Boell y Kecmanovic, 2015).

Este tipo de herramienta (RSL), evalúa y recopila conclusiones científicas necesarias para dar respuesta a preguntas primarias además de ser esencial para el estudio de la evidencia. (Peixoto et al, 2016)

### **3.2. Pregunta de investigación.**

Tras lo expuesto anteriormente acerca del instrumento que será empleado para nuestro principio de estudio y, siguiendo la metodología de otros autores como Kitchenham, Pretorius et al (2010), trataremos de dar una respuesta coherente a nuestro interrogante:

✓ Q1: ¿Cuáles son los principales trabajos que estudian la Responsabilidad Social Corporativa/Empresarial desde el punto de vista de la Gestión de los Recursos Humanos?

### **3.3. Diseño estratégico de búsqueda.**

Para determinar cómo y qué tipo de búsqueda se ha realizado, en primer lugar se han especificado las palabras clave y las principales bases de datos de las que se va a extraer los artículos a analizar (Michie 2004). La búsqueda de literatura se lleva a cabo durante los meses de febrero, marzo y abril de 2018.

#### **3.3.1. Términos de la búsqueda.**

En relación a las palabras claves empleadas para el desarrollo del presente trabajo, a continuación se presentan una serie de pasos que, se han seguido para obtener la información necesaria en artículos científicos de distintas bases de datos posteriormente expuestas (Wen et al, 2012).

En primer lugar, se utilizaron conceptos referentes a la pregunta de investigación tales como, Responsabilidad Social Corporativa, Responsabilidad Social Empresaria, Recursos Humanos, y Gestión de los Recursos Humanos dentro del ámbito turístico.

En un segundo plano y al mismo tiempo que se realizaba la búsqueda anterior, se pasó a combinar estos términos con su significado anglosajón, es decir, “Corporate Social Responsibility”, “Human Resources”, y “Human Resources Management”.

Todos estos conceptos también, han sido buscados por sus siglas, de tal forma que se emplearon como “RSC”, “RSE”, “RRHH”, “RSL”, “SLR”, “GRHH”.

Es importante destacar que se incluyeron términos establecidos en las propias palabras claves utilizadas por otros autores en sus artículos y que enlazaban con nuestra pregunta de investigación.

A continuación se presenta una tabla con las palabras claves utilizadas y sus diferentes combinaciones en la búsqueda (Figura 3). Estos criterios de determinación de conceptos referentes a una búsqueda de artículos científicos han sido empelados con anterioridad por otros autores (Wen et al 2012).

*Figura 3: Tabla de posibles identificaciones del concepto objeto de estudio.*

CONCEPTO	COMBINACION
<b>Responsabilidad Social Corpotativa ( RSC)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RSC y RRHH/</li> <li>- Corporate Social Responsibility OR Human Resources Management</li> </ul>
<b>Responsabilidad Social Empresarial (RSE)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RSC Y GRHH /</li> <li>- Human Resources Management OR Social Responsibility</li> </ul>
<b>Recursos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- RRHH Y LA RSC</li> <li>- System of Human Resources OR CSR</li> </ul>
<b>Gestión de los Recursos Humanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GRH Y LA RSE</li> </ul>

*Fuente: Elaboración Propia*

### 3.3.2. Recursos literarios.

Tras haber expuesto las palabras más notables de la búsqueda, se procede a establecer los recursos literarios empleados para las mismas. En este caso, se han utilizado dos bases de datos, siendo estas tanto ABI-inform como Scopus. Además, se empleó una búsqueda pasiva en EBSCO y Google Scholar, para determinada información primaria antes de la realización redactada de tal documento. Este



procedimiento de búsqueda es aceptado y utilizado en otras revisiones sistemáticas de diferentes áreas (David & Han, 2004; Giunipero, 2008).

### 3.3.3 Proceso de búsqueda.

Con el propósito de conocer la disponibilidad del estado en el que se encuentra nuestro tema objeto de estudio, se realizó una búsqueda permanente en citadas bases de datos. El proceso de investigación se ha basado en artículos científicos hasta la fecha de 2017.

Por ello, afirmamos que este proyecto podrá suponer una gran aportación a trabajos de otros autores, al mismo tiempo que se supone un eslabón esencial en la cadena de todos aquellos que optan por usar una RSL para sus propuestas.

En todas aquellas bases de datos que lo permitían, se filtró por categorías y por áreas de investigación próximas al tópico estudiado, y se hizo la búsqueda centrándonos sólo en el resumen de la comunicación. La búsqueda de artículos y la aplicación de los filtros especificados anteriormente generaron la identificación de 292 trabajos. En la tabla I se resumen todos los resultados de búsqueda a través de las tres bases de datos empleadas. En este caso, es preciso hacer una aclaración en cuanto a la base de datos Scopus, pues ésta, tuvimos que limitar sus artículos a los de acceso abierto, ya que filtraba numerosos artículos.

*TABLA I: Resultados de artículos en las tres bases de datos.*

ABI-INFORM	SCOPUS
158	134

*Fuente: Elaboración Propia*

### **3.4. Selección de trabajos.**

Tras realizar una búsqueda exhaustiva en las diferentes bases de datos empelando términos referidos al tópico y, obtener un total de 292 artículos, se estima conveniente concretar en dicha búsqueda. Es decir, centrarnos en los artículos científicos que realmente necesitamos para dicha investigación. Con tal propósito, se plantea hacer una distinción entre ellos, aplicando criterios de inclusión y exclusión, además de algunos empleados en cuanto a la valoración de la calidad de los mismos.

#### **3.4.1. Criterios de inclusión y exclusión**

Tal y como expusimos anteriormente, la búsqueda realizada en dichas bases de datos requieren una indagación mayor. Por ello, y como han hecho otros autores como Kitchenham en 2013, o Echeverri en 2014; nos quedamos con aquellos artículos publicados hasta la fecha de 2017, además de los que sean propiamente artículos científicos y de estudios primarios, de primera mano. Así mismo, han sido incluidos artículos en español e inglés.

De este mismo modo, se emplearon criterios de exclusión para determinar aún más la búsqueda (Houy et al (2010)). Por ellos, se rechazaron trabajos filtrados de forma duplicada, aquellos menores de 3 páginas, los escritos en otros idiomas que no fuesen el inglés o español, los que no se podían acceder a su contenido y, por último, los no referidos al tópico de investigación.

La exclusión de ciertos artículos se ha realizado de forma manual tras revisar el idioma, páginas y contenido del abstract de cada uno; además de eliminar duplicados.

A continuación se presenta de forma esquematizada citados criterios por orden de preferencia (Véase tabla II).

*TABLA II: Criterios de selección exhaustivos: inclusión y exclusión.*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Artículos hasta la fecha de 2017</li> <li>✓ Artículos científicos</li> <li>✓ Artículos primarios</li> <li>✓ Artículos en inglés o español</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Artículos duplicados</li> <li>✓ Artículos de menos de 3 páginas</li> <li>✓ Artículos en idioma diferente al español o inglés.</li> <li>✓ Artículos no referidos al tópico de investigación.</li> </ul>

*Fuente: Elaboración Propia*

### **3.4.2. Criterios de evaluación de la calidad**

Para evaluar la calidad de los estudios obtenidos, se emplean una serie de variables de clasificación, en función del tipo de estudio. Para ello se empleó un conjunto de preguntas que respondían al nivel de credibilidad, certeza y relevancia de dichos estudios, obteniéndose así la muestra concluyente y final de nuestro proyecto Kitchenham y Brereton (2013).

Con esta serie de cuestiones, se pretende dar calidad a los artículos relevantes, de tal forma que los que no respondían correctamente a las preguntas, pasaban a un segundo plano.

En total, acotamos la evaluación a siete preguntas con tres posibles respuestas inmediatas. : “Sí”, obteniendo una puntuación igual a 1; “parcialmente” (no en su totalidad), sumando una puntuación media de 0,5 y, “no”, estableciéndose un total nulo igual a 0 (Wen et al, 2012).

Siguiendo a Wen (2012) y por tanto, para obtener la calidad total de estos artículos, se procedió a la suma de dichas puntuaciones en función de previas

respuestas. Para una visión global de preguntas, respuestas y puntuación, se procede a continuación a realizar una muestra orientativa (Véase tabla III).

*TABLA III: Criterios de calidad: Preguntas, respuestas y puntuaciones*

<b>PREGUNTAS</b>	<b>AUTORES</b>
- ¿Están los objetivos de la investigación claramente definidos?	- Dybå y Dingsøyr, 2007
- ¿Fue el estudio diseñado para lograr estos objetivos?	- (García, F.J.2017)
- ¿Es apropiada la metodología de investigación para abordar los objetivos?	- (Kitchenham 2013)
- ¿Son medidas exactamente las variables consideradas por el estudio?	- (García, F.J.2017)
- ¿Están claramente definidos los resultados de la evaluación?	- (Kitchenham 2013)
- ¿Se analizan explícitamente las limitaciones del estudio?	- (Wen et al., 2012)

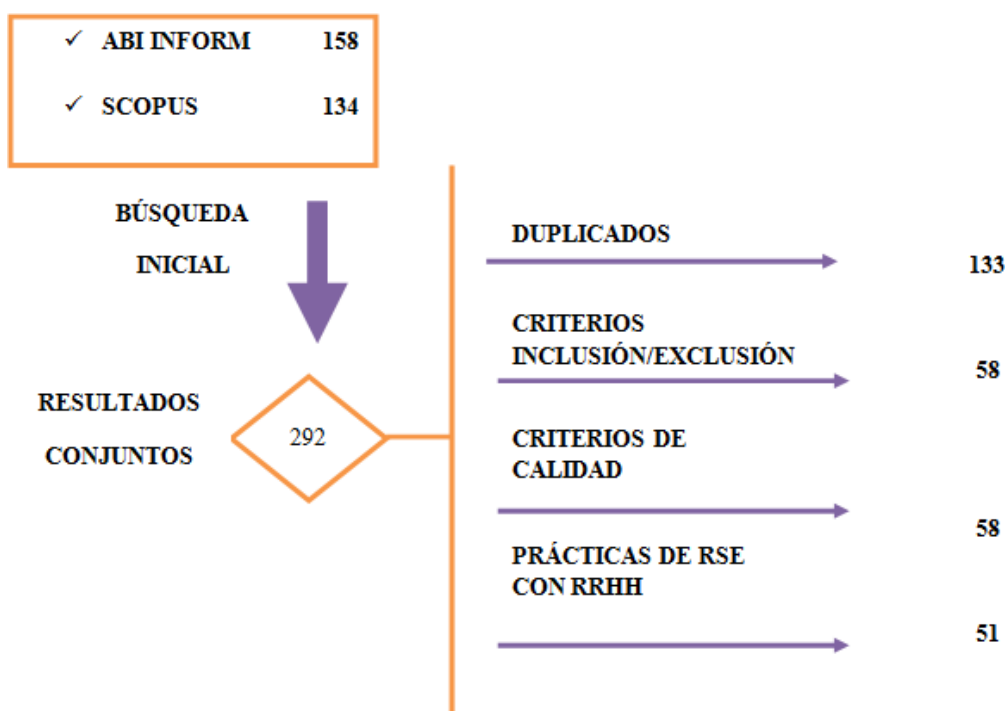
*Fuente: Elaboración Propia*

Por ende, y tras realizar una determinación específica y distintiva de los artículos que mejor se adapta a nuestro tópico mediante el uso distintivo de la exaltación ponderada de la calidad; sólo se consideraron aquellos estudios con calidad aceptable, es decir, con una puntuación de calidad superior a 4 (50% de la puntuación estimada) para la posterior procedencia y síntesis de datos (Guinea et al., 2016).

Así pues tras la aplicación de los criterios de calidad, y la consideración de aquellos artículos que responden a prácticas de RSE con RRHH, resultaron un total de

51 artículos a analizar entre las dos bases de datos. El proceso de selección de artículos puede apreciarse en la Figura 4.

*Figura 4: Proceso de selección y resultados*



*Fuente: Elaboración Propia*

### 3.5. Resultados y discusión

Una vez realizado un análisis exhaustivo de los resultados, a continuación se realiza un balance de los mismo, considerando para ello el número de publicaciones por año, contribución por revista científica, contribución por país, contribución por autor, contribución por universidad, contribución por área de conocimiento, tipo de estudio, contribución por tópico y principales prácticas de RSC con RRHH.

#### *Número de publicaciones por año*

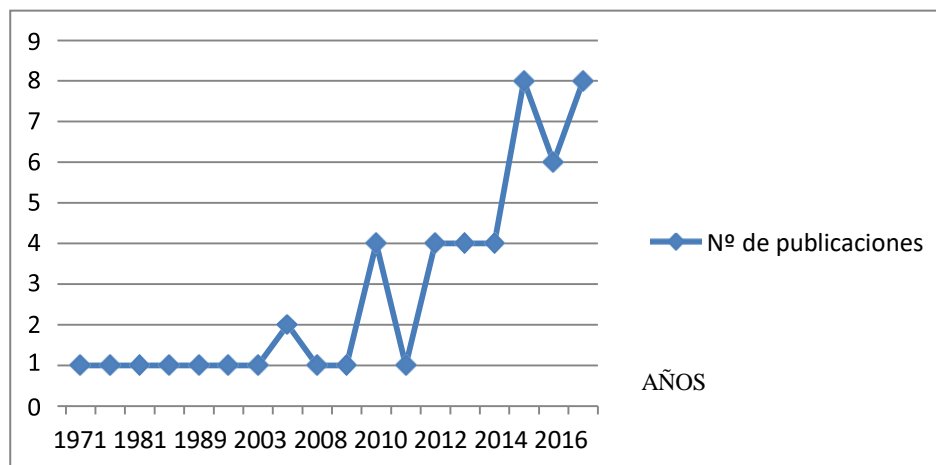
Tal y como se puede observar en la figura 2, se presenta una evolución de las publicaciones que cumplen los requisitos previamente analizados, analizados cada uno de ellos por años de contribución.

La gráfica responde a datos recogidos desde los años 70 hasta 2017. Hemos de afirmar que, es cierto que los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa y las

Preocupaciones por la aplicación práctica de los Recursos Humanos en empresas, empezaron a tenerse en cuenta desde antes, situándonos por ejemplo en los años 30, con Barnard y Kreps. Pero, en este caso, para sintetizar el análisis, nos referimos a ese periodo concreto, cuando más afluencia tuvo el tópico objeto de estudio.

Podríamos afirmar que a principios de los años 70, las publicaciones eran escasas pero siempre con presencia de al menos 1 contribución. Fue a partir del año 2003, cuando poco a poco se empezó a remontar y los autores decidieron plasmar por escrito aquello que tanto preocupaba a las empresas. En 2010, se nota un pico creciente con unas 4 publicaciones referentes al tópico con propuestas prácticas referentes a la conciliación de la vida laboral. Aun así y, ha de ser mencionado el descenso de publicaciones entre los años 2012 y 2015 pues, hasta entonces, prácticamente por años se tenía constancia de la necesidad de entender y comprender a los empleados de forma pública. Una de las razones que responden a este declive, se debe a que 2012 empezó siendo un año de complicaciones políticas y de multitud de huelgas generales proclamando derechos de trabajadores y revisión de ciertas reformas laborales.

*Figura 5: Número de contribuciones por años de publicación.*



*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Contribución por revista científica***

En este epígrafe señalamos los datos numéricos sobre publicaciones obtenidas en función de la revista que lo ha publicado. Esta información queda recogida en la tabla IV y, expuesta también de forma porcentual. De esta forma, obtenemos el número

de documentos extraídos en función del total. Es decir, del total de 51 artículos publicados, se obtienen tantos documentos.

Por ende, se observa que la mayoría de los artículos pertenecen a otras revistas científicas que no se repiten con tanta periodicidad. Esto se comprueba con un total de 24 artículos de distintas revistas, ascendiendo a un porcentaje sobre el total del 47 %.

Pero, a pesar de esto, es importante resaltar revistas como *Spanish Journal of Marketing – ESIC*, con un porcentaje de 9,80 % a la que se suma la revista de *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. Estas dos, junto con la *revista de contabilidad* que obtiene un porcentaje menor de 7,84 %, son revistas que cuentan con una gran afluencia de publicaciones en cuando al tópico que estamos tratando. Al mismo tiempo, hemos de plasmar que, muchos de los artículos que se quedaron atrás por no cumplir requisitos de idioma o número de páginas, eran publicados por estas tres revistas.

*TABLA IV: Contribución por revista científica*

Título de la revista	%	Nº de Publicaciones
<b>Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa</b>	5	9,80
<b>Spanish Journal of Marketing – ESIC</b>	5	9,80
<b>Revista de Contabilidad</b>	4	7,84
<b>Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa</b>	3	5,88
<b>Management Accounting</b>	3	5,88

Asian Social Science	2	3,92
Investigación Bibliotecológica	1	1,96
Procedia Manufacturing	1	1,96
PLoS ONE	1	1,96
BRQ Business Research Quarterly	1	1,96
Gaceta Sanitaria	1	1,96
OTRAS	24	47,05

*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Contribución por país***

En la tabla V, se visualiza el número de países que han contribuido con el tópico, así como el porcentaje que representan estos sobre el total. Por tanto, podemos observar que somos el país pionero en el ranking, con un porcentaje del 39,21 %. Esto confirma que hay un alto poder de preocupación por implantar o al menos consolidar la RSE y los RRHH en empresas de nuestro país.

Otros países que siguen mostrando su inquietud sobre el tema objeto de esta revisión son por un lado Estados Unidos con un 17,65 % y, por otro, Reino Unido, que destaca con un 15,70 %. Estos países anglosajones, ocuparían la segunda y tercera posición en cuanto a contribuciones por países que han aportado documentos informativos referentes al tópico

***TABLA V: Contribución por país***

PAIS	Nº	%	PAIS	Nº	%
ESPAÑA	20	39,21	RUMANIA	1	1,96



<b>ESTADOS UNIDOS</b>	9	17,65	<b>POLONIA</b>	1	1,96
<b>REINO UNIDO</b>	8	15,70	<b>MEXICO</b>	1	1,96
<b>PAISES BAJOS</b>	3	5,88			
<b>COLOMBIA</b>	2	3,92			
<b>MALASIA</b>	2	3,92			
<b>TURQUÍA</b>	2	3,92			
<b>ALEMANIA</b>	2	3,92			

*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Contribución por autor***

En este epígrafe quedan recogidos todos los autores de los 51 artículos seleccionados para el presente estudio. Todos ellos han participado en la contribución al tópico, destacando en gran medida los artículos publicados en España.

Tras haber analizado cada uno de los artículos y extraído sus autores, contabilizamos un total de 81 innovadores que han aportado su visión en cuanto a la RSE y la contribución con los RRHH. A la cabeza destaca *Martínez Fernández, J*, con un total de 3 publicaciones referentes al tópico, suponiendo un 3,70 % del total de los autores. A este le sigue *Cuadrado Ballesteros, B*, y *Escamillas S*, con dos publicaciones cada uno, ascendiendo a un porcentaje sobre el total de 2,46%. Los tres autores resaltan sobre el resto por su mayor participación y, por tanto, su interés por reivindicar la realidad que se pretende plasmar en el presente trabajo.

En posiciones inferiores destacan un total de 70 autores que también ha aportado su versión de manera individualizada. Entre ellos podemos destacar a *Freundlich, F*, y a *Xia, Y*, tal y como se expone en la siguiente tabla (véase tabla VI).

TABLA VI: Contribución por país

Auto	Nº Publicaciones	%
<i>Martínez Fernández, J</i>	<i>3</i>	<i>3,70</i>
<i>Cuadrado Ballesteros, B.</i>	<i>2</i>	<i>2,46</i>
<i>Escamillas S</i>	<i>2</i>	<i>2,46</i>
<i>Beltrán Martín, I</i>	<i>2</i>	<i>2,46</i>
<i>Xia, Y</i>	<i>1</i>	<i>1,23</i>
<i>Freundlich, F</i>	<i>1</i>	<i>1,23</i>

*Fuente: Elaboración Propia*

### **Contribución por universidad**

Teniendo en cuenta la universidad a la que pertenece el primer autor de cada publicación, a continuación se presenta en la tabla VII, aquellas con un mayor número de publicaciones referente al tópico. Señalamos por ende, las superiores a uno y dos publicaciones por universidad. Hemos de destacar que en total son 44 universidades las que han participado en la publicación de artículos referidos a la RSE y, manifiestan por tanto, las preocupaciones por considerar la gestión de los RRHH en las empresas.

La Universidad de Salamanca resalta sobre estas 44 restantes, con una contribución del 6, 82% sobre el total, siendo por ello, 3 artículos contabilizados.

Con un porcentaje del 4,55 % y, dos publicaciones por universidad, le siguen la facultad de Oxford y Cambridge en Reino Unido, la universidad de Malasia en Asia, y en España, las universidades de Alicante y Murcia.

Por último, hemos de referirnos a esas 38 universidades restantes que han contribuido al tópico objeto de estudio pero con una publicación por cada una de ellas. Contribuye ese 2,27% cada una, como es el ejemplo que aparece en la tabla con la Universidad del Estado de Arizona. Entre todas suponen un 86,36% del total de universidades.

TABLA VII: Contribución por universidad

Universidad	Nº Publicaciones	%
Universidad de Salamanca	3	6,82
Universidad de Oxford	2	4,55
Universidad de Cambridge	2	4,55
Universidad de Malasia	2	4,55
Universidad de Alicante	2	4,55
Universidad de Murcia	2	4,55
Universidad del Estado de Arizona	1	2,27

*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Contribución por área de conocimiento***

En la tabla VIII quedan esquematizada una visión de los distintos departamentos que han formado parte del presente trabajo de investigación.

Concretamente se han identificado diversas áreas de conocimiento, en total 26, siendo 18 de ellas más concretas como el departamento de “*Agro negocios y Desarrollo Rural*”, el de “*Negocios Internacionales*” o por ejemplo, el departamento de “*Especialización en la Gestión Humana*”, entre otros. Estos departamentos han propuesto su planteamiento sobre el tema de estudio en este proyecto, al igual que los ocho restantes pero, con una sola aportación. Quedan recogidos en la tabla como “otros” (Véase tabla VIII).

Los ocho departamentos mencionados anteriormente son aquellos que aparecen en primer lugar en la tabla. Son estos los que cuenta con más artículos publicados en su misma área.

Por tanto, en primer lugar se posiciona el departamento de “*Administración y Economía de la Empresa*”, con 7 publicaciones, lo cual supone un porcentaje sobre el total de artículos del 13,72%. Posteriormente, le siguen los departamentos de “*Dirección y Gestión de Empresas*” y, “*Gestión de RRHH*”, áreas de conocimiento con 5 publicaciones cada una, ascendiendo a un 9,80 % del total.

Son los departamentos de “*Administración de Empresa y Marketing*”, “*Organización de Empresas*”, “*Economía Financiera y Contabilidad*”, y, “*Administración de Negocios*”; los que se encuentran en cuarta y tercera posición. Éste lugar en el ranking, responde al número de publicaciones de cada área, con un porcentaje del 7,84% para los primeros y de 5,88% para los segundos.

Por último, se debe hacer mención a los departamentos que obtienen las últimas posiciones. Por un lado señalar, el área de “*Administración de Negocios*”, con un porcentaje del 3,92% del total, con dos publicaciones. Y, por otro lado, con un porcentaje del 34,29 % sobre el total de artículos, se encuentran los 18 departamentos con solo una aportación sobre el tópico.

*TABLA VIII: Contribución por área de conocimiento*

Área de conocimiento	Nº	%
Administración y Economía de la Empresa	7	13,72
Dirección y Gestión de Empresas	5	9,80
Gestión de los RRHH	5	9,80
Administración de empresas y Marketing	4	7,84
Organización de Empresas	4	7,84
Economía Financiera y Contabilidad	3	5,88
Administración de Negocios	3	5,88

<b>Administración</b>	2	3,92
<b>OTROS (18)</b>	18	34,29

*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Contribución por tipo de estudio***

Tal y como exponen Bhosale y Kant (2016) en su artículo, las investigaciones académicas pueden ser divididas en dos vertientes. Por un lado, aquellas que son de carácter empírico, es decir, basadas en la certeza y la evidencia; o, aquellas investigaciones de índole documental, cuyo propósito se basa en presentar lo que otros autores anteriormente ya han dicho o escrito, con una cohesión de ideas con las del investigador.

Tras analizar los 51 artículos con los que estamos trabajando, se exponen la siguiente Tabla, un análisis según el ámbito de investigación de cada artículo.

De estos documentos, 35 de ellos responden a una investigación empírica, suponiendo un 68,63 % del total. Así mismo, estos se dividen según el tipo de estudio que se evalúe en cada uno de ellos. Por tanto, encontramos que 23 son estudios de casos concretos, donde se aplican la RSC y la gestión de los Recursos Humanos; 10 responden a muestras para evaluar el tópico que estamos planteando y, 2 se centran en encuestas para valorar el grado de implantación o la importancia del mismo.

Por último, al final de la tabla quedan recogidos los datos referentes a la investigación documental, con porcentaje restante del 31,37 % siendo 16 artículos con este carácter. De estos, 9 se diferencian por ser conceptuales y, 7 por mantener una estructura de Revisión Sistemática a la Literatura.

TABLA IX: Contribución por tipo de estudio

Ámbito de Investigación	Nº	%	Tipo de estudio	
Investigación empírica	35	68,63%		
			CASO DE ESTUDIO	23
			EXPERIMENTOS	10
			ENCUESTAS	2
Investigación documental	16	31,37%		
			CONCEPTUAL	9
			RSL	7

*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Contribución por tópico***

A la hora de llevar a cabo esta RSL, es importante determinar también, cuales son las temáticas que más se hacen presentes en los artículos seleccionados para el estudio.

Se han establecidos 10 tópicos que engloban a los 51 artículos con los que estamos trabajando. En función de materia que figurase en cada uno de sus contenidos, se han clasificados en unas posiciones u en otras.

Por tanto, y tal como quedan recogidos en la Tabla X, de los 51 artículos ya citados anteriormente, destacan 16 de ellos por referirse a la “*Gestión de los RRHH*”, figurando con el porcentaje más alto sobre el total, en concreto del 31,37%.

Los siguientes tópico más mencionado y que destacan sobre los restantes son los que en la totalidad del conjunto se centran en delimitar y determinar conceptos y definiciones de RSC junto con los RRHH; y, aquellos que se preocupan por los mismos. Esto dos quedan reflejados en la tabla con unos porcentajes del 19,61 % y 11,71 % del total de artículos.

Por otro lado, otras de las temáticas eran seguimientos mediante encuestas para contribuir al tópico objeto de estudio. La periodicidad de este método alcanza un porcentaje del 5,88%. También obtienen esta cantidad los tópicos sobre las cadenas de suministros y la necesidad que existe por implantar medidas de RRHH en dichos procesos y, en definitiva, en las empresas en sí.

En penúltima posición con un porcentaje del 3,92 %, destacan el temático sobre la satisfacción de los empleados y la RSC, así como los desafíos y barreras de los mismos.

Y por último, no por ello menos importante ya que es algo que en cierta media está inscrito y citado en todos los contenidos de los artículos, de forma parcial o directa, destaca la temática sobre las estrategias necesarias para poder desarrollar gestiones de RRHH en las empresas. Su porcentaje es del 1,96 %.

*TABLA X: Contribución por tipo de estudio*

<b>Tópico</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
<b>Gestión de los RRHH</b>	<b>16</b>	<b>31,37</b>
<b>RSC y los RRHH</b>	<b>10</b>	<b>19,61</b>
<b>Prácticas de RSC y RRHH</b>	<b>6</b>	<b>11,76</b>
<b>Preocupaciones por RSC</b>	<b>5</b>	<b>9,80</b>
<b>Necesidad de implantar RSC en empresa</b>	<b>3</b>	<b>5,88</b>
<b>Encuestas sobre RSC y RRHH</b>	<b>3</b>	<b>5,88</b>
<b>RRHH y Cadena de suministro</b>	<b>3</b>	<b>5,88</b>
<b>Desafíos y barreras de empleados y empresas</b>	<b>2</b>	<b>3,92</b>
<b>Satisfacción de los</b>	<b>2</b>	<b>3,92</b>

empleados y RSC		
Estrategias de RRHH	1	1,96

*Fuente: Elaboración Propia*

### ***Principales prácticas de RSC y RRHH***

Para finalizar el presenta análisis estadístico mediante tablas o figuras representativas, se realiza una síntesis respecto a las principales prácticas de Responsabilidad Social Corporativa y Recursos Humanos, que han sido propuestas en los 51 artículos seleccionados. Esta búsqueda de prácticas es determinarte tras conocer todos los datos anteriores, es decir, el principal objetivo de la evaluación de todas estas variables era, llegar a un punto clave entre todos ellos, donde pudiésemos encontrar una serie de destrezas de forma conjunta en todos los artículos.

Es por esto por lo que en la Tabla XI, se representa de forma jerarquizada un total de 13 prácticas desarrolladas a lo largo del contenido de los 51 artículos. Ciertos artículos proporcionan más de una, siendo el número total al que asciende todas ellas de 77, dispuestas cada una de ellas en su ámbito correspondiente.

La última columna de la tabla se hace referencia al porcentaje que representa cada práctica con respecto al total de todas ellas. De esta forma se puede observar claramente cuáles son las que han tenido un mayor impacto en todos los artículos y, por tanto, supone la principal preocupación de los autores para llevar a cabo en el ámbito de la implantación de RSC y RRHH en las empresas.

Aunque la mayoría de los autores en sus artículos reflejan esa preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados proponiendo así, diversas prácticas a favor de los mismos; la que obtiene un grado de importancia mayor es la necesidad de fomentar una formación continua u otros estudios ligados al desarrollo del empleado. Con un 16,88 % sobre el total de prácticas expuestas, la necesidad de seguir formando a los trabajadores, y darles la oportunidad de seguir desarrollando sus capacidades en la empresa, es la principal contribución que ha de tenerse en cuenta en las organizaciones.

Además de esta, la participación del empleado en la toma de decisiones supone una práctica clave para su satisfacción. Tal y como expone *Locke* (1976), a medida que



el individuo se siente cómodo e integrado en la organización su nivel de agrado con la misma aumenta y, su desempeño será positivo.

En la tabla también quedan recogidas otras prácticas en posiciones inferiores con un porcentaje del 9,09 % según su reiteración en los artículos, pero no por ello menos importante. Nos referimos por tanto, a llevar a cabo un trabajo en equipo con el apoyo de todos los empleados, a fomentar la capacidad de desarrollo en el puesto de cada uno de ellos promoviendo la igualdad de los mismo.

Además de las citadas prácticas consideradas como primordiales a ser desarrolladas en el ámbito organizativo, destacamos otras con porcentajes menos elevados sobre el total. Entre ellas se encuentran favorecer la conciliación laboral mediante la aplicación de principios de Responsabilidad Social Corporativa, para lo cual se necesita que se proporcione una flexibilidad horaria a los empleados, y que éstos sean desarrollados en coordinación con la gestión de los RRHH.

La ejecución correcta de todas estas prácticas incluyendo, retribuciones dignas y facilidad de información al empleado para elaborar las tareas en su puesto; conducen a la satisfacción del individuo y, por ende, a la correcta ejecución del trabajo (Wesiss y Cropazano 1996).

*Tabla XI: Contribución por prácticas de RSC y RRHH*

Principales prácticas	Nº	%
Formación continua y desarrollo del empleado	13	16,88
Participación del empleado en la toma de decisiones	8	10,39
Trabajos en equipo	7	9,09
Fomento de capacidad y bienestar del empleado	7	9,09
Igualdad de oportunidades entre los empleados	7	9,09
Conciliación laboral y RSE	6	7,79
Flexibilidad horaria y de vida laboral	6	7,79

<b>Fomento al desarrollo en gestión de los RRHH</b>	6	7,79
<b>Flexibilidad de los empleados</b>	4	5,19
<b>Evaluación de satisfacción de trabajadores</b>	4	5,19
<b>Diversidad entre empleados</b>	4	5,19
<b>Redistribuciones dignas</b>	3	3,89
<b>Facilitar información a empleados</b>	2	2,59

*Fuente: Elaboración Propia*

#### 4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Para cumplir con el objetivo del presente trabajo y por tanto, dar respuesta a nuestra pregunta de investigación sobre el análisis de aquellos trabajos que, estudian y evalúan la Responsabilidad Social Corporativa/Empresaria desde el punto de vista de la Gestión de los Recursos Humanos, se ha llevado a cabo una Revisión Sistemática de la Literatura.

Previo al análisis empírico, el cual nos ha dado respuestas estadísticas, se ha realizado una búsqueda conceptualizada de los términos que intervienen en la pregunta objeto de estudio. En esta evaluación, se ha comprobado que son muchos los autores que han contribuido al tópico a lo largo de la historia. De esta forma, tanto la RSC como la Gestión de los Recursos Humanos en las organizaciones, son premisas ya estudiadas con anterioridad, a pesar de no ser concluyentes en prácticas o estrategias claras.

Entre los años 30 y 70 destacamos números autores que no aportan una definición acotada sobre lo que hoy se entiende por RSC. Es a partir de los años 70, con Carrol cuando se sentó las bases para llevar a cabo una rentabilidad económica, aplicando la Responsabilidad Social Corporativa de forma ética y solidaria.

A raíz de la determinación del concepto de RSC como un elemento que incide en la sociedad, surgen una serie de instituciones tanto nacionales como internacionales, que son decisorias en el desempeño organizativo.

Este fundamento teórico ha sido contrastado en cierta media, con una investigación sistemática. Para ello, se han empleado dos bases de datos, tanto Scopus como Abi inform.

Con estos dos buscadores, se obtuvieron inicialmente un total de 292 artículos, mediante la combinación de términos y abreviaturas referentes al tópico.

Al aplicar los criterios de inclusión y exclusión, además de los de calidad, estos artículos suman actualmente un total de 51. Son precisamente con estos con los que hemos trabajado a lo largo de todo el análisis empírico, determinado cada una de los enclaves necesarios.

Del total de estos artículos se extrae información que posteriormente puede ayudar a concretar investigaciones futuras.

Por tanto, empezando por las publicaciones que han tenido un mayor impacto, dentro del rango de años estudiados (1970-2017), es a partir del año 2003, cuando el número artículos empieza a aumentar, precisamente porque ya se tiene conocimientos más concretos sobre el tópico.

En lo referente a las revistas científicas que han publicado, y por ende, apoyado dichos artículos, destacan como líderes, la revista de *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* y, junto a ella, *Spanish Journal of Marketing – ESIC*. Ambas obtienen los máximos porcentajes de publicación en el análisis estadístico anteriormente comentado.

España y, seguida de ésta, Estados Unidos se han posicionado en la cabeza en cuanto a los países que más han contribuido en la publicación de artículos referentes a la RSC y la Gestión de los Recursos Humanos.

Dentro de los autores protagonistas de este trabajo de investigación hemos de destacar con un porcentaje mayor frente al resto a Martínez Fernández, J, a quien le sigue Cuadrado Ballesteros, B.

Por otra parte, en cuanto a las entidades educativas que impulsan el desarrollo de estos artículos, resalta la Universidad de Salamanca. Y, el departamento con mayor protagonismo en esta índole es el de *Administración y Economía de la Empresa*, seguido del de *Dirección y Gestión de Empresas*.

Los 51 artículos que han sido clasificados según diversos parámetros, también se han determinado en función del ámbito de investigación con mayor protagonismo. En este caso la investigación empírica destaca sobre la documental con un porcentaje mayor. En concreto son estudios que se han centrado en un caso en determinado.

En este estudio es importante delimitar también cual es el tópico o temática con mayor perseverancia durante la evaluación. Por tanto, las preocupaciones por implantar sistemas de gestión de Recursos Humanos en las organizaciones es el tópico sobresaliente frente al resto.

Todos estos datos obtenidos a lo largo de la evaluación empírica son los que nos llevan a delimitar entre unas prácticas de RSC y RRHH, u otras, destacando la necesidad de gestionar los Recursos Humanos, sobre el total de todas ellas. Son éstas, las que responden a esas preocupaciones primarias de los autores por subsanar la

carencia de información que derivaba del propio concepto de RSC. Pues, al no tener conciencia de lo que implica la implantación del término en la empresa, el desempeño en la organización no irá encaminado a principios responsables, ni éticos, y por lo tanto la consideración de los empleados tampoco.

A partir de lo expuesto y analizado anteriormente mediante tablas y figuras, se han obtenido un conjunto de artículos que tras ser seleccionados y delimitados según criterios, son los que responden y dar coherencia a la pregunta de investigación del presente trabajos. Todos ellos cuentan con un argumento clave que proporciona a las organizaciones la capacidad para actuar conforme a la Responsabilidad Social Corporativa mediante la gestión de los Recursos Humanos.

## REFERENCIAS

- Achimugu,P., Selmat, A., Ibrahim,R., Mahrin,M. (2014) A systematic literature review of software requirements prioritization research. *Information and software technology*, 56(6), 568-585
- Beltrán, G., & Óscar, A. (2005). Revisiones sistemáticas de la literatura. *Revista Colombiana de Gastroenterología*, 20(1)
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2015). On being ‘systematic’ in literature reviews in IS. *Journal of Information Technology*, 30(2), 161-173.
- Bhosale,V.A., & Kant, R. (2016) Metadata analysis of knowledge management in supply chain. *Business Process Management Journal*, 22(1), 140–172
- Connolly, T. M., Boyle, E. A., MacArthur, E., Hainey, T., & Boyle, J. M. (2012). A systematic literature review of empirical evidence on computer games and serious games. *Computers & Education*, 59(2), 661-686
- Díaz, B.H., Gómez, J.S., García, J.D., Melo, H.A., Sanabria, F.E. (2017) Contribución de las iniciativas de tecnologías de la información en las organizaciones: una revisión de la literatura. *Innovaciones en Tecnología*. 27(66) pp 41-55
- Dybå, T., & Dingsøy, T. (2008). Empirical studies of agile software development: A systematic review. *Information and Software Technology*, 50(9–10), 833–859. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2008.01.006>
- Echeverri, D. R. C., & Cruz, R. Z. (2014). Revisión de instrumentos de evaluación de clima organizacional/Review of organizational climate assessment tools/Análise de instrumentos de avaliação de clima organizacional. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 184–189
- García, R., & Ramírez, P. (2005). Meta-análisis sobre la implantación de sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP). *Journal of Information Systems and Technology Management* (2005, p. 245-273).
- García, F.J. (2017) Revisión Sistemática en los Trabajos Finales de Máster y en las Tesis Doctorales. *Grial. Universidad de Salamanca*. PP1-95

Gómez Melero, E. (2016). La influencia de las prácticas de responsabilidad social corporativa en el desempeño organizacional y el papel mediador de la innovación. *Universidad Politécnica de Cartagena* 25-147

Gutiérrez, M. A. C., Ríos, A. R., Calero, C., Fernández-Medina, E., & Piattini, M. (2005). Análisis y revisión de la literatura en el contexto de proyectos de fin de carrera: Una propuesta. *Revista Sociedad Chilena de Ciencia de la Computación*, 6(1).

Houy, C., Fettke, P., & Loos, P. (2010). Empirical research in business process management - analysis of an emerging field of research. *Business Process Management Journal*, 16(4), 619–661.

Kitchenham, B., Brereton, O., Budge, D., Turner, M., Bailey, J., Linkman, S. (2009). Systematic literature reviews in software engineering—a systematic literature review. *Information and software technology*, 51(1), 7-15.

Kitchenham, B., Pretorius, R., Budgen, D., Brereton, O. P., Turner, M., Niazi, M., & Linkman, S. (2010). Systematic literature reviews in software engineering. A tertiary study. *Information and Software Technology*, 52(8), 792–805.

Langer, W (1933) Some Recent Book On International Relations. Vol 11 PG526

Marshall, J . Hutchinson, A. (2001) A critique of research on the use of activities with persons with Alzheimer's disease: a systematic literature review. *Integrative Literature Review and meta-analyses*. 35(4), pg 488-496

Moreau, C. (2016). 'Professionalization of human resource management in social enterprises'. Thesis dissertation, Université de Liège, *HEC Liège-Management School*.

Michie, S. Williams, S (2003) Reducing work related psychological ill health and sickness absence : a systematic literature review. *Occup Environ Med*, 60 3-9

Okoli, C., & Schabram, K. (2010). A guide to conducting a systematic literature review of information systems research.

Sampieri, R.H., Collado, C.F., Lucio, P.B. (1998). *Metodología de la investigación* (Vol. 1). México

Stuck, A. E., Walthert, J. M., Nikolaus, T., Büla, C. J., Hohmann, C., & Beck, J. C. (1999). Risk factors for functional status decline in community-living elderly people: a systematic literature review. *Social science & medicine*, 48(4), 445-469.

Peixoto, T.A., Peixoto, N.M., Santos, C.S. & Pinto, C.A.. (2016). Estratégias de autogestão da fadiga nos sobreviventes de cancro: Revisão sistemática da literatura. *Revista De Enfermagem Referência*, (10), 113-123.

Wen, J., Li, S., Lin, Z., Hu, Y., & Huang, C. (2012). Systematic literature review of machine learning based software development effort estimation models. *Information and Software Technology*, 54, 41–59.



## ANEXO I: Principales trabajos analizados

A-G	H-Z
<p>Aitziber, L.L. (2011) The multinational enterprise and the decision to export or adapt human resource management practices. <i>Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de la Empresa</i>, 17(2), 47-67.</p>	<p>Hemedoglu, E., Evliyaoglu, F., &amp; Cem Cüneyt Arslantas. (2012). Stakeholder relationships of ISE 50 firms in terms of corporate governance: A corporate perspective of stakeholder theory. <i>Isletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi</i>, (71), 83-99.</p>
<p>Arnaud, S., &amp; Wasieleski, D. M. (2014). Corporate humanistic responsibility: Social performance through managerial discretion of the HRM. <i>Journal of Business Ethics</i>, 120(3), 313-334.</p>	<p>Jiménez, H. O. (2010). Nuevos paradigmas en gestión humana/new paradigms in human resource management. <i>Revista Ciencias Estrategicas</i>, 18(23), 79-97</p>
<p>Anderson, C. J. (1993). Corporate social responsibility and worker skills: An examination of corporate responses to work place illiteracy. <i>Journal of Business Ethics</i>, 12(4), 281.</p>	<p>King, R. A., &amp; Wood, G. C. (1989). Overcome cultural barriers to manufacturing improvement. <i>The Journal of Business Strategy</i>, 10(3), 59.</p>
<p>Arabska, e., &amp; Terziev, v. (2016). Organic production business model and the concept of corporate social</p>	<p>Lendzion, J.P.(2015) Human Resources Management in the System of Organizational Knowledge Management <i>Procedia Manufacturing</i></p>

responsibility. <i>Journal of Economic Development, Environment and People</i> , 5(2), 23-30	, 3, 674-680.
Bayo-Moriones, A., Larrazza-Kintana, M (2012) Research in human resources in Spain between 2011 and 2010: The wonder decade? <i>Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa</i> .	López Davis, S., Marín Rives, L., Ruiz de Maya, S. (2017) Introducing Personal Social Responsibility as a key element to upgrade CSR. <i>Spanish Journal of Marketing – ESIC</i> , 21(2), 146-163.
Barnett, A. H., & Caldwell, J. C. (1974, 11). Accounting for corporate social performance: a survey. <i>Management Accounting</i> , (Pre-1986), 56, 23.	Matev, D., & Assenova, M. (2012). Application of corporate social responsibility approach in bulgaria to support sustainable tourism development. <i>Clean Technologies and Environmental Policy</i> , 14(6), 1065-1073.
Barakat, F. S., Q., López Pérez, M V., & Rodríguez Ariza, L. (2015) Corporate social responsibility disclosure (CSRSD) determinants of listed companies in palestine (PXE) and jordan (ASE). <i>Review of Managerial Science</i> , 9(4), 681-702.	Martínez-Ferrero, J., Vaquero-Cacho, L.-A., Cuadrado-Ballesteros, B., García-Sánchez, I.-M (2015) Corporate governance and corporate social responsibility in banking: The role of the board of directors <i>.Investigaciones Europeas de Direccion y Economía de la Empresa</i> , 21(3), 129-138.
Beltrán Martín, I., Escrig Tena,	Martínez-Ferrero, J., Prado-Lorenzo,

<p>A.B., Bou Llusar, J.C., Roca Puig, V. (2013) Influence of human resource practices on the flexibility of the employees. <i>Cuadernos de Economia y Direccion de la Empresa</i>, 16(4), 221-237.</p>	<p>J.M., Fernández-Fernández, J.M. (2013) Responsabilidad social corporativa vs. Responsabilidad contable. <i>Revista de Contabilidad</i>, 16(1), 32-45.</p>
<p>Becker, W. S., Carbo, Jerry A, I.I., Esq, &amp; Langella, I. M. (2010). Beyond self-interest: Integrating social responsibility and supply chain management with human resource development. <i>Human Resource Development Review</i>, 9(2), 144</p>	<p>Martínez-del-Río, J., Céspedes-Lorente, J., Pérez-Vall, M. (2013) Disentangling the relationship between high involvement work practices, innovation and performance in geographical clusters. <i>Cuadernos de Economia y Direccion de la Empresa</i>, 16 (4), 238-249</p>
<p>Brody, E. W. (1988). Credibility and productivity: The new rules for organization. <i>Public Relations Quarterly</i>, 33(3), 15.</p>	<p>Marta de la, C. G., Eva, P. H., &amp; Juan Diego, P. G. (2015). Identificación de indicadores relevantes del desempeño RSE mediante la utilización de técnicas multicriterio. <i>Innovar</i>, 25(55), 75-88.</p>
<p>Castel, A. G., &amp; Freundlich, F. (2010). Percepciones de los socios y no socios cooperativistas sobre la satisfacción laboral. <i>Revesco: Revista De Estudios Cooperativos</i>, (103), 33-58.</p>	<p>Mercadé-Melé, P., Molinillo, S., Fernández-Morales, A. (2017) .The influence of the types of media on the formation of perceived CSR. <i>Spanish Journal of Marketing – ESIC</i>, 21 (1) 54-64.</p>

Camilleri, M. A. (2016). Corporate sustainability and responsibility toward education. <i>Journal of Global Responsibility</i> , 7(1), 56-71.	Mira, J.J., Lorenzo, S., Navarro, I., Pérez-Jover, V., Vitaller, J. (2013) Design and validation of the CSR-Hospital-SP scale to measure corporate social responsibility. <i>Gaceta Sanitaria</i> , 27(6), 529-532.
Cheema, S., & Javed, F. (2017). The effects of corporate social responsibility toward green human resource management: The mediating role of sustainable environment. <i>Cogent Business &amp; Management</i> , 4(1)	Motivate your bright people for competitive advantage. (2012). <i>Strategic Direction</i> , 28(1), 14-16.
Cuadrado Ballesteros, B., García Rubio, R., Marbella-Sánchez, F. (2010). Effect of the composition of the board of directors on corporate social responsibility. <i>Revista de Contabilidad</i> , 20-31.	Muhammad Masum, A.K., Azad, M.A.K., Hoque, K.E., Beh, L.-S. (2015) Domestic banks in Bangladesh could ensure efficiency by improving human resource management practices. <i>PLoS ONE</i> , 10(7).
Cuganesan, S. (2006). Reporting organisational performance in managing human resources. <i>Journal of HRCA: Human Resource Costing &amp; Accounting</i> , 10(3), 164-188	Pacheco, F.H., Escamilla, D.Q. (2016) Human resources in Mexican public libraries: An exploratory inquiry. <i>Investigacion Bibliotecologica</i> , 30(68), 17-50.

<p>Diaz-Fernandez, M., Pasamar-Reyes, S., Valle-Cabrera, R. (2016) Human capital and human resource management to achieve ambidextrous learning: A structural perspective. <i>BRQ Business Research Quarterly</i>, 20(1), 63-77.</p>	<p>Packer, A. H., &amp; Sharrar, G. K. (2003). Linking lifelong learning, corporate social responsibility, and the changing nature of work. <i>Advances in Developing Human Resources</i>, 5(3), 332-341.</p>
<p>Escamilla Solano, S., Plaza Casado, P., Flores Ureba, S. (2016) Analysis of the disclosure of information on corporate social responsibility in urban public transport companies in Spain. <i>Revista de Contabilidad</i> , 19(2), 195-203.</p>	<p>Rivera, J.J., Bigne, E., (2016) Curras-Perez, R.Effects of Corporate Social Responsibility perception on consumer satisfaction with the brand. <i>Spanish Journal of Marketing – ESIC</i>, 20(2), 104-114.</p>
<p>Fey, J. (1971). INSURANCE IN THE PUBLIC INTEREST. <i>Journal of Risk and Insurance</i>, 38(4), 521</p>	<p>Simmons, J. (2008). Ethics and morality in human resource management. <i>Social Responsibility Journal</i>, 4(1), 8-23.</p>
<p>Fish, A. J., &amp; Wood, J. (2017). Promoting a strategic business focus to balance competitive advantage and corporate social responsibility - missing elements. <i>Social Responsibility Journal</i>, 13(1), 78-94.</p>	<p>Stefanik, k. (2017). Rise of the corporation and corporate social responsibility: The case for corporate customary international law. <i>The Canadian Yearbook of International Law</i>, 54, 276-308.</p>

<p>García-Madariaga, J., Rodríguez-Rivera, F. (2017) Corporate social responsibility, customer satisfaction, corporate reputation, and firms' market value: Evidence from the automobile industry, <i>Spanish Journal of Marketing – ESIC</i>, 21 (1), 39-53.</p>	<p>Schoemaker, M., André Nijhof, &amp; Jonker, J. (2006). Human value management. the influence of the contemporary developments of corporate social responsibility and social capital on HRM**. <i>Management Revue</i>, 17(4), 448-465.</p>
<p>García-Lillo, F., Úbeda-García, M., Marco-Lajara, B. (2017) The intellectual structure of human resource management research: A bibliometric study of the International Journal of Human. <i>International Journal of Human Resource Management</i>, 28(13), 1786-1815</p>	<p>Tabouli, E.M.A., Habtoor, N.A., Nashief S., M. (2016). The Impact of Human Resources Management on Employee. Performance: Organizational Commitment Mediator Variable <i>Asian Social Science</i>, 12(9), 176-192.</p>
<p>García Carbonell, N., Martín Alcázar, F., Sánchez Gardey, G. (2014) <i>The moderating role of employees' perception on strategic human resource management and its influence on organizational performanc. Revista Europea de Direccion y Economia de la Empresa</i>, 23(3), 137-146.</p>	<p>Trotman, K. T., &amp; Bradley, G. W. (1981). Associations between social responsibility disclosure and characteristics of companies. <i>Accounting, Organizations and Society</i>, 6(4), 355.</p>

<p>García-Jiménez, J.V., Ruiz-de-Maya, S., López-López, I. (2017) The impact of congruence between the CSR activity and the company's core business on consumer response to CSR. <i>Spanish Journal of Marketing – ESIC</i>, 21 (1), 26-38.</p>	<p>Weber, C. M., J.D., &amp; Gerard, J. A.,PhD.C.P.A. (2014). Reconfiguring compliance for corporate social responsibility. <i>Journal of Economic Development, Management, I T, Finance, and Marketing</i>, 6(2), 32-47.</p>
<p>García-Pintos, A., García Vázquez, J.M., Piñeiro García,P. (2010) Incidence of human resources policies in the transfer of knowledge and its effect on innovation. <i>Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa</i>, 149-163.</p>	<p>Xia, Y., Zu, X., &amp; Shi, C. (2015). A profit-driven approach to building a "people-responsible" supply chain. <i>European Journal of Operational Research</i>, 241(2), 348.</p>
<p>Gallardo-Vázquez, D., Sánchez-Hernández, M.I., Corchuelo-Martínez-Azúa, M.B.(2013) Validation of a measurement scale for the relationship between the orientation to corporate social responsibility and other business strategic variables . <i>Revista de Contabilidad</i> , 16(1), 11-23.</p>	<p>Young, S., &amp; Thyil, V. (2009). Governance, employees and CSR: Integration is the key to unlocking value. <i>Asia Pacific Journal of Human Resources</i>, 47(2), 167.</p>

<p>Gürel, P. A., Phd. (2014). A strategic approach to reputation management and its reflections on sustainable competitiveness. <i>International Journal of Research in Business and Social Science</i>, 3(2), 31-55.</p>	
---	--

*Fuente: Elaboración propia*



II Congreso Virtual Internacional Economía, finanzas y contextos organizativos: nuevos retos  
(julio 2018)

## **DIGITAL MARKETING AND SOCIAL MARKETING: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW**

**Sara Expósito Flores;**  
**María Paula Lechuga Sancho\***

Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Cádiz, Jerez de la Frontera

\*

## **RESUMEN**

Actualmente el marketing digital es una tendencia en alza en el mundo empresarial, que permite que el marketing tradicional se adapte a revolución tecnológica a la que asistimos. Por otra parte, el marketing social se hace necesario en una sociedad a la que las empresas deben ser capaces de aportar valor para ser mejor percibidas por sus públicos. En el presente trabajo se realizará una revisión sistemática de la literatura para conocer si existen investigaciones que relacionen ambos conceptos (marketing digital y marketing social) dada su enorme importancia hoy en día. Finalmente, gracias a este trabajo se ha podido concluir que no existen demasiados trabajos que relacionen las temáticas propuestas y por tanto existe un hueco de investigación para futuros trabajos que deseen empezar a estudiar estas temáticas más a fondo.

Palabras clave: marketing digital, marketing social, revisión sistemática de la literatura, RSL.

## **ABSTRACT**

Nowadays digital marketing is an upward trend on business world that allows traditional marketing to adapt to technological revolution. On the other hand, social marketing is necessary in a society to which companies must be able to provide value in order to be better perceived by its target audiences. The purpose of this paper is to make a systematic literature review in order to know if there are research works which relate both concepts (digital marketing and social marketing) because of their importance today. Finally, thanks to this research, it is possible to conclude that there are not too many research works that relate the topics; therefore there is a research gap for future investigators who want to study these topics deeper.

Keywords: digital marketing, social marketing, systematic literature review, SLR.

## 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente el marketing digital es una tendencia creciente en el ámbito empresarial. Este permite al marketing tradicional adaptarse a todos los cambios tecnológicos que acontecen a la sociedad desde unas décadas atrás. Este nuevo tipo de marketing es complementario al marketing tradicional, pero su dominio y utilización supone en muchas ocasiones localizar una ventaja competitiva para muchas empresas y organizaciones. Es por ello que el marketing digital está presente en el día a día, y sus bases y claves se enseñan a miles de alumnos de distintas universidades alrededor de todo el mundo (Moschini, 2012 y Trabado, 2016).

Por otra parte, en una sociedad con notables y crecientes problemas cada día, el marketing social cobra mayor importancia, ya que a través de él tanto las organizaciones como las empresas privadas son capaces de aportar valor a la sociedad, y además ser mejor percibidas por sus públicos al ser más socialmente responsables (Rodríguez Cid, 2017).

En estas últimas décadas los modelos de negocio tradicionales han cambiado, y como consecuencia el marketing también debe cambiar para poder adaptarse a la era digital, mediante nuevas estrategias y prácticas que permitan a las empresas continuar en los mercados y prosperar en ellos (Kotler y Armstrong, 2014). De esta forma surge el marketing digital, que según Mejía (2014) consiste en un conjunto de técnicas promocionales enfocadas a localizar y llegar a los clientes a través de vías tecnológicas. Estas técnicas y herramientas están basadas en la utilización de la tecnología, que permite tanto medir el impacto de una acción, como enfocarse en un consumidor colaborativo, que no es pasivo, sino que también participa, opina y toma decisiones.

En cuanto al marketing social, también aumenta su importancia en los días que corren, ya que es fundamental que las empresas sean capaces de identificar qué problemas preocupan a sus públicos para conocer así en qué causas deben estar más implicadas, lo que se podría traducir en la mejora de la imagen y los valores de la organización (Giuliani et al., 2012).

A partir de lo anterior, el objetivo de este trabajo es realizar una revisión sistemática de la literatura para comprobar si existen trabajos empíricos que relacionen estas dos materias para así conocer si el tema ya estaba explorado, o si el estudio mostraría un hueco de investigación para comenzar a investigar la relación entre ambos tipos de marketing.

Una revisión sistemática permite identificar las fuentes secundarias, es decir, los trabajos que se han publicado acerca de una temática concreta, y evaluarlos para determinar su calidad, de forma que todo ello permita finalmente identificar en qué estado de investigación se encuentra

un determinado tema (Sekaran y Boggie, 2010), en este caso la relación entre el marketing digital y el social.

Para la consecución del objetivo, este trabajo se ha estructurado de la siguiente forma. En el apartado dos se hace referencia al marco teórico, específicamente se conceptualiza el marketing digital y posteriormente el marketing social. A continuación se explica la metodología a seguir a partir del marco empírico, donde se explican todos los aspectos que engloba una revisión sistemática a la literatura. En el siguiente apartado se realiza la pregunta de investigación y se diseña un proceso de búsqueda, para posteriormente analizar los resultados. Por último se determinan las principales conclusiones, limitaciones y líneas futuras de investigación.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### ***2.1 Conceptualización del marketing digital***

La democratización del acceso a internet ha cambiado el mundo tal y como lo conocemos, y estos cambios se han visto también reflejados en la formas de actuar de las empresas y organizaciones, que han tenido que adaptarse a la era digital, donde ya no es válido utilizar únicamente el marketing tradicional, sino que este tiene que ir unido al marketing digital (Anetcom, 2011).

El concepto de marketing digital es muy similar al de “marketing electrónico” (e-marketing), e implica la planificación y ejecución del marketing de forma que se utilicen los nuevos medios electrónicos (como smartphones, PC) unidos a toda la información acerca de los consumidores y sus comportamientos que nos proporciona el medio digital (Chaffey et al., 2006).

Según Chaffey et al. (2006), el marketing digital no debe aplicarse de forma aislada, sino que debe aplicarse junto a otros canales de marketing más tradicionales, como apoyo, de forma que se cree lo que denominan el “multi-channel marketing” que es el marketing multicanal.

Una de las diferencias entre el marketing tradicional y marketing digital es que este último utiliza nuevos canales de comunicación que permiten desarrollar una nueva forma de interacción e intercambio de información; de esta forma McDonald & Wilson desarrollaron en 1999 las “6 Is del e-marketing mix”:

1. Interactividad: el medio digital posibilita que exista el diálogo frente al monólogo que suponían los medios masivos tradicionales como la televisión.

Existe, por tanto, un feedback o retroalimentación entre los diferentes actores de la comunicación.

2. Inteligencia: el marketing digital ofrece la posibilidad de conocer características de los consumidores mediante la analítica web a un coste bastante bajo.
3. Individualización: en relación con lo anterior, si se conoce al consumidor es posible enviarle contenido y mensajes personalizados.
4. Integración: esto permite la comunicación de la organización hacia el consumidor (outbound internet-based communications) y viceversa, la comunicación desde el consumidor hacia la organización (inbound internet-based communications).
5. Reestructuración de la industria: la utilización de medios digitales permite tanto la desintermediación como la reintermediación.
6. Independencia de la localización: se brinda la oportunidad de vender en mercados internacionales que aumentan las posibilidades de negocios y la expansión de los mismos.

En la tabla 1 se especifican de forma más exhaustiva las principales diferencias entre el marketing tradicional y el marketing digital:

Marketing tradicional	Marketing digital
-----------------------	-------------------

Persigue incrementar las ventas de un producto o servicio	Persigue el marketing relacional: mantener relaciones estables con los clientes
Es un marketing funcional, solo se basa en el producto y en el monólogo	Es marketing experiencial, basado en ofrecer experiencias y en el diálogo
El consumidor es pasivo	El consumidor es activo, nace el prosumidor
Enfocado en las características del producto o servicio	Enfocado al cliente, pretende personalizar la oferta para satisfacer lo mejor posible las necesidades del cliente
Empresa y cliente no se sitúan al mismo nivel	Empresa y cliente se sitúan al mismo nivel
Publicidad invasiva, directa y masiva	Publicidad personalizada, de contenidos, genera valor
Lenta cuantificación de resultados	Rápida cuantificación de resultados gracias a las nuevas herramientas de medición

Tabla 1: diferencias entre el marketing tradicional y el marketing digital.

Fuente: elaboración propia a partir de Sánchez y Lenderman (2008) y Castaño y Jurado (2016).

Por otra parte, la web también ha ido evolucionando, pasando de la web 1.0 a la web 3.0, y el marketing digital ha tenido que evolucionar con ella, las empresas han tenido que adaptarse y cambiar para poder seguir actualizadas:

- La web 1.0 nace junto a la World Wide Web, y su característica principal es que la comunicación no es bidireccional, sino que es la empresa la que decide en todo momento qué quiere comunicar, de forma que no existe feedback (Naik y Shivalingaiah, 2008).
- La web 2.0 nace cuando llegan nuevas tecnologías que permiten la interactividad, la posibilidad de publicación, edición y difusión de contenidos por parte de los usuarios y la creación de perfiles personales y comunidades online que posibilitan, por ejemplo, las redes sociales que conocemos hoy en día (Anderson, 2007).

- La web 3.0 incluye la Web Semántica, ya no está dirigida por humanos, sino por procesadores de información que manejan numerosos datos a la vez usando software avanzado como el RDF/XML; estas se gestionan en la llamada “nube” y permiten la personalización y viralidad (Pons, 2012).

Más allá de la definición de Chaffey et al. (2006) existen otras aportaciones más recientes del término marketing digital. Más recientemente Anetcom (2011) lo define como *“la adaptación de las características del marketing al mundo digital utilizando las nuevas herramientas digitales disponibles en el entorno de la Web 2.0. Es por tanto un método para identificar la forma más eficiente de producir valor al cliente que pueda ser percibido por medio de las herramientas digitales”*. Este tipo de marketing posee también determinadas características según Anetcom, 2011:

- Es personalizado, lo que implica que la segmentación de los usuarios es máxima, permitiéndoles, por tanto, vivir una experiencia en internet única y totalmente individualizada.
- Es masivo y no invasivo, lo que supone que internet ha hecho posible llegar a una enorme cantidad de personas con inversiones pequeñas, como por ejemplo la viralización de un video, el posicionamiento en buscadores, etc.
- Es de doble sentido e interactivo, ya que el marketing digital brinda la posibilidad de interactuar y establecer diálogo con los consumidores, obteniendo un feedback e información de ellos. Existen en internet numerosas herramientas de análisis a un coste muy bajo.
- Es emocional, busca crear contenidos que estén vinculados con los usuarios por experiencias propias o emociones, con los que se sientan identificados.
- Es medible, ya que permite el desarrollo de herramientas de análisis que permiten obtener información de calidad prácticamente al instante.

### ***2.1.2 Aspectos fundamentales para la planificación del marketing digital***

A continuación se explicará el uso que actualmente hacen los españoles de internet, qué dispositivos usan, etc. Lo que es fundamental para la planificación del marketing digital y para conocer cuál será su evolución.

En el XIX Informe de Navegantes realizado por la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) se explican algunos datos relevantes que se deberán tener en cuenta para desarrollar una buena estrategia de marketing digital y conocer su avance:

En primer lugar, cabe destacar el hecho de que por primera vez el dispositivo de acceso a internet más utilizado es el teléfono móvil, con un 37,7% frente al ordenador de sobremesa y portátil que disminuyen hasta un 31,8% y 24,3% respectivamente.

Una vez que el usuario accede a internet, el 42,6% de los navegantes afirman que pasan más de 4 horas diarias en la red.

Los servicios de mensajería instantánea y de almacenamiento en la nube continúan haciéndose cada vez más populares entre los usuarios, aumentando su consumo con respecto al año anterior en un 10,7%; en este ámbito, WhatsApp continúa siendo el más utilizado, seguido de Facebook Chat y Skype.

La aparición de internet y su evolución ha modificado también los hábitos de consumo de medios de las personas, de forma que actualmente en España el 45,2% de los encuestados únicamente leen los periódicos en sus versiones digitales, perdiendo así mucha fuerza la versión impresa más tradicional. Esto también puede extenderse a los oyentes de radio y espectadores televisivos, que ya no necesitan de una radio o una televisión, únicamente un dispositivo con acceso a internet a través del cual pueden consumir una amplia gama de contenidos.

En cuanto a las redes sociales, estas continúan adquiriendo más y más fuerza, casi un 80% de los encuestados por la AIMC afirman haber accedido a redes sociales en el día de ayer, siendo las más utilizadas Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Google + y Pinterest. Es por ello que actualmente es muy importante la presencia de las marcas en estos espacios, considerados además menos intrusivos por los consumidores.

Por último, para comprobar la importancia de internet en los días que corren, en este informe preguntaron a los encuestados algo que no pudiera faltarles para vivir, contestando el 76,4% de ellos “Internet”.

## ***2.2 Conceptualización del marketing social***

Actualmente, en un mundo dominado por el consumismo las personas se sienten constantemente invadidas por estímulos procedentes de miles de empresas que intentan ser las elegidas por los consumidores, es por ello que el marketing adquiere cada vez peor fama en la sociedad, y es valorado negativamente por los consumidores, lo que evidencia la necesidad de un cambio para que las empresas se comporten cada vez de la forma más ética posible, entendiendo que toda la sociedad en su conjunto debe ser beneficiada de su actividad (Smith y Quelch, 1993).



Esta desigualdad entre empresa y consumidor, en la que la empresa posee la posición dominante, desemboca según García (2000) en la proliferación del consumerismo, un movimiento que surge para la protección de los consumidores, su defensa y evitar así un abuso de poder por parte de las empresas. Se evidencia, por tanto, la necesidad de que el marketing asuma sus responsabilidades sociales y las empresas adquieran de este modo comportamientos más éticos respetando y generando valor para la sociedad.

Además de todo lo anterior, las empresas se enfrentan a una enorme competitividad en un mercado que, con la revolución tecnológica, se ha vuelto global; los clientes son cada vez menos fieles, y están informados por lo que son más exigentes con las marcas que eligen. Todo ello hace necesario para las empresas encontrar nuevas ventajas competitivas y diferenciarse de sus competidores y el marketing social y una actitud más ética podría ser un elemento clave en este sentido (Alonso Vázquez, 2006).

Ya en 1986 Brown expresó algunas de las razones que motivarían al crecimiento del marketing social, siendo fundamentalmente las siguientes:

- Aumenta la necesidad por parte de organizaciones sin ánimo de lucro de poner en práctica los conocimientos que ofrece el marketing de servicios.
- El marketing, generalmente, es percibido negativamente por parte de la sociedad.
- Nacen numerosas teorías conductuales.
- El marketing está cada vez más orientado hacia distintas teorías.
- El marketing social es percibido positivamente por la sociedad.

Desde hace más de 40 años, distintos autores han ido elaborando numerosas definiciones acerca de lo que el marketing social es, a continuación se expone la evolución de este concepto desde distintos puntos de vista.

Kotler y Zaltman (1971) elaboraron una de las primeras definiciones del marketing social, que fue publicada en el *Journal of Marketing*:

*“El marketing social es el diseño, implementación y control de programas dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planificación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados”.*

Posteriormente, Andreasen (1994) publica una definición más moderna del marketing social, que además está más enfocada al ámbito empresarial, y no solo a las organizaciones no lucrativas y gobiernos:

*“El marketing social es la adaptación del marketing comercial a los programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia neta, con el fin de mejorar su bienestar y el de la sociedad en general, por medio del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales. Debe incitar un comportamiento voluntario en el consumidor, sin perder de vista que lo primero que es necesario buscar es el beneficio del individuo, de sus familiares, el de la sociedad y no el de la organización que implementa los programas sociales”.*

Un año más tarde, Bloom y Novelli (1995) publican una definición algo más simplificada de lo que es el marketing social:

*“El marketing social de una corporación es una iniciativa en la cual el personal de marketing trabaja con devoción y esfuerzo con el fin de persuadir a la persona de que adopte un comportamiento en beneficio propio y de la sociedad”.*

Todas estas definiciones darían paso, posteriormente, al concepto de marketing social corporativo, ahora sí ubicado totalmente en el marco empresarial. De esta forma, Kotler (citado en Alonso, 2006) proporciona la siguiente definición para el marketing social corporativo:

*“Las actividades que desarrolla una empresa o sector con el objetivo de lograr el compromiso de los consumidores hacia un determinado comportamiento de interés social, favoreciendo, al mismo tiempo y de forma directa, los intereses de la empresa en cuanto a su posición en el mercado y a su imagen”.*

El marketing social corporativo supone un nuevo panorama en el que se crea una nueva forma de relación entre las empresas, organizaciones sin ánimo de lucro y sociedad, dando lugar a una situación en la que las marcas son las que deben adaptarse a las necesidades sociales del público. Debe entenderse que no son simplemente acciones filantrópicas, sino que es necesario llegar a un equilibrio entre los intereses de las empresas y de la sociedad, logrando el beneficio mutuo, superando así esa etapa en la que las empresas únicamente buscaban su beneficio económico (Alonso, 2006).

La aplicación de este tipo de marketing social corporativo, hacen posible para las empresas la mejora de su imagen corporativa, pero también la posibilidad de generar nuevos negocios, lo que se traduce en un incremento de los beneficios a largo plazo, y todo ello a la vez que generan beneficios para la sociedad (Giuliani et al., 2012, Alonso, 2006).

Para comprender las diferencias entre las distintas especialidades del marketing social, se ha elaborado la siguiente Tabla 2, basada en las explicaciones de Moliner (1998):

<b>Tipo de marketing</b>	<b>Qué vende</b>	<b>Actividad</b>	<b>Quién lo practica</b>
<b>Marketing social</b>	Ideas	Lucrativa o no lucrativa	Público o privado
<b>Marketing público</b>	Bienes, servicios e ideas	No lucrativa	Público
<b>Marketing de ONG</b>	Bienes y servicios	No lucrativa	Privado
<b>Marketing político</b>	Ideas	No lucrativa	Público o privado
<b>Marketing de comercio justo</b>	Bienes	Lucrativa y no lucrativa	Privado
<b>Marketing con causa</b>	Ideas	Lucrativa	Privado
<b>Marketing social corporativo</b>	Ideas	Lucrativa	Privado

Tabla 2: diferencias entre las distintas especialidades del marketing social.

Fuente: elaboración propia a partir de Moliner (1998), Ramos e Silva y Periañez (2003).

Esta tabla podría resumir todas las definiciones del marketing social explicadas con anterioridad, de forma que queda claro que la evolución de marketing social al marketing social corporativo implica el concepto de lucro, ya que aunque colaborando para mejorar la sociedad en la que operan, las empresas buscan también su propio beneficio, ya sea en términos de beneficios económicos, de imagen, etc.

En este sentido, la aplicación de este tipo de marketing supone beneficios, como ya hemos mencionado, es por tanto que el marketing social corporativo incluye, según Alonso (2007), las siguientes ventajas:

- Supone apoyar activamente una causa social y/o cultural.
- Posibilita el reforzamiento de la imagen de marca a través del posicionamiento por valores, lo que se traduce también en una mejor eficacia publicitaria.
- Utiliza las relaciones públicas para generar presencia en los medios de comunicación, lo que favorece la creación de una opinión pública favorable hacia la marca, que puede traducirse en credibilidad de la misma.

- Personalización de la relación con el consumidor gracias al vínculo que se genera, de forma que el consumidor se siente más unido e identificado con la marca.
- El punto anterior supone la obtención de datos y por tanto una mayor facilidad para emplear el análisis de mercado.
- En ocasiones, las actividades de promoción de ventas son más efectivas porque parte de los beneficios obtenidos se invierten en apoyar causas sociales.
- Por último, la aplicación de este tipo de marketing motiva al consumidor para la compra, porque la solidaridad es un factor clave cuando no existe diferenciación con otro producto similar.

Finalmente, se expondrán algunos ejemplos de este tipo de marketing para que quede así más claro su concepto, y entender cómo se lleva a la práctica.

El primero de ellos es el caso de AT&T, una empresa de telecomunicaciones estadounidense. En esta ocasión se relaciona el acto de consumo del cliente, con una donación directa por parte de la empresa, de forma que ambas partes ganen con la transacción. AT&T realiza una donación de un dólar a “The Arbor Day Foundation” (una organización sin ánimo de lucro que se encarga de cuidar de bosques y reforestarlos) si los consumidores que realizan una compra rechazan recibir la factura en papel para que se la envíen online, a través de un correo electrónico. De esta forma, se reduce el consumo de papel beneficiando así a la sociedad, contribuyendo a disminuir la tala de árboles, y por otro lado la empresa también se beneficia, ahorrando en los costes que le supone la impresión de las facturas y mejorando notablemente su imagen con el medioambiente (Giuliani et al. 2012).

El segundo es el caso de Coca-Cola, empresa que comenzó a disminuir su presupuesto para las causas sociales, por lo que era necesario escoger muy bien en cuáles de ellas participaría, que además debería suponer un impacto positivo para la sociedad, y a largo plazo reportar beneficios a la empresa. Coca-Cola se centró entonces en el ámbito de la educación, más concretamente en Costa Rica. Un estudio desveló que en este país, donde Coca-Cola vendía sus productos, la educación era una necesidad, pues en numerosas zonas afectadas por el riesgo de exclusión social, la alfabetización de su población era muy baja. De esta forma, y para fomentar el amor por la lectura, Coca-Cola puso en marcha una campaña titulada “Leer es mágico”, a través de la cual se donaron más de 40.000 libros y se reformaron muchas de las bibliotecas del país, lo que llegó hasta tal punto que la empresa involucró al Ministerio de Educación del país para que estuviera totalmente comprometido con la causa e implementara más programas de lectura en las escuelas públicas. Gracias a esta acción de Coca-Cola miles de

estudiantes costarricenses se han visto beneficiados, además de reforzar así la imagen de la marca (Metzger et al. 2010).

### **3. MARCO EMPÍRICO: REVISIÓN SISTEMÁTICA A LA LITERATURA**

El enfoque conocido como Revisión Sistemática de la Literatura (en adelante SLR) supone una gran importancia a la hora de realizar búsquedas en fuentes literarias. Esta herramienta también se denomina en determinados contextos como Revisión Sistemática (en adelante RS) (Boell y Cecez-Kecmanovic, 2014).

La Revisión Sistemática de la Literatura permite identificar, evaluar e interpretar las investigaciones y trabajos realizados por los investigadores y profesionales de cierta área de conocimiento (Fink, 1998).

Este método surge en los años noventa, aplicado al campo de la medicina (Boell y Cecez-Kecmanovic, 2015), pero poco a poco se ha ido extendiendo al área de las ciencias sociales.

Como ejemplo de lo anterior, Ramírez y García (2005) realizan una revisión sistemática sobre la implantación de sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP), partiendo de 168 artículos científicos y analizándolos con una metodología previamente diseñada, obteniendo así como conclusiones que: (1) Las publicaciones relacionadas con los ERP están creciendo, (2) La mayoría proceden de revistas de sistemas de información, (3) El estudio de caso es el más utilizado y (4) Son las multinacionales las que estudian mayormente los ERP.

Continuando con las RSL aplicadas a las ciencias sociales, González-Díaz et al. (2016) estudiaron la relación entre la cultura nacional y el crecimiento internacional de una empresa, partiendo en ese caso de 171 artículos publicados en revistas científicas internacionales. La metodología seguida por estos autores, consiste en primer lugar en la identificación las revistas más importantes y las bases de datos en las que buscaron la información, en segundo lugar limitaron estas búsquedas, determinando criterios de inclusión y exclusión, posteriormente clasificaron los artículos encontrados por temática o línea de investigación, y finalmente obtuvieron conclusiones, las más importantes fueron: (1) La existencia de una oportunidad de investigación en el ámbito revisado, (2) Las investigaciones estaban sesgadas de forma que la mayoría de estudios se realizan sobre empresas de occidente, principalmente Europa y EEUU, y (3) La existencia de una necesidad de realizar un mayor número de investigaciones cualitativas y empíricas.

Además de las ciencias sociales, actualmente la RSL se está mezclando con la ingeniería de software, y esta unión es cada vez más popular, como así lo indican ciertos estudios realizados (Barbara Kitchenham et al., 2009, 2010), lo que permite ir un paso por delante de las revisiones narrativas más tradicionales; un ejemplo reciente de ello es el estudio realizado por Martínez y Moyano (2017) titulado “Aprendiendo a Enseñar Lean Management mediante Juegos: Revisión Sistemática de la Literatura” en el que realizan una revisión de los métodos de aprendizaje basados en juegos, con la finalidad de poder introducirlos en las aulas. Para ello se establecieron unos objetivos y pregunta de investigación; posteriormente se seleccionaron los criterios de búsqueda, inclusión y exclusión; se realizó la búsqueda y se clasificaron los resultados por revista y por los tópicos principales; finalmente se llegó a la conclusión de que es un ámbito poco estudiado, detectando por tanto, una necesidad de investigación.

La RSL permite realizar un análisis y clasificación de todo el material literario existente acerca de un determinado tema (Rooney et al., 2014).

Sin embargo, este tipo de revisiones no serán útiles o apropiadas cuando la pregunta de investigación sea demasiado general, o por el contrario demasiado reducida, ya que no habría estudios o artículos académicos suficientes para realizar una revisión sistemática (Petticrew y Roberts, 2006).

La RSL se basa en identificar las publicaciones científicas existentes acerca de un determinado tema, de forma que éstas no se analizan en su contenido, sino que se centra en cuantificar cuántas publicaciones existen que pongan en relación los temas tratados a partir del recuento de las mismas (Ferreiro Aláez, 1993).

El objetivo, por tanto, de la RS es identificar y resumir la información existente sobre un tema, de forma que la información es evaluada intentando encontrar áreas no estudiadas para realizar futuras investigaciones (Mentzer y Kahn, 1995; Harland et al., 2006; Seuring y Müller, 2007, 2008)

Según Alvesson y Sandberg (2011), hoy en día la revisión sistemática a la literatura supone obtener una visión general, una síntesis y una valoración crítica de publicaciones científicas realizadas con anterioridad para así lograr conocer y plantear nuevos problemas de investigación.

Siguiendo a Codina (2015), las características de la Revisión Sistemática son:

- **Sistemática:** no es arbitraria, ni relativa, sino que permite buscar concienzudamente las mejores fuentes de información disponibles.

- **Completa:** se utilizan fuentes de información de calidad, a las que se tiene acceso a nivel internacional, sin incluir o excluir otras publicaciones que no sigan la metodología especificada.
- **Explícita:** cuando se realizan este tipo de revisiones, es necesario mostrar los criterios de búsqueda, inclusión y exclusión utilizados.
- **Reproducible:** gracias a que es sistemática y explícita. Esto supone que cualquier investigador puede volver a realizar el mismo proceso de búsqueda, siguiendo la metodología utilizada, y comprobar si llega a los mismos resultados.

Todas estas características suponen la creación de un protocolo que permite identificar, seleccionar, evaluar y sintetizar la evidencia en la literatura. Este protocolo supone la estandarización del proceso, de forma que sea explicable, transparente, objetivo, imparcial y preciso (Oates, Edwards, y Wainwright, 2012; Okoli y Schabram, 2010).

La tabla 3 permite conocer las ventajas y desventajas que implica una RSL:

Ventajas	Desventajas
Buena metodología → Resultados de la revisión poco sesgados	Mayor esfuerzo que una revisión tradicional de bibliografía
Proporciona información sobre efectos de un fenómeno gracias a métodos empíricos	Un mal diseño de la revisión implica sesgos
Posibilidad de emplear el meta-análisis → mayor probabilidad de encontrar efectos reales	Limitadas por la cantidad y calidad de los estudios previamente realizados que son analizados en la revisión
Combinación de información de distintas fuentes → mayor consistencia	

Los resultados son trasladables a otros ámbitos	
Posibilidad de encontrar áreas no investigadas	

Tabla 3: ventajas y desventajas de una RSL.

Fuente: elaboración propia a partir de Kitchenham y Charters (2007), Emparanza y Urreta (2005), Letelier et al. (2005)

Tal y como muestra la tabla 1, son mucho más numerosas las ventajas que las desventajas de usar una RSL; a continuación, en la tabla 4 se detallan las diferencias existentes entre una revisión narrativa y una revisión sistemática:

<b>Característica</b>	<b>Revisión narrativa</b>	<b>Revisión sistemática</b>
<b>Pregunta de interés</b>	No estructurada	Estructurada, el problema está bien definido
<b>Búsqueda de fuentes de información</b>	No detallada, no sistemática. Probabilidad de sesgo	Detallada, sistemática y explícita.
<b>Selección de artículos</b>	No hay un criterio, no puede reproducirse. Probabilidad de sesgo	Se selecciona en base a criterios explícitos. Aplicación uniforme de criterios de inclusión/exclusión
<b>Evaluación de la calidad de los estudios</b>	No existe	Valoración crítica



<b>Síntesis</b>	Resumen cualitativo y subjetivo	Resumen cualitativo y cuantitativo (uso de estimadores estadísticos)
<b>Interpretación</b>	Muy pocas veces se basa en la evidencia	Generalmente se basa en la evidencia

Tabla 4: diferencias entre revisión sistemática y revisión narrativa.

Fuente: elaboración propia a partir de Martín (2014)

Para la correcta realización de una RSL los investigadores han de completar una serie de pasos establecidos previamente en la literatura. Ya desde 1995, Chalmers y Altamn determinan a modo de primera aproximación los principales pasos a seguir en las RSL. Concretamente, estos autores especifican que para una buena RSL es fundamental que:

- La pregunta de investigación esté claramente definida, y se incorporen criterios de inclusión y exclusión que permitan seleccionar y evaluar las publicaciones científicas que se vayan encontrando.
- Se dirijan los esfuerzos a encontrar publicaciones que permitan responder a la pregunta de investigación.
- Se utilicen los criterios de inclusión y exclusión para descartar o no las publicaciones que se encuentren, de forma que estos criterios hayan sido previamente definidos.
- Se resuman los resultados obtenidos y la difusión del estudio en bases de datos, revistas científicas, etc.

En la siguiente figura 1 se muestran de forma esquematizada los pasos a seguir para realizar una RSL:

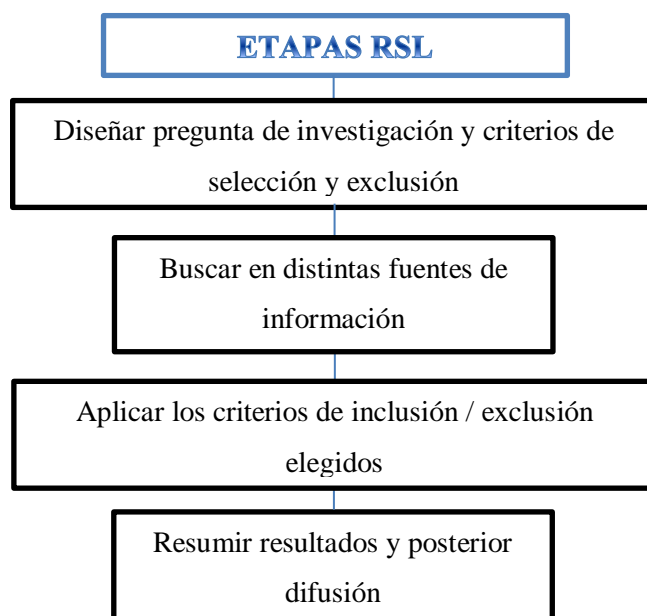


Figura 1: pasos de una RSL.

Fuente: elaboración propia a partir de Chalmers y Altman (1995)

Es importante destacar, siguiendo a Okoli (2007), que todo el proceso llevado a cabo para desarrollar una revisión sistemática debe ser lo más transparente posible, de esta forma el estudio será más creíble, y las personas que consulten la revisión podrán evaluar la calidad de la misma, y decidir si confiar o no en la veracidad del estudio.

Dada la existencia de numerosos autores que han definido de diferente forma los pasos a seguir, en este trabajo en concreto se basará en las etapas especificadas en el trabajo realizado por Kitchenham y Charters (2007), de forma que serán las siguientes:

1. Definir la pregunta de investigación, que pretenderá relacionar los conceptos de marketing digital y marketing social.
2. Diseñar la estrategia de búsqueda, en distintas bases de datos que nos permitan encontrar información de calidad.
3. Seleccionar los trabajos que respondan mejor a la pregunta de investigación.
4. Extraer los datos correspondientes a los trabajos seleccionados.
5. Sintetizar y resumir los datos extraídos.

#### 4. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

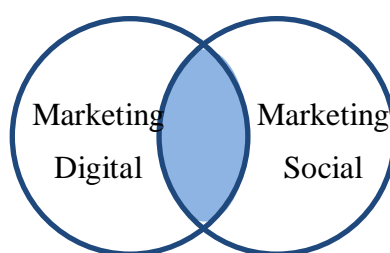


Figura 2: pregunta de investigación.

Fuente: elaboración propia.

Esta revisión sistemática intenta conocer qué relación existe entre marketing digital y social, y por ello se pretende encontrar repuesta para la siguiente pregunta de investigación:

**RQ1:** ¿Cuáles son los principales trabajos que estudian el marketing digital desde la perspectiva del marketing social?

## 5. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA

La estrategia de búsqueda se ha diseñado siguiendo la propuesta por Wen et al. (2012), en la que se incluyen los siguientes pasos: determinación de los términos de búsqueda, de los recursos literarios y del proceso de búsqueda.

### *5.1 Determinación de los términos de búsqueda*

Para la determinación de los términos de búsqueda, se han escogido fundamentalmente aquellos que tienen una mayor relación con la pregunta de investigación propuesta, que en este caso son “*marketing digital*” y “*marketing social*”, y a partir de ahí se han ido determinando términos relacionados que se han ido extrayendo de las palabras clave de los principales artículos en este ámbito.

Como ya se ha explicado, a partir de los dos términos principales se identificaron sinónimos y otros términos derivados, además de utilizar muchos de ellos tanto en español como en inglés.

De esta forma, la búsqueda se ha llevado a cabo mediante la introducción de términos por parejas en distintas bases de datos, para lograr encontrar así aquellos artículos que permitan conocer la relación entre el marketing digital y el social. Además, la búsqueda se ha centrado únicamente en artículos académicos que incluyeran los términos introducidos en el resumen del texto.

Los términos utilizados en la búsqueda han sido los siguientes:

- Marketing Digital
- Marketing Social
- Social Media
- Digital Marketing
- Social Marketing
- E-marketing
- Digital Communications

A partir de estos términos se crearon una serie de combinaciones entre ellos que se introdujeron en las bases de datos utilizadas para intentar encontrar los resultados que más se adecuaban al trabajo. Las combinaciones de términos son:

1. Marketing Digital + Marketing Social
2. Social Media + Digital Marketing

3. E- Marketing + Social Marketing
4. Digital Communications + Social Marketing

### ***5.2 Recursos literarios utilizados***

Para buscar publicaciones que permitan relacionar los dos temas principales de esta revisión se han utilizado las bases de datos online “*Abi Inform*” y “*Scopus*”.

Por una parte, ambas bases de datos están recogidas en el artículo “Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía” de Medina-López et al. (2010); en dicho artículo se proponen distintas bases de datos de calidad para encontrar diferentes tipos de documentos que sean necesarios consultar para la elaboración de una revisión sistemática de la literatura.

Como ya se ha mencionado, y siguiendo el trabajo realizado por Arana-Solares et al. (2011), *Abi Inform* será la primera de las bases de datos que se tendrán en cuenta para la realización de esta revisión.

Por otra parte, la Guía para escribir revisiones sistemáticas de la Universidad Nacional de Colombia (2015) recoge *Scopus* como una de las principales bases de datos a utilizar, debido a que incluye más de 219.000 títulos de más de 5.000 editoriales científicas, lo que la convierte en un importante recurso a tener en cuenta.

Además de estas dos, se utilizará también las base de datos EBSCO, para lograr realizar así un trabajo lo más completo posible. Dicha base de datos posee más de 70 años de experiencia en el sector, procurando siempre la innovación, actualización y la satisfacción de las necesidades de investigación de los clientes.

### ***5.3 Proceso de búsqueda***

Las búsquedas se han llevado a cabo en tres bases de datos diferentes, como ya se ha mencionado dichas bases son *Abi Inform*, *Scopus* y EBSCO. Las tres proporcionadas por la biblioteca de la Universidad de Cádiz.

#### **Abi Inform**

Para realizar las búsquedas en esta base de datos, se ha utilizado la herramienta “búsqueda avanzada” que permite buscar relacionando dos términos. En este caso, se buscaron todas las parejas de términos especificadas en apartados anteriores, utilizando la opción “AND” del buscador, para así encontrar documentos que incluyeran ambas palabras. Además, se realizó la

búsqueda de los términos en el resumen de los textos (AB) para que ningún artículo relevante para esta revisión pasara por alto.

Posteriormente se procedió a filtrar únicamente para artículos y artículos principales, y una vez que se obtienen los resultados de búsqueda se restringe únicamente a revistas científicas, buscando de esta forma obtener información de calidad.

En total, sumando todas las búsquedas de los distintos pares de términos, se obtuvieron 481 resultados, que se reducirán posteriormente siguiendo los criterios de inclusión / exclusión especificados.

### **Scopus**

En el caso de Scopus, se ha seguido un proceso de búsqueda bastante parecido al de Abi Inform, ya que la interfaz de ambas bases de datos es muy similar.

En primer lugar se debe seleccionar la opción de “document search” que hace referencia a búsqueda de documentos, dentro de esta herramienta se procede a la introducción de los términos por parejas tal y como se ha hecho también en Abi Inform. Los términos se introducen utilizando el símbolo más, que permite añadir más de un término de búsqueda, y al igual que en Abi Inform se utiliza la opción “AND” para encontrar así publicaciones que relacionen los términos en los que estamos interesados.

Una vez se hayan introducido los términos, se selecciona la opción de “Abstract”, al igual que en Abi Inform, que selecciona únicamente los trabajos que incluyan los términos introducidos en el resumen del texto, para lograr la mayor precisión posible y acotar el número de trabajos.

Por último se limita la búsqueda a artículos únicamente.

En este caso, sumando todas las búsquedas se obtuvieron un total de 473 artículos, que luego se procesarán según los criterios establecidos para la inclusión y exclusión de artículos.

### **EBSCO**

El proceso de búsqueda de esta base de datos es bastante similar al de las dos vistas anteriormente, basado en la búsqueda por palabras clave y con la posibilidad de filtrar.

En primer lugar, introducimos las parejas de términos a buscar, con la opción “AND” que permite añadir más de un término. A continuación limitamos esta búsqueda al igual que en los casos anteriores a resumen (AB).

Finalmente se limita la búsqueda a publicaciones académicas al igual que en los buscadores anteriores.

En total se han obtenido 192 resultados procedentes de la búsqueda de las parejas de términos, a los que posteriormente se aplicarán los criterios de inclusión y exclusión.

#### ***5.4 Criterios de inclusión y exclusión***

Para poder realizar una correcta selección de los trabajos hay que recurrir a los criterios de inclusión y exclusión. Dichos criterios permiten eliminar el riesgo de sesgo, de forma que sea más fácil identificar los artículos que contienen información relevante; algunos de los criterios a tener en cuenta para la selección de trabajos son: el idioma de las publicaciones, el año de publicación o si contienen ciertas palabras clave (Hochrein et al. 2015). Además de estos criterios, pueden utilizarse algunos más que permiten excluir estudios, como pueden publicaciones de ser ciertas editoriales o aquellas publicaciones que se basen en la opinión de expertos (Varela, 2012).

Según Kitchenam y Charters (2007), además de los citados anteriormente, algunos criterios relevantes para incluir o excluir publicaciones podrían ser el diseño de la investigación, el método de muestreo o los participantes en la investigación.

A partir de lo anterior, los criterios de inclusión para el estudio que estamos realizando son: en cuanto a la cronología, aquellos artículos publicados de 1990 hasta 2017, con el fin de encontrar las primeras relaciones que se hicieron en la literatura de estos dos conceptos. Se incluirán también los artículos en inglés y español (Echeverri y Cruz, 2014). En cuanto al tipo de publicación, la revisión únicamente se ceñirá a revistas científicas (David y Han, 2004). Por último, la selección de artículos únicamente incluirá aquellos que sean primarios (Guinea, Nain, y Le Traon, 2016).

En cuanto a criterios de exclusión, se eliminarán los artículos que los buscadores hayan encontrado por duplicado; a continuación tampoco podrán seleccionarse: aquellas publicaciones que no se adecuen ni a la fecha ni al idioma, ni al tipo de publicación especificado en los criterios de inclusión; los artículos que no estén disponibles en internet para su consulta (Rocha et al., 2013), de forma que un investigador que desee replicar el estudio pueda hacerlo; no podrán incluirse artículos no relacionados con las palabras claves de este estudio (Hochrein et al. 2015); y finalmente tampoco se seleccionarán aquellos artículos que contengan opiniones de expertos (Varela, 2012).

En la siguiente tabla 5 se muestra un resumen de los criterios de inclusión y exclusión explicados anteriormente:

<b>Criterios de inclusión</b>	<b>Autores</b>	<b>Criterios de exclusión</b>	<b>Autores</b>
Artículos publicados entre 1990 y 2017		Publicaciones duplicadas	
Artículos en inglés y español	Echeverri & Cruz, 2014	Artículos en otros idiomas	Echeverri & Cruz, 2014
Revistas científicas	David & Han, 2004	Artículos publicados antes de 1990	
Artículos primarios	Guinea, Nain, & Le Traon, 2016	Otro tipo de publicaciones	David & Han, 2004

		Artículos no disponibles en internet	Rocha et al., 2013
		Artículos no relacionados con las palabras clave	Hochrein et al. 2015
		Artículos que contienen opiniones de expertos	Varela, 2012

Tabla 5: criterios de inclusión y exclusión.

Fuente: elaboración propia a partir de autores mencionados.

### 5.5 Proceso de selección de trabajos

Una vez realizadas las búsquedas, y antes de aplicar criterios para seleccionar los trabajos, se obtuvo el número de estudios según las bases de datos usadas, que se muestran en la tabla 6:

Abi Inform	Scopus	EBSCO
481	473	192
Total: 1146 artículos		

Tabla 6: resumen de trabajos por base de datos.

Fuente: elaboración propia.

En total se han obtenido 1146 trabajos, previamente a la eliminación de los duplicados, para posteriormente pasar a trabajar con ellos.

A continuación se procede a aplicar los criterios de inclusión y exclusión que se han explicado con anterioridad para obtener el número de publicaciones que serán válidas para esta revisión, reduciendo así el número de publicaciones que posteriormente analizaremos.

La aplicación de dichos criterios se hará de forma manual, utilizando el programa informático Microsoft Excel para ordenar los artículos encontrados y leyendo los resúmenes de los textos y sus palabras claves para descubrir si están relacionados con la temática que en este estudio se aborda, y a partir de ahí eliminando aquellos que no sean útiles porque no cumplan con los criterios de inclusión establecidos.

El primer criterio que se utilizará será la eliminación de las publicaciones duplicadas en las búsquedas tanto de distintos términos en la misma base de datos, como de las publicaciones que



hayan aparecido para un mismo par de términos en las dos bases de datos utilizadas. Una vez realizada la criba, obtenemos un total de 458 artículos, de los que se continuarán eliminando aquellos que no cumplan con el resto de criterios establecidos.

A continuación se procesarán los datos según el criterio del idioma, de forma que solo serán válidos aquellos artículos que estén publicados en inglés o en español, eliminando el resto de publicaciones en otros idiomas. Se han encontrado publicaciones en checo, croata, portugués, polaco, francés, etc. Y todas ellas han sido descartadas, de forma que tras esta criba quedan 439 artículos.

Posteriormente se continuará con la aplicación de criterios, como los años de publicación, la eliminación de los que contengan opiniones de expertos, etc.

Una vez aplicado el resto de criterios, se procede a comprobar si los artículos restantes están relacionados con las palabras clave, y para eso es necesario leer los *abstract* o resúmenes uno por uno, descubriendo que la mayoría de ellos están relacionados con la medicina, el turismo, o que en ningún caso permiten encontrar esa relación existente entre marketing digital y marketing social, de forma que el número de artículos que se adecuan a la investigación se reducen bastante y únicamente existirían 73 artículos válidos que serán posteriormente sometidos a una última criba basada en los criterios de calidad que se establezcan.

Para esta revisión sistemática se establecerán en total siete preguntas que permitirán evaluar la calidad del estudio basándonos en los criterios utilizados anteriormente por Dybå y Dingsøyr (2008) que permiten medir la exactitud y fiabilidad con la que se hace un estudio. Se elimina la pregunta acerca de si el estudio es empírico porque en esta revisión nos resultarán útiles los trabajos tanto empíricos como teóricos, por tanto en vez de ocho preguntas nos encontramos ante siete criterios de calidad.

Los criterios de calidad se especifican en la siguiente tabla 7, además de los autores que los propusieron:

Preguntas	Autores
1 ¿Están los objetivos de la investigación claramente definidos?	Dybå y Dingsøyr, 2007
2 ¿Existe una descripción adecuada del contexto en el que se llevó a cabo la investigación?	Dybå y Dingsøyr, 2007

3 ¿El método o metodología de investigación fue apropiado para abordar los objetivos de la investigación?	Kitchenham y Bereton, 2013
4 ¿Fue el análisis de datos suficientemente riguroso?	Kitchenham y Bereton, 2013
5 ¿Están claramente definidos los resultados de la evaluación?	Kitchenham y Bereton, 2013
6 ¿Se analizan explícitamente las limitaciones del estudio?	Wen et al., 2012
7 ¿Es el estudio de valor para la comunidad científica y la comunidad empresarial?	Wen et al., 2012; Kitchenham y Bereton, 2013

Tabla 7: criterios de calidad.

Fuente: elaboración propia a partir de los autores mencionados.

Según Wen et al. (2012) cada una de las preguntas tiene tres posibles respuestas y cada una de ellas una valoración numérica de forma que son las siguientes: “sí” = 1, “no” = 0 y “parcialmente” = 0,5. Cuando todos los estudios han pasado por esta evaluación, se suman las puntuaciones que han obtenido en cada pregunta.

Una vez obtenidas todas las puntuaciones, Guinea et al. (2016) establecieron que los artículos que efectivamente serían seleccionados para formar parte de la muestra final serían aquellos que tuvieran una puntuación a partir de 4 puntos, es decir, la mitad del total posible, pero en nuestro caso, al poder utilizar únicamente siete de las ocho preguntas, el máximo total a alcanzar sería una puntuación de 7 puntos, por lo que establecemos la mitad en 3.5, seleccionando así todos los artículos que igualen o superen esta puntuación.

Tras someter los 73 artículos que obtuvimos a este proceso, nos quedamos únicamente con un total de 50 eliminando 23 de los cuales 8 fue porque no se pudo encontrar el texto en internet de forma gratuita, y a través de los recursos bibliográficos proporcionados por la Universidad de Cádiz.

Todo el proceso de búsqueda y selección de trabajos que se ha llevado a cabo en esta revisión sistemática puede verse resumido en la siguiente figura 3:

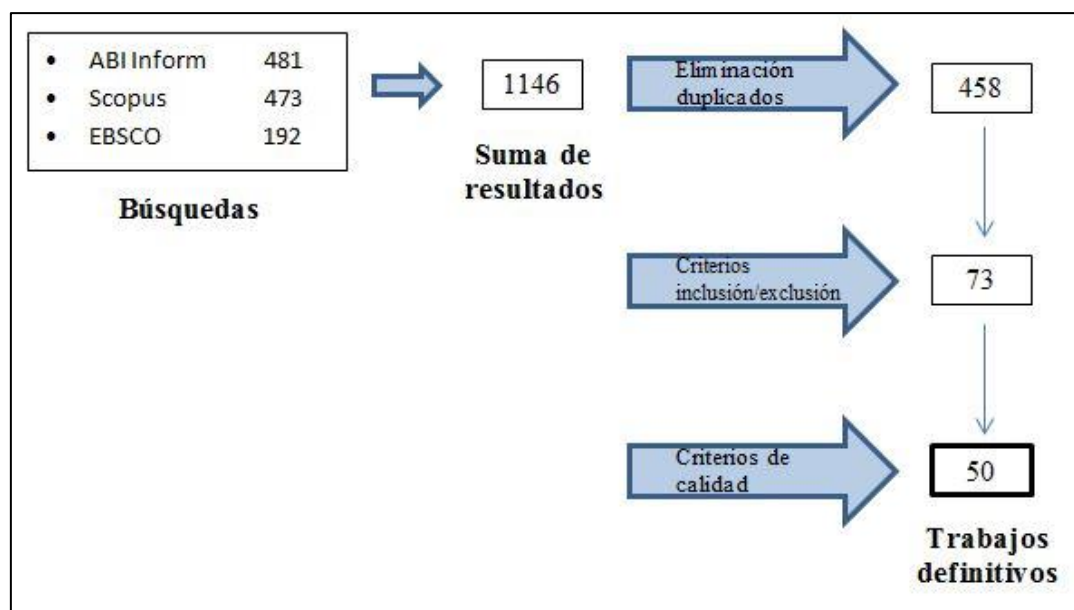


Figura 3: resumen proceso de búsqueda y selección de trabajos.

Fuente: elaboración propia.

Una vez obtenidos los trabajos definitivos con los que se va a trabajar, se pasa al análisis de los mismos por criterios como: año, idioma, revista, autor, base de datos de la que procede el artículo, etc. No tendría sentido por ejemplo clasificar por tipo de publicación, ya que en los criterios de inclusión se especifica que todas ellas son artículos en revistas científicas.

## 6. ANÁLISIS

### *6.1 Número de publicaciones por año*

A continuación se analizará el número de artículos según el año de su publicación, en el gráfico 1:

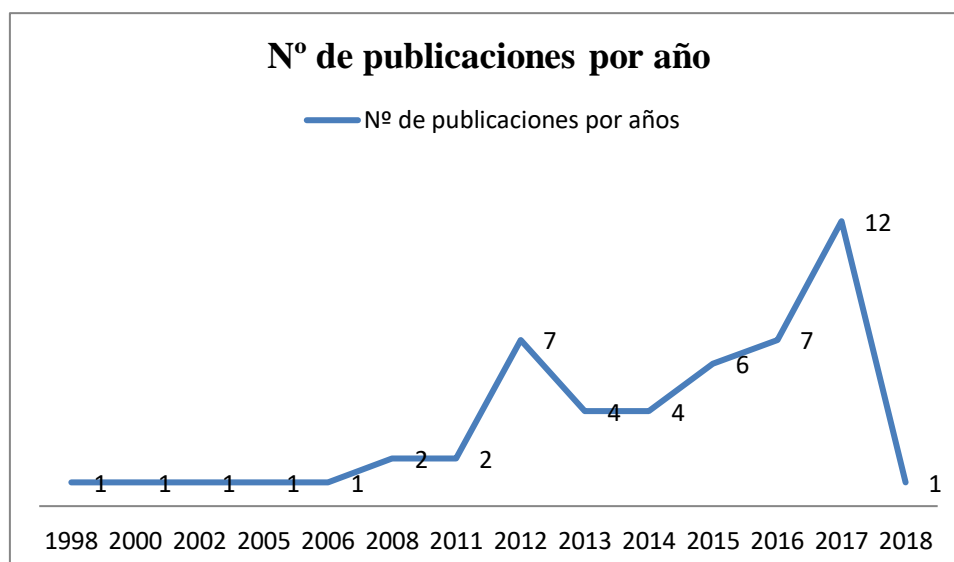


Gráfico 1: número de publicaciones por años.

Fuente: elaboración propia.

En el gráfico se puede observar como hasta el año 2008 únicamente se encuentra una publicación por año que permita relacionar los tópicos que en este trabajo se investigan. Es a partir de ese año cuando las publicaciones comienzan a incrementar, llegando a un máximo relativo en 2012 con 7 publicaciones y pasando al máximo absoluto en el pasado año 2017 con un total de 12 publicaciones.

La distribución de este gráfico está totalmente justificada por el avance de las nuevas tecnologías al que está sometido la sociedad, que ha sido incluso más notable en estos últimos años, y que cada vez va más deprisa provocando que las distintas áreas de conocimiento y de trabajo tengan que adaptarse surgiendo nuevas disciplinas como el marketing digital.

## ***6.2 Publicaciones según el idioma***

A continuación se analizarán las publicaciones según los idiomas que se especificaron en los criterios de inclusión, que únicamente eran los artículos en español y en inglés, en el siguiente gráfico 2:



Gráfico 2: publicaciones según el idioma.

Fuente: elaboración propia.

La gran mayoría de los artículos están redactados en inglés, dejando únicamente un 4% de ellos al idioma español. La razón de esto podría ser que conceptos como el marketing digital son muy nuevos, y suelen ser desarrollados e investigados en países de habla inglesa como Estados Unidos. Por otra parte, también se debe tener en cuenta que el inglés, además de ser uno de los idiomas más utilizados, es la segunda lengua de muchísimas personas en el mundo, y una forma de que gente de distintos países y culturas pueda entenderse.

### ***6.3 Porcentaje de publicaciones por base de datos***

A continuación se analizarán las distintas bases de datos utilizadas para la búsqueda, y el número de artículos de los 50 elegidos que ha sido publicado en cada una de ellas, en el gráfico 3:

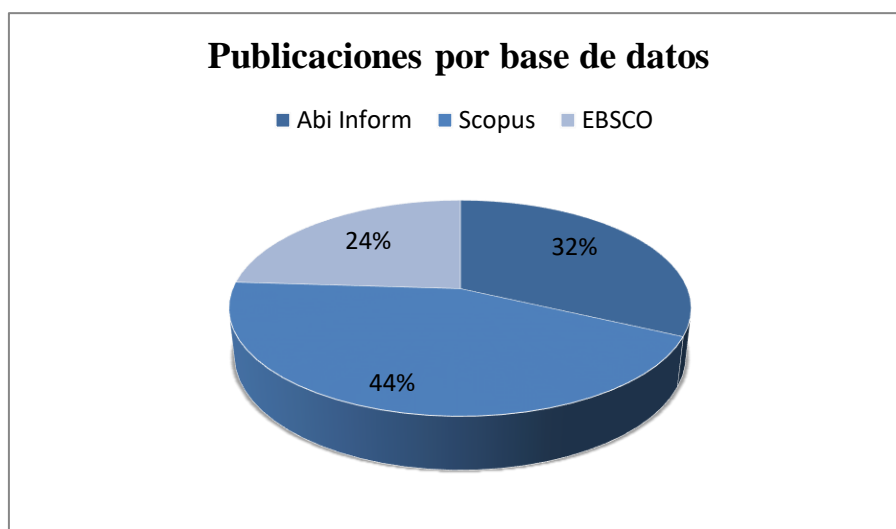


Gráfico 3: porcentaje de publicaciones por base de datos.

Fuente: elaboración propia.

Tal y como muestra el diagrama, la base de datos que ha resultado de mayor utilidad para el trabajado ha sido Scopus, ya que es donde más artículos válidos se han encontrado, seguida de Abi Inform, y por último EBSCO, aunque bien es cierto que en fases anteriores se eliminaron numerosos artículos duplicados que aparecían incluso en las tres bases de datos a la vez.

#### **6.4 Número de publicaciones por países**

A continuación se analizará la contribución de distintos países al total de artículos, se muestra en el siguiente gráfico 4:

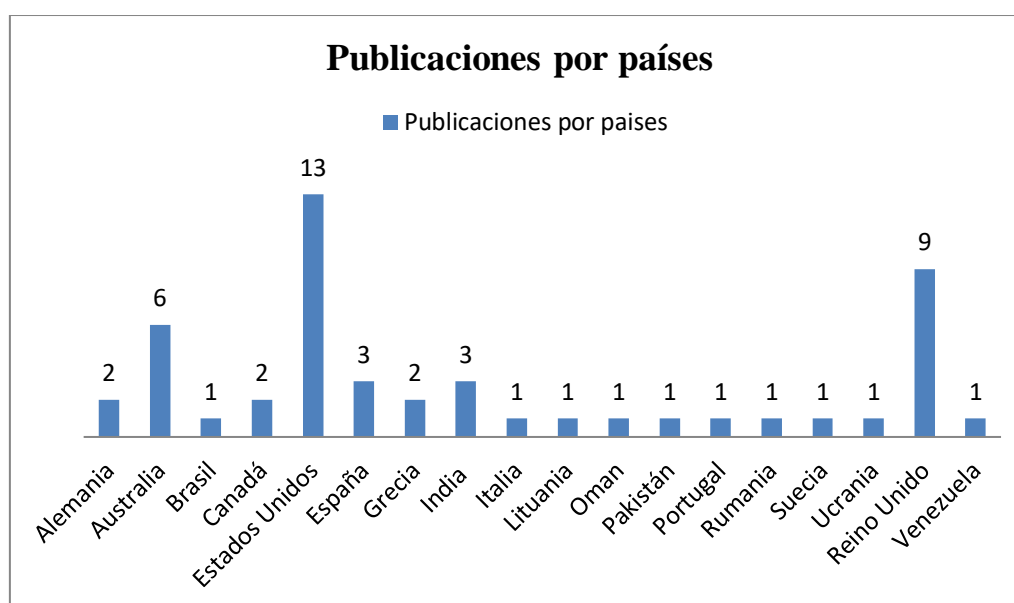


Gráfico 4: número de publicaciones por países.

Fuente: elaboración propia.

En el gráfico destacan sobre todo tres países por encima del resto, Estados Unidos, donde se han publicado trece de los cincuenta artículos que se están analizando; Reino Unido, con nueve publicaciones y Australia con seis. El resto de artículos se reparten entre diversos países de distintos continentes.

### ***6.5 Publicaciones por metodología utilizada***

A continuación se dividen los artículos por las distintas metodologías utilizadas en cada uno de ellos, todas ellas quedan reflejadas el gráfico 5:

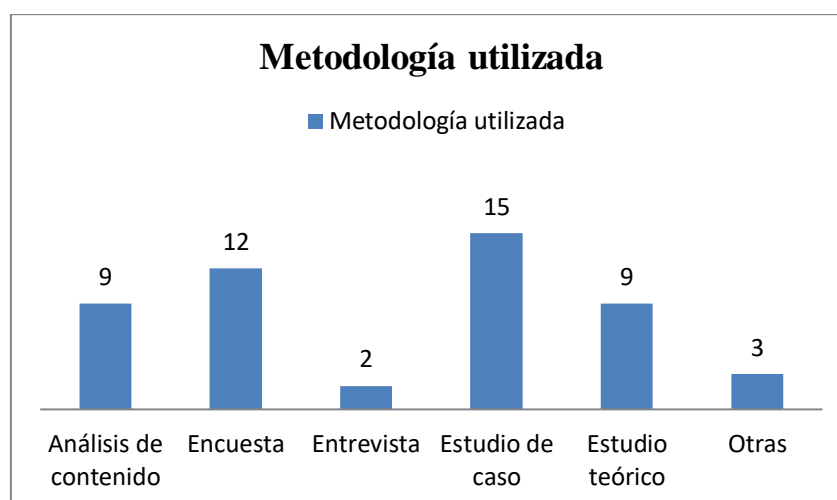


Gráfico 5: metodología utilizada en los artículos.

Fuente: elaboración propia.

Según los datos mostrados por el gráfico anterior, la metodología más utilizada en los artículos analizados es el estudio de caso (30%), seguida por las encuestas (24%), y el análisis de contenido (18%) y estudio teórico (18%). Por otra parte la entrevista (4%) es un método poco utilizado en artículos de esta temática, y en otras metodologías (6%) podemos encontrar las revisiones sistemáticas a la literatura o el Social Marketing Theory-Based (SMT).

### ***6.6 Número de publicaciones por autor***

En este caso, al igual que sucedía con las revistas, existen autores totalmente distintos para cada artículo, en ningún momento se ha encontrado ninguna coincidencia por lo que se encuentran 50 artículos y más de 50 autores, ya que muchos de ellos están escritos por más de una persona.

A continuación se muestra la tabla 8 que servirá para conocer el índice de colaboración entre autores (Zubeidat et al., 2004):

Nº de autores por artículo	Nº de artículos	Frecuencia (%)
1	14	28%
2	16	32%
3	10	20%
4	7	14%
5	1	2%
6	2	4%

Tabla 8: número de artículos según el número de autores.

Fuente: elaboración propia.

Tal y como se muestra en la tabla, únicamente el 28% de los artículos no son colaboraciones, sino que únicamente están escritos por un autor. La mayoría (52%) son artículos escritos por dos y tres autores, a partir de aquí el porcentaje disminuye llegando incluso a los cinco (2%) y seis autores (4%) por artículos, lo que es poco frecuente.

### ***6.7 Número de publicaciones por revista***

En cuanto a las revistas en las que se encuentran insertados estos 50 artículos, hay una escasa coincidencia, ya que únicamente hay dos revistas que destaquen sobre el resto y posean una mayor aportación al área que se está estudiando en este trabajo:

- El *Journal of Social Marketing*, que se repite para dos artículos diferentes.
- La revista *El Profesional de la Información* en la que se encuentran los tres artículos en español de esta revisión a la literatura.

Exceptuando estas dos publicaciones, el resto son 45 revistas distintas pertenecientes a diferentes áreas de conocimiento, desde la medicina, al trabajo social por ejemplo. Esto supone una limitación para la realización de una revisión sistemática de la literatura, ya que la existencia de una gran variedad de revistas de distintas temáticas dificulta la búsqueda de artículos relacionados con el tema de estudio, al no encontrarse los artículos útiles únicamente



en publicaciones relacionadas con el marketing, sino con otros campos de estudio totalmente distintos (Vázquez-Carrasco y López-Pérez, 2013).

### ***6.8 Número de publicaciones por universidad***

En relación a las universidades a las que están asociados los distintos autores de los artículos, encontramos también una gran dispersión entre distintas universidades repartidas en diferentes continentes.

Únicamente se han encontrado tres universidades que realizan más de una aportación, son las siguientes:

- *The University of Queensland* que se encuentra situada en Queensland, Australia, y a la que pertenecen autores de dos artículos diferentes.
- *Brunel University London*, una universidad pública inglesa situada en Londres, a la que también pertenecen dos de los autores de distintos artículos.
- *University of Florida*, situada en Florida, Estados Unidos, a la cual pertenecen nuevamente dos autores de distintos artículos que se han encontrado en la revisión.

El resto de universidades son distintas, y están repartidas por América, Europa, Asia y Oceanía, entre ellas se encuentran algunas universidades públicas españolas como son la *Universidad de Sevilla* y la *Universidad Rey Juan Carlos* en Madrid.

## **7. CONCLUSIONES**

Una vez realizado todo el proceso de búsqueda, selección y análisis de los artículos elegidos para esta revisión sistemática, es posible obtener una serie de conclusiones acerca de la situación en la que se encuentra actualmente el estudio o investigación del marketing digital y marketing social conjuntamente.

En primer lugar, es importante destacar que las publicaciones acerca de estos dos tópicos han aumentado progresivamente desde finales de los años 90 hasta la actualidad, alcanzando su máximo en el pasado año 2017. Ha sido realmente a partir de la segunda década de los años 2000 cuando se han encontrado más artículos válidos para esta revisión, ya que ha sido en estos años cuando el marketing digital ha comenzado su gran expansión, especialmente con todas las nuevas tecnologías que han surgido, como las redes sociales.

En cuanto a los países que más aportaciones realizan sobre las temáticas analizadas, cabe destacar sobre todo el papel de Estados Unidos como principal investigador, aunque no se puede

olvidar la labor de Reino Unido y Australia que también acumulan una gran cantidad de artículos publicados.

Por otra parte, es interesante resaltar la enorme dispersión que existe cuando se aborda el estudio conjunto de ambos tipos de marketing, ya que los autores no proceden únicamente del ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación, sino que provienen de campos de estudio totalmente diferentes como por ejemplo la medicina. Además, las publicaciones en las que es posible encontrar este tipo de artículos también son muy diferentes entre sí, y solo se han localizado dos revistas científicas coincidentes: *Journal of Social Marketing* y *El Profesional de la Información*.

Resulta necesario destacar que de los 50 artículos analizados, la mayoría de ellos han sido elaborados mediante una colaboración entre autores, siendo lo más común que aparezcan dos (32%) o tres (20%) autores por artículos, mientras que solo 14 de estos 50 han sido elaborados por un único autor.

No obstante, el presente estudio muestra también algunas limitaciones. En este caso dichas limitaciones se fundamentan en que sería posible ampliar el número de bases de datos utilizadas, ya que en esta ocasión se han utilizado tres, pero existen otras como *IEEE Xplore* o *Google Scholar*. Además de las bases de datos, se podrían establecer nuevos términos de búsqueda relacionados con los tópicos. Por último, al estar basadas las búsquedas en los resúmenes (*abstract*) en vez de en el texto al completo puede resultar también una limitación.

Finalmente se podría concluir que no existen demasiados artículos que relacionen claramente el marketing digital con el marketing social, ya que tras una búsqueda en tres bases de datos distintas únicamente ha sido posible seleccionar 50 artículos que en mayor o menor medida relacionen la temática abordada. Esto supone que existe un hueco para que las futuras investigaciones puedan ahondar en esta temática, y que en un futuro exista una mayor bibliografía disponible sobre estos temas que como se ha mencionado con anterioridad, están tan de actualidad y cobran importancia cada día que pasa.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

AIMC. (2017). *XIX Informe Navegantes en la Red*. [Fecha de acceso 21 noviembre 2017]  
Recuperado de <http://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/>

Alonso Vázquez, M. (2006). *Marketing social corporativo*. Eumed.net.

- Alvesson, M., Sandberg, J. (2011). Generating Research Questions Through Problematization. *Academy of Management Review*, 36(2); pp. 247-271.
- Anderson, P. (2007). What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education. *JISC Technology and Standards Watch*, pp. 1-64.
- Anetcom (2011). *Estrategias de marketing digital para PYMES*, pp. 11-35.
- Andreasen, A. (1994). Social Marketing: Its Definition and Domain. *Journal of Public Policy & Marketing*, 13(1); pp. 108-114.
- Arana-Solares, I.A. et al. (2011). Análisis de las variables que proporcionan una competitividad sostenible a la cadena de suministro. *Intangible Capital*, 8(1); pp. 92-122.
- Bloom, P., Novelli, W. (1995). Problems and challenges in social marketing. *Journal of marketing*, 45(2); pp. 79-88.
- Boell, S. K., Cecez-Kecmanovic, D. (2014). A Hermeneutic Approach For Conducting Literature Reviews and Literature Searches. *Communications of the Association for Information Systems*, 34(1); pp. 257–286.
- Boell, S. K., Cecez-Kecmanovic, D. (2010). Literature reviews and the hermeneutic circle. *Australian Academic and Research Libraries*, 41(2); pp. 129-144.
- Boell, S. K., Cecez-Kecmanovic, D. (2015). On Being Systematic in Literature Reviews in IS. *Journal of Information Technology*, 30(2); pp. 161-173.
- Brown, B. (1986). *"Social Marketing and the Construction of a New Policy Domain: An Understanding of the Convergence Which Made Social Marketing Possible"*. Virginia Commonwealth University.
- Castano, J., Jurado, S. (2016). *Comercio electrónico*. Pozuelo de Alarcón, Madrid: Editex.
- Chaffey, D. et al. (2006). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Prentice Hall/Financial Times.
- Chalmers, I., Altman D. G. (1995). *Systematic reviews*. Londres: BMJ Publishing Group.
- Codina, L. (2017). *Revisiones sistematizadas y cómo llevarlas a cabo con garantías: systematic reviews y SALSA Framework*. [Fecha de acceso 17 octubre 2017] Recuperado de <https://www.lluiscodina.com/revision-sistemica-salsa-framework/>
- David, R., Han, S. (2003). A systematic assessment of the empirical support for transaction cost economics. *Strategic Management Journal*, 25(1); pp. 39-59.

- Dybå, T., Dingsøyr, T. (2008). Empirical studies of agile software development: A systematic review. *Information and Software Technology*, 50(9–10); pp. 833–859.
- Echeverri, D., Cruz, R. (2014). Revisión de instrumentos de evaluación de clima organizacional. *Estudios Gerenciales*, 30; pp. 184-189.
- Empanza, J.I., Urreta, I. (2005). Hablemos de... La Revisión Sistemática y Metaanálisis. *An Pediatr Contin*, 3(6); pp. 379-83.
- Ferreiro Alàez, L. (1993). *Bibliometría*. Madrid: EYPASA.
- Fink, A. (2014). *Conducting research literature reviews*. Los Angeles, California: Sage.
- García, B. (2000). *El valor de compartir beneficios*. Bilbao: Deusto
- García Peñalvo, F. J. (2017). *Revisión sistemática de literatura en los Trabajos de Final de Máster y en las Tesis Doctorales. a. Salamanca, España: Grupo GRIAL*. [Fecha de acceso 13 noviembre 2017] Recuperado de: <https://knowledgesociety.usal.es/sites/default/files/20170316%20-%20Seminario%20SLR.pdf>
- Giuliani, A.C. et al. (2012). El marketing social, el marketing relacionado con causas sociales y la responsabilidad social empresarial. El caso del supermercado Pao De Açúcar de Brasil. *Invenio*, 15(29); pp. 11-27.
- González-Díaz, B. et al. (2016). Cultura nacional y crecimiento internacional de la empresa: una revisión de la literatura. *Innovar*, 26(60); pp. 83-102.
- Guinea, Al. et al. (2016). A systematic review on the engineering of software for ubiquitous systems. *Journal of Systems and Software*, 118; pp. 251-276.
- Harland, C. et al. (2006). Supply management: is it a discipline? *Special Issue of International Journal of Operations and Production Management*, 26(7); pp. 730-753.
- Hochrein, S. et al. (2015). Literature reviews in supply chain management: a tertiary study. *Manag Rev Q*, 65; pp. 239-280.
- Kitchenham, B., Brereton, P. (2013). A systematic review of systematic review process research in software engineering. *Information and Software Technology*, 55(12); pp. 2049–2075.
- Kitchenham, B. A. et al. (2009). Systematic literature reviews in software engineering – A systematic literature review. *Information and Software Technology*, 51; pp. 7-15.

- Kitchenham, B. A., Charters, S. (2007). *Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering*. Version 2.3 (EBSE-2007-01). Recuperado de [http://www.elsevier.com/\\_\\_data/promis\\_misc/525444systematicreviewsguide.pdf](http://www.elsevier.com/__data/promis_misc/525444systematicreviewsguide.pdf)
- Kotler, P., Armstrong, G. (2014). *Fundamentos del marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P., Zaltman, J. (1971). Social marketing: an approach to planned social change. *Journal of Marketing*, 35(3); pp. 3-12.
- Lenderman, M., Sánchez, R. (2008). *Marketing experiencial*. Madrid: ESIC.
- Letelier, L.M. et al. (2005). Revisiones sistemáticas y metaanálisis: ¿son la mejor evidencia? *Boletín de la Escuela de Medicina*, 30(2).
- Martín Roderó, H. (2014). *La búsqueda bibliográfica, pilar fundamental de la medicina basada en la evidencia: evaluación multivariante de las enfermedades nutricionales y metabólicas..* Universidad Miguel Hernández, Alicante, España.
- Martínez, P.J., Moyano, J. (2017). Aprendiendo a Enseñar Lean Management mediante Juegos: Revisión Sistemática de la Literatura. *Working Papers on Operations Management*, 8; pp. 164 – 170.
- McDonald, M., Wilson, H. (1999). *E-Marketing: Improving Marketing Effectiveness in a Digital World*. Harlow: Financial Times/Prentice Hall.
- Medina-López, C. et al. (2010). Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía. *Working Papers on Operations Management*, 1(2); pp. 13-30.
- Mejía, C. (2014). *La guía del community manager. Estrategia, táctica y herramientas*. España: Anaya Multimedia.
- Mentzer, J. T., Kahn, K. B. (1995). A Framework of Logistics Research. *Journal of Business Logistics*, 16(1); pp. 231-250.
- Metzger, M.D. et al. (2010). Mercadeo social como una nueva herramienta de responsabilidad social corporativa: el caso de alfabetización en Costa Rica. *Multidisciplinary Business Review*, 3(1); pp. 50-63.
- Miguel, P. L. S., Ledur Brito, L. A. L. (2011). Supply Chain Management measurement and its influence on Operational Performance. *Journal of Operations and Supply Chain Management*, 4 (2); pp. 56 – 70.
- Moliner, M.A. (1998). *Marketing Social: La Gestión de las Causas Sociales*. Madrid: ESIC.

- Moschini, S. (2012). *Claves del marketing digital*. Barcelona: De Vanguardia.
- Naik, U., Shivalingaiah, D. (2008). Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0. *International Caliber 2008*, pp. 499 – 507.
- Oates, B.J. et al. (2012). A Model-Driven Method for the Systematic Literature Review of Qualitative Empirical Research. *ICIS 2012 (Thirty Third International Conference on Information Systems)*, Orlando, Florida, 16-19 diciembre 2012.
- Okoli, C. (2015). A Guide to Conducting a Standalone Systematic Literature Review. *Communications of the Association for Information Systems*, 37(43).
- Okoli, C., Schabram, K. (2010). A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research. *Sprouts: Working Papers on Information Systems*, 10(26).
- Petticrew, M., Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Oxford, UK: Blackwell Publishing.
- Pons, S. (2012). Desarrollo de Modelo de Gestión para Implementación de Soluciones Web basado en nuevas Tecnologías. *Escuela politécnica de ingeniería del Ejército*, pp. 1-146.
- Ramírez, P.C., García, R.C. (2005). Meta-análisis sobre la implantación de Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP). *Journal of Information Systems and Technology Management*, 2 (3); pp. 245 – 273.
- Ramos e Silva, J.A., Periañez, I. (2003). Delimitación del Marketing con Causa o Marketing Social Corporativo mediante el análisis de empresas que realizan acciones de responsabilidad social. *Cuadernos de Gestión*, 3(1-2); pp. 65-82.
- Rodríguez Cid, L. (15 de diciembre de 2017). ¿Qué es el marketing social? Explicación, tipos y ejemplos. *Marketing Web Consulting*. Recuperado de: <https://www.marketingwebmadrid.es/marketing-social/>
- Rooney, A. A. et al. (2014). Systematic Review and Evidence Integration for Literature-Based Environmental Health Science Assessments. *Environmental Health Perspectives*, 122(7).
- Sekaran, U., Boggie, R. (2010). *Research methods for business. A skill building approach*. Chichester: Wiley.
- Seuring, S., Müller, M. (2007). Core Issues in Sustainable Supply Chain Management – a Delphi Study. *Business Strategy and the Environment*, 17; pp. 455-466.
- Smith, N., Quelch, J. (1993). *Ethics in marketing*. Homewood: Irwin.

Trabado, M.A. (30 de octubre de 2016). Plan de marketing digital: ventaja competitiva. *Miguel Ángel Trabado*. Recuperado de: <http://www.miguelangeltrabado.es/plan-marketing-digital-ventaja-competitiva/>

Tranfield, D. et al. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14; pp. 207-222.

Varela, L. (2012). *Introducción a las revisiones sistemáticas*. Escuela Gallega de Administración Sanitaria.

Vázquez-Carrasco, R., López-Pérez, M. (2013). Small & medium-sized enterprises and corporate social responsibility: a systematic review of the literature. *Quality and Quantity*, 47(6); pp. 3205–3218.

Velásquez, J.D. (2015). Una Guía Corta para Escribir Revisiones Sistemáticas de Literatura Parte 4. *DYNA*, 82(190); pp. 9-12.

Wen, J. et al. (2012). Systematic literature review of machine learning based software development effort estimation models. *Information and Software Technology*, 54; pp. 41–59.

Zubeidat, I. et al.(2004). Análisis bibliométrico de la revista journal of sex research (1980-2003). *Universitas Psychologica*, 3 (1); pp. 47–54.

## SISTEMA DE CONTROL DE GESTIÓN PARA EMPRESA HOTELERA

Marta Mateos Gutiérrez<sup>1</sup>

Universidad de Cádiz

[mamagu28@gmail.com](mailto:mamagu28@gmail.com)

Alicia Martín Navarro<sup>2</sup>

Universidad de Cádiz

[alicia.martin@uca.es](mailto:alicia.martin@uca.es)

**Resumen.** La administración de las organizaciones con la complejidad que actualmente poseen, requiere disgregarla en unidades más especializadas y de menor complejidad. Es por ello, que los métodos de gestión empresarial cobran una vital importancia en nuestra actualidad. La función de control surge como un requisito indispensable del que ninguna organización puede prescindir, para comprender, contrastar y evaluar las distintas actividades desarrolladas por las mismas.

Con este trabajo, se pretende desarrollar un sistema de control de gestión dentro del sector hotelero. Para ello, se parte del estilo de dirección marcado por la dirección corporativa de la empresa, en la que la dirección por objetivos es el método de trabajo definido. Es por tanto, imprescindible establecer un sistema de gestión que descentralice en centros de responsabilidad, la toma de decisiones y la gestión de los recursos en la búsqueda de los objetivos de cada uno de ellos. Como consecuencia del estilo definido, es imprescindible la definición de una herramienta de control de gestión, que ayude a la dirección de la empresa, a conocer la evolución de los diferentes indicadores hacia la consecución de los objetivos estratégicos, también esta herramienta, debe servir como guía a los responsables de los centros de responsabilidad para la consecución de los objetivos pactados.

Se definirán las áreas funcionales en las que se estructura de la empresa y dentro de cada una de ellas, los centros de responsabilidad en los que se despliegan las mismas. Una vez definida la estructura, se definirá el sistema de costes a utilizar, así como, la actividad a realizar por cada centro de responsabilidad y los indicadores que se definan, para la monitorización de los objetivos establecidos para cada uno de los centros.

**Palabras claves.** Control de gestión; áreas funcionales; centros de responsabilidad; indicadores.

**Abstract.** The administration of the organisations with the complexity that they have nowadays requires breaking them up in to more specialised and less complex. For these reason the business management methods are very important at the moment. The control function is an essential requirement that every organisation needs to understand, to contrast and evaluate the different activities developed by them.

With this project, it is intended to develop a control system of management of hotel industry. To do

---

<sup>1</sup> Graduada en Administración y Dirección de Empresas (Universidad de Cádiz)

<sup>2</sup> Profesora en el departamento de Organización de Empresas (Universidad de Cádiz)



that, we begin with the style of management chosen by the CEO. It is therefore absolutely necessary to establish management systems with decentralizes in specific units. As a consequence of the defined style it is indispensable the definition of a tool of a management control with help business management to know the evolution of the different signs to get the objectives. These tools must also be useful as guidance to the people responsible of the units.

Functional areas of the company will be defined and inside each one, the units inside them. Once the structure is defined, the cost system will be also defined as well as the activities to do by each unit and the signs defined to supervise the established objectives for each one.

**Key words.** Management control, functional areas, responsibility center, indicators.

## 1. INTRODUCCIÓN

Para cualquier organización de cierta complejidad, es necesario diseñar un sistema de control de gestión, que les permita guiarse en la consecución de los objetivos estratégicos definidos en su plan de empresa. El control de gestión, es una herramienta insustituible para la mejora continua de todos los procesos que se llevan a cabo dentro de una organización (Salgueiro, 2001). Mediante las acciones correctoras que han de derivarse de los procesos de análisis de desviaciones, se pretende superar las situaciones adversas y potenciar aún más las favorables, se trata por tanto, del instrumento clave para desarrollar la estrategia de una organización.

Centrándonos ahora en el sistema de gestión de control que se desarrollará con posterioridad, es necesario aclarar que el sistema de dirección por objetivos y los principios de la gestión de calidad y excelencia empresarial, son la esencia del estilo de gestión de esta empresa. Este sistema debe venir ordenado y estructurado de la mano de un sistema de control de gestión que permita la descentralización de la organización y la toma de decisiones. Todo ello, para la búsqueda de la mayor eficacia, productividad, iniciativa y flexibilidad en la gestión. Así pues, El objetivo general que se pretende con la elaboración de este trabajo es diseñar un sistema de control de gestión en una empresa hotelera, al objeto de guiar a la dirección del mismo, a la consecución de los objetivos prefijados.

El desarrollo del sistema de control de gestión que se tratará en este trabajo, se adecua al tipo de empresa en la que nos encontramos. Encuadramos esta empresa dentro del sector terciario, concretamente el subsector hotelero y debido a la estrategia y al modelo de dirección por objetivos que poseen, un sistema de control de gestión, es la forma que mejor se adapta para la gestión del mismo.

A través de una revisión de la literatura existente sobre el tema, plasmada en el marco teórico, y el profundo estudio sobre la organización en cuestión y su forma de organización, en este sistema observaremos la descentralización de la organización en centros de responsabilidad, disgregados de sus respectivas áreas funcionales, y cómo éstos, irán evolucionando para la consecución de los objetivos marcados para cada centro de responsabilidad, a través de un análisis de resultados de los indicadores de gestión específicos, creados para examinar los puntos con mayor riesgo en cada uno

de los centros.

Para alcanzar el objetivo de investigación, el presente trabajo se estructura en 7 apartados, tras la presente introducción, en la que se plantea el objetivo de la investigación, encontramos el apartado 2, que hace referencia al marco teórico que sustenta el análisis. En el apartado 3, encontramos la metodología utilizada para la investigación. En el apartado 4, se desarrolla el sistema de control de gestión, en él, observaremos el estilo de dirección de la organización, los criterios en los que se fundamenta el sistema, el sistema de costes elegido, la división departamental de la empresa, así como, los distintos indicadores utilizados para la evaluación del propio sistema de control de gestión. En el apartado 5, encontraremos varios ejemplos gráficos de la puesta en marcha del sistema creado. El apartado 6, concluye el trabajo con las ideas extraídas durante la elaboración del mismo. Por último, en el apartado 7, encontramos la bibliografía utilizada para la elaboración del trabajo.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Proceso de control**

En primer lugar, y según la Real Academia Española de la lengua, el concepto de gestión hace referencia a llevar adelante una iniciativa o un proyecto, ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica u organismo y por último, manejar o conducir una situación problemática.

En segundo lugar, es necesario definir que es el control en el ámbito que nos concierne, en este caso, el control es aquella función que pretende asegurar la consecución de los objetivos y planes prefijados en la fase de planificación. Como última etapa formal del proceso de gestión, el control se centra en actuar para que los resultados generados en las fases que le preceden sean los deseados (Pérez-Carballo, 2013).

Teniendo en cuenta lo citado anteriormente, podemos describir el concepto de control de gestión. El control de gestión es la función por la cual la Dirección se asegura que los recursos son obtenidos y empleados eficaz y eficientemente para el logro de los objetivos de la organización. Su propósito es gobernar la organización para que desarrolle las estrategias seleccionadas para alcanzar los objetivos prefijados (Catalina, 2011).

En cuanto al ámbito de actuación, el control de gestión debe contemplar toda la empresa. Su objetivo, a diferencia de otros medios de control más específicos consiste en asegurar la buena marcha del conjunto de la organización. Para ello, es preciso controlar las distintas funciones, actividades y áreas de responsabilidad y efectuar la síntesis necesaria para ofrecer una visión global de la calidad de la gestión con base al control por resultados. El control de gestión está limitado en el sentido de que no puede contemplar todos los parámetros involucrados en una actividad. De hecho, deberá centrarse en aquellos más importantes.

### **2.2 Cuadro de Mando integral**

El Cuadro de Mando como instrumento de información y control de gestión ha estado presente en

muchas organizaciones desde hace varias décadas. El concepto de Cuadro de Mando (CM) procede del término francés “tableau de bord”, que traducido literalmente significa “tablero de mandos” o “cuadro de instrumentos”. Su origen se remonta a mediados del siglo XX, aunque es alrededor de 1948 cuando aparece la noción de Cuadro de mando empresarial en Estados Unidos (Lauzel y Cibert, 1967). El proceso de creación del CM básicamente consiste primeramente, en fijar unos fines en la entidad, cada uno de los cuales es llevado a cabo mediante la definición de unas variables clave, y, en segundo lugar, el control es realizado a través de indicadores. El desarrollo del CM gira en torno a cinco ideas esenciales:

- Herramienta de ayuda durante el proceso de toma de decisiones.
- Diseño sencillo y eficaz.
- Unión indicadores financieros y no financieros.
- Flexible frente a los cambios y progresos del entorno.
- Genera motivación a todos los niveles de responsabilidad.

En opinión de Escobar (2011), el Cuadro de Mando, “como herramienta de gestión, se configura como un mecanismo ideal para canalizar gran parte de la información contable que demandan los directivos, adoptando el concepto de información necesaria y suficiente presentada en un formato de fácil lectura y rápido uso como la piedra angular sobre la que se ha de cimentar el desarrollo del sistema de información contable”. Sin embargo, la gran limitación del CM como instrumento de gestión estratégica es la falta de conexión entre los distintos indicadores que pretenden controlar el cumplimiento de objetivos previamente definidos (Santos Cebrián y Fidalgo-Cervino, 2004). Un análisis de la flexibilidad del Cuadro de Mando integral (CMI) en su adaptación a la naturaleza de las organizaciones.

Es, en ese entonces cuando nace el Cuadro de Mandos Integral conocido en la actualidad, que se trata de una herramienta de trabajo que utiliza un conjunto de medidas para garantizar que la alta dirección tenga una visión inminente, pero comprensiva de su negocio. Parte de la misión, la visión y la estrategia, separándola en objetivos que son supervisados por medio del establecimiento de metas, también llamadas indicadores de desempeño. También crea un mapa estratégico, utilizando un lenguaje simplificado que facilita la comunicación de la visión y de las estrategias de la empresa (Kaplan y Norton, 1992).

El CMI recoge indicadores internos y externos (financieros y no financieros) y establece una relación de causa-efecto entre los objetivos estratégicos definidos para las cuatro perspectivas, de modo que los objetivos de la perspectiva de aprendizaje y crecimiento, cuando alcanzados, producen mejoras en los procesos internos, que dejan los clientes más satisfechos y leales a la empresa (Rodríguez Perea, 2012). Al final, las expectativas de las partes interesadas son atendidas con las mejoras en los resultados financieros, ocurridas a partir de los resultados obtenidos en las perspectivas de aprendizaje y crecimiento, procesos internos y clientes. La construcción del CMI permite a las empresas asociar su presupuesto con los objetivos estratégicos y comunicar su estrategia de una manera sencilla. También les permite crear un conjunto de mapas estratégicos, los cuales se pueden

construir por unidad de negocio, lo que facilita la implementación y seguimiento de las estrategias, objetivos y metas (Da Silva y Pastor Tejedor 2014). El uso del cuadro de mando integral como instrumento de medición para comparar los modelos de excelencia en gestión.

Como hemos comentado antes, las herramientas que usa el CMI son los indicadores, éstos, describen el comportamiento de las diferentes variables usadas.

Según su naturaleza, encontramos indicadores que miden:

- La eficacia. Indican el grado de logro de unos objetivos previamente establecidos.
- La eficiencia. Indican el grado de cumplimiento de un objetivo en relación con los costes previamente establecidos. Por ejemplo, la relación entre el éxito de un plan de formación y los recursos utilizados.
- La economía. Establecen la relación entre los costes reales y los costes previstos de una actuación. Por ejemplo, el coste final de un proceso de selección en relación con el coste presupuestado.
- La efectividad. Miden el impacto de una actuación sobre el medio. Por ejemplo, los indicadores de impacto medioambiental de la organización.
- La excelencia. Establecen el grado cualitativo de satisfacción que presentan los usuarios con un servicio. Por ejemplo, la percepción de la celeridad de una gestión.
- El entorno. Miden las variables que pueden afectar la actividad de una entidad. Por ejemplos, cambios en la legislación o actuaciones de control de la administración como inspecciones de trabajo. (Kaplan y Norton, 2001).

Según el libro de los propios inventores de la herramienta, Robert Kaplan y David Norton (2001), después del éxito de su introducción en grandes corporaciones norteamericanas, se dieron cuenta que el CMI tenía muchas más aplicaciones de las que inicialmente habían pensado. Hoy en día, se estima que el 60% de las grandes empresas del mundo aplican con éxito este modelo de gestión empresarial (Moras y Viva, 2011).

### **3. METODOLOGÍA**

Para determinar los distintos ámbitos atendidos en el desarrollo del trabajo, se ha realizado una búsqueda documental basada en el uso de manuales de sistemas de control de gestión encontrados en la biblioteca de la Universidad de Cádiz, así como artículos de revistas científicas encontrados en una plataforma de la biblioteca virtual de la Universidad llamada ABI/INFORM siendo ésta, una base de datos especializada en el área de economía y empresa. También, se ha consultado los contenidos del portal Google Scholar. Esta revisión de literatura se ha realizado con el objeto de conocer aspectos teóricos relacionados con el control de la gestión en las empresas, centrándonos en el CMI y su especialización en el sector hotelero.

Para alcanzar el objetivo principal de este trabajo, es decir, desarrollar un sistema de control de gestión en una empresa hotelera, se realiza esta investigación en una organización ubicada en Jerez

de la Frontera. Dicha empresa desea lanzar una nueva línea de negocio que se convierte en objeto de la investigación.

Una vez analizados los distintos aspectos teóricos, se realizaron diferentes entrevistas informales con el director del proyecto de construcción y puesta en marcha del hotel.

El principal motivo por el que se realiza el estudio en dicha empresa fue la adecuación al objetivo de investigación y al alcance de comprender la cultura organizativa y las actitudes frente al cambio que experimentan empresa y trabajadores.

La empresa se plantea la apertura de la nueva línea de negocio en el 2017. Al ser una fecha reciente el proyecto está aún en construcción. Siendo más real si cabe la investigación de este trabajo.

Se ha podido recoger información por varias vías: (1) realización de varias entrevistas informales, con duración aproximada de una hora, siendo entrevistado el Director de compras, que es actualmente el encargado de llevar a cabo la nueva línea de negocio, (2) observación participante, esto es, el investigador estuvo trabajando en la empresa durante el período de duración del proyecto, lo que le permitió adaptarse y aprender la cultura organizativa de la empresa, así como tener acceso a la información de primera mano.

#### **4. DISEÑO DE HERRAMIENTAS**

##### **4.1 Enfoque, principios y fundamento del sistema de gestión de la empresa.**

Cualquier organización antes de diseñar su sistema de gestión debe definir cuáles son los principios en los que basará su estrategia de gestión. Es este caso se apuesta por el enfoque de la dirección por objetivos participativos y compartidos, siendo los principios de la gestión de la calidad y excelencia empresarial, que a continuación detallamos, el fundamento del modelo de gestión.

##### **1.- Orientación a Resultados**

Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. Actuar sobre datos e información adecuadamente diseñada y analizada.

2.-Enfoque a las expectativas del cliente, entendido como grupos de interés, mediante el desarrollo de herramientas que permita conocerlas:

Buscaremos la prestación de servicios eficientes, asumiendo compromisos de servicios en tiempo y forma y modulando expectativas de los clientes mediante estrategias de comunicación.

3.- Liderazgo del responsable de unidad que haga al personal involucrarse en el logro de los objetivos de la organización.

4.-Participación del personal, es la esencia de la organización y su compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas en beneficio de la organización. Fomentando la motivación y la participación en las áreas de mejora en la misma medida que asumirán responsabilidad.

5.- Enfoque basado en procesos, un resultado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos se gestionan de tal manera que cada secuencia vaya añadiendo valor. Las

organizaciones prestan servicios, para ello necesitan ordenar sus actividades de un determinado modo. Cada una de esas actividades constituye un proceso que debe estructurarse en:

- Identificación y secuencia de los procesos.
- Descripción de los procesos
- Seguimiento y Medición del Proceso
- Mejora de los Procesos

#### 6.- Mejora Continua. Ciclo P.D.C.A.

- Planificar: Planificar o preparar a fondo es la parte más importante y compleja del ciclo, dependiendo el resto de ésta. Se diferencia a su vez varias subfases:

Identificación o definición del área a mejorar

Observación y análisis, si es posible “in situ” del tema: toma de datos

Definición y Selección de las acciones de mejora

Establecimiento de objetivos a alcanzar

Establecimiento de indicadores de control

- Hacer: Llevar a cabo lo que se ha decidido en la fase Plan. Se diferencian a su vez varias subfases:

Preparación exhaustiva y sistemática de lo previsto

Aplicación controlada del plan

Verificación de la aplicación, si es necesario documentalmente

- Comprobar: verificar los resultados, comparándolos con los objetivos marcados. Se diferencian a su vez varias subfases:

Verificación de los resultados de las acciones emprendidas, controlando los indicadores o parámetros previstos

Confrontación con los objetivos

- Ajustar: decidir lo que hay que mantener y lo que hay que corregir. Se diferencian a su vez varias subfases:

Estandarización y consolidación

Comunicación a los interesados

Preparación del siguiente estudio del plan, como nuevos objetivos, acciones, responsables y plazos.

#### 7.-Desarrollo de alianzas con el entorno (proveedores, asociaciones profesionales, otros grupos de interés...)

## 8.- Responsabilidad Social Corporativa

9.- Desarrollo de la gestión por competencias para adecuar el desarrollo formativo y la carrera profesional a las necesidades de la organización.

### 4.2. Criterios en los que se fundamenta el sistema de control de gestión

La clave para que un sistema de control de gestión llegue a tener una buena implantación en la empresa es, en primer lugar, definir los principios en los que se fundamentará el mismo. En éste caso, los principios elegidos, son los siguientes (Rodríguez y Perea, 2012):

- Sencillez: en el diseño de la información, haciéndola comprensible y accesible a todos los usuarios, con el fin de lograr su implantación en el sistema.
- Rapidez: a la hora de facilitar su implantación en el momento que ésta sea necesaria para la toma de decisiones.
- Flexibilidad: adaptándose las peculiaridades organizativas y de disponibilidad de información de cada centro.
- Eficiencia: en el sentido que los costes derivados de su implantación deben ser menores que las ventajas que nos proporciona.
- Dinámico: pudiendo permitir las adaptaciones necesarias consecuentes a las innovaciones organizativas del sistema.

### 4.3. Estructura del sistema de control de gestión

El sistema de control de gestión se constituye a partir de la estructura en áreas funcionales, definidas por la alta dirección de la empresa, de las cuales se despliegan los centros de responsabilidad. Definiremos el concepto de centro de responsabilidad como aquel departamento, división, sección u otra unidad organizativa de la empresa, al mando del cual hay un responsable de la labor desarrollada por el mismo en términos de eficiencia y eficacia. El nivel de desagregación de la estructura de gestión de la empresa dependerá de muchos factores que la alta dirección tendrá en consideración en su diseño. A medida que la dimensión de la empresa aumenta, más necesario será la descentralización de la misma en la toma de decisiones, lo que implica forzosamente dividir la misma en centros de responsabilidad tratando con ello de optimizar los resultados de la empresa a partir de la óptima gestión de cada centro de responsabilidad.

#### 4.3.1. Objetivos de la división de la empresa en centros de responsabilidad:

- Fijar mejor los objetivos parciales a conseguir.
- Delimitar las responsabilidades de cada centro de la empresa con respecto a los objetivos globales.
- Medir la contribución de cada centro al resultado de la empresa.
- Evaluar la actuación de cada responsable.
- Facilitar la rapidez en la toma de decisiones en un entorno incierto.

- Poder desarrollar un control de gestión a un nivel más detallado, ya que será necesario definir para cada centro:
  - Un responsable.
  - Funciones a desempeñar.
  - Grado de autonomía.
  - Nivel de responsabilidad.

### 4.3.3. Estructura organizativa

#### 4.3.3.1. Áreas funcionales

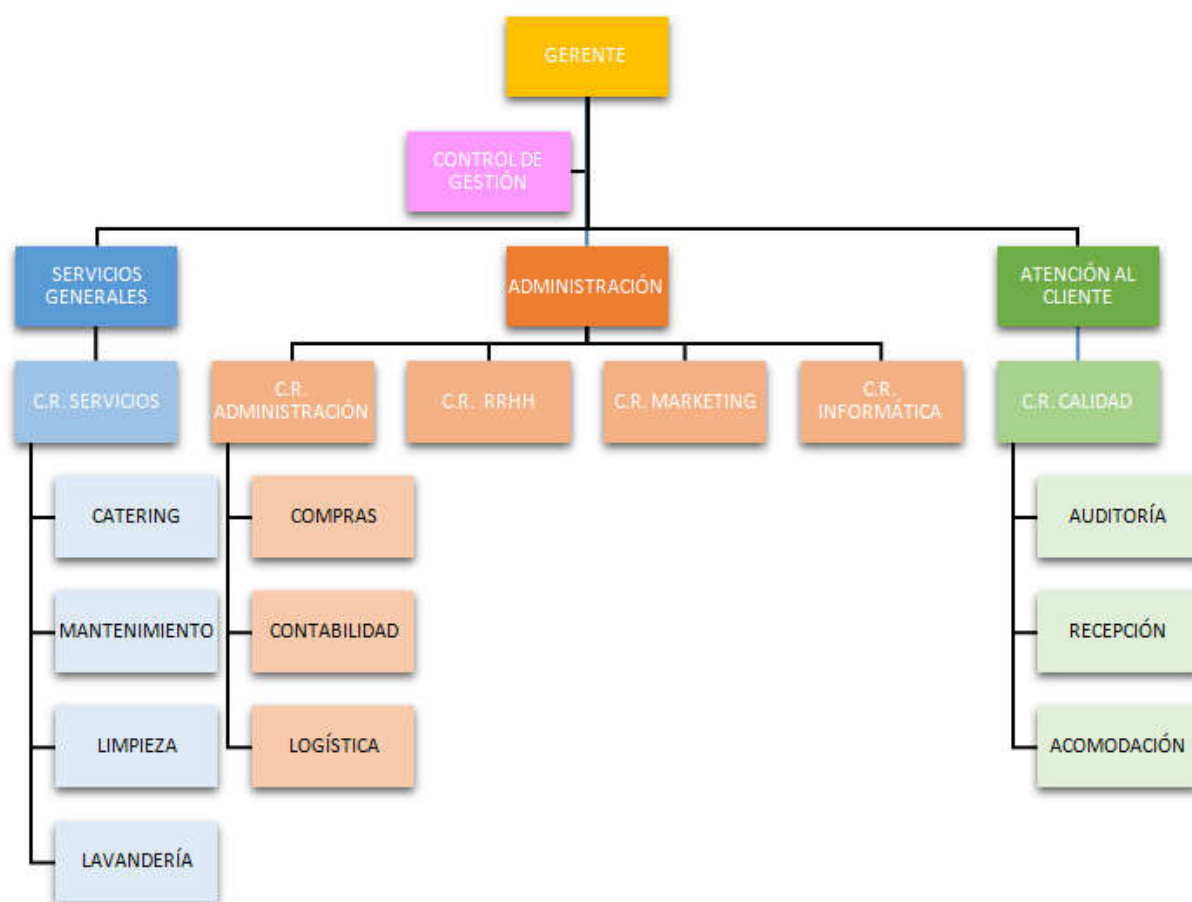
El sistema de control de gestión parte de la estructura organizativa sobre la que pivota la gestión del hotel. Éstas se estructuran en tres áreas funcionales, cada una de las cuales está dirigida por un cargo directivo de la empresa, que son:



**Figura 1: Elaboración propia.**

Cada una de estas áreas funcionales se despliegan a efectos de gestión en los centros de responsabilidad que a continuación definiremos:





**Figura 2: Elaboración propia.**

En primer lugar, en el escalón más alto de la jerarquía organizativa, se encuentra el director gerente de la empresa que es el encargado de la planificación estratégica del hotel y el que asigna a cada responsable de área funcional sus funciones y objetivos.

#### **4.3.3.2. Centros de responsabilidad**

Comenzamos por el centro de servicios, desplegado del área funcional de servicios generales, éste a su vez está compuesto por cuatro grupos funcionales homogéneos (GFH), que son pequeñas estructuras organizativas dentro de un centro de responsabilidad, con actividades homogéneas. Estos GFH son los siguientes: catering, mantenimiento, limpieza y lavandería. Este centro de responsabilidad está dirigido por el responsable del área de servicios. En muchas ocasiones estas tareas se subcontratan a empresas externas, pero, en nuestro caso pertenecen a la propia empresa. El responsable del centro se encarga de repartir las tareas a los GFH, supervisar la realización de trabajos y proyectos en las áreas de infraestructuras y suministros básicos, elaborar las bases técnicas, necesarias para ejecutar las obras requeridas, administrar los recursos materiales y presupuestarios puestos a su disposición, para dar cumplimiento a la planificación dispuesta por el gerente, controlar el cumplimiento efectivo de los contratos de servicios, comunicaciones y suministros básicos, administrar el suministro y funcionamiento del sistema eléctrico, conexiones y red de telefonía.

En segundo lugar, se encuentra el centro de administración que será el encargado de administrar los ingresos del hotel, pagar los sueldos, impuestos, créditos, reinvertir. Tiene a su cargo funciones contables y legales. Este departamento además realiza estadísticas, presupuestos, inversiones, etc. Es uno de los departamentos más importantes a nivel gerencial. Incluye los GFH de compras, contabilidad y logística. El primero de ellos es el encargado del sistema de compras y aprovisionamiento del hotel, y de llevar a cabo las políticas y métodos para asegurar el suministro continuo del mismo. En segundo lugar, el GFH de contabilidad, a través de él, se consigue la financiación para las necesidades de la empresa, planifica para que ésta siempre tenga liquidez para afrontar sus pagos puntualmente y tenga una situación patrimonial saneada, y controla que la actividad resulte rentable. Por último, el GFH de logística se encarga de gestionar los recursos disponibles, determinando los procedimientos para garantizar la calidad del servicio prestado.

A continuación, se encuentra el centro de Recurso Humanos, éste es el encargado de todo lo relacionado con la gestión del personal. Se incluyen funciones como: el reclutamiento, para la búsqueda y atracción de candidatos en el momento en que lo necesitan, la selección, con el proceso adecuado para contratar a la persona más idónea al puesto, la contratación, una vez se ha seleccionado la persona adecuada y se quiere mantener una relación formal, la capacitación y el desarrollo profesional, para mejorar los conocimientos, actitudes y/o capacidades de las personas en la empresa y su carrera dentro de la organización.

En cuarto lugar, encontramos el centro de responsabilidad de marketing, sus funciones son identificar las tendencias en el mercado y revisar constantemente a la competencia que desarrolla nuevos productos hoteleros, planea y desarrolla campañas de publicidad y promoción acorde a los objetivos del hotel. Mantiene y optimiza las comunicaciones dentro y fuera de la organización buscando generar buena imagen del hotel y por último, optimiza el uso de los sistemas y tecnologías disponibles para obtener los mejores resultados.

Seguidamente, el centro de responsabilidad de informática. Éste, será el encargado de construir el sistema de control de gestión para el hotel. Así como la solvencia de los distintos problemas que surjan el mismo. También es el encargado de la configuración, implantación e instalación de los distintos software necesarios. Por último, el centro de responsabilidad de calidad, desplegado del área funcional de atención al cliente. Está compuesto por la recepción que se encarga de tareas tales como registro de clientes, atención a sugerencias y quejas de los mismos, gestión de las reservas vía telefónica y electrónica, etc. También, está compuesto por un auditor interno que mensualmente registra todas esas quejas y sugerencias para poder solucionar las peticiones de los clientes. Y estudiar de cerca los puntos críticos en cuanto a la calidad a los que se enfrenta el hotel. Por último, el GFH de acomodación, encargado de alojar a los clientes en sus respectivas habitaciones, también realiza funciones de seguridad y vigilancia.

Para cada uno de los centros de responsabilidad definidos con anterioridad necesitamos un responsable y el nivel de autonomía de éste con respecto al centro. Estos dos aspectos, en nuestro caso, vienen definidos por la alta dirección, siendo el responsable de cada centro el director del

mismo, director de servicios, director de administración, director de recursos humanos, director de marketing, director de informática y por último, director de calidad. En esta empresa cada responsable de centro tiene la misma autonomía con respecto a su área de trabajo, estando ésta definida previamente por el gerente.

#### 4.5. Indicadores

Los indicadores de gestión son las medidas que utilizaremos para cerciorarnos que nuestro proyecto sigue los límites preestablecidos y para identificar, en caso contrario las desviaciones.

Los indicadores pueden ser medidas, números, hechos, opiniones o percepciones que señalen condiciones o situaciones específicas. En el sector hotelero los indicadores se han convertido en elementos indispensables para la gestión. Dentro éste, los indicadores más usados y que formarán parte de nuestro proyecto serán los siguientes:

Los indicadores que recogerán la información clave para la gestión integral de la empresa son los que a continuación se plantean, que hemos considerado dividirlos en tres grandes grupos:

##### 1. Indicadores de reserva y ocupación:

- Coeficiente de ocupación =  $\text{Número de habitaciones ocupadas} / \text{Número de habitaciones disponibles}$ .
- Número medio de clientes totales por habitación =  $\text{Número total de clientes} / \text{Número de habitaciones ocupadas}$ .
- Reservas por período. Información diaria de la ocupación y precio medio, comparada con el mismo período del año anterior y con el presupuesto. Permitirá identificar la variación y tendencias a corto plazo.
- Reservas rechazadas por período. Demanda no atendida en el corto plazo.
- Estancia media por cliente

Para poder identificar los datos de los indicadores mencionados anteriormente debemos aclarar algunos conceptos,

Habitaciones Disponibles (son todas aquellas susceptibles de ser vendidas) = Habitaciones del hotel – Habitaciones en mantenimiento.

Habitaciones Ocupadas = Habitaciones disponibles ocupadas por los clientes.

2. **Indicadores económicos:** Se trata de dos indicadores que facilita el INE y que pretenden facilitar al sector hotelero la toma de decisiones. Los indicadores son el ADR, Average Daily Rate o Tarifa Media Diaria, y el RevPAR, Revenue per Available Room o Ingresos por Habitación Disponible. Estas dos variables, constituyen una fuente importante de información para los establecimientos hoteleros que les permite evaluar su política de precios o revenue management. El valor de estas variables está sobre todo en el nivel a partir del cual los establecimientos establecen su política de precios. El INE recoge mensualmente, a través del cuestionario de la Encuesta de Ocupación Hotelera, información relativa a los precios que los

empresarios hoteleros aplican a sus clientes por el servicio de alojamiento en una habitación.

- Ingreso total por habitación ocupada (RevPor, revenue per occupied room). Total ingresos del hotel entre número de habitaciones ocupadas.
- Ingresos totales por habitación disponible (RevPar). Total ingresos del hotel entre el número de habitaciones disponibles.
- Coste total por habitación disponible.

### **3. Indicadores de calidad**

- Análisis de la procedencia del cliente. Al realizar el registro o mediante encuestas, será de mucha utilidad obtener información que motivaron la elección del hotel (residencia, medio de transporte utilizado, etc.).
- Análisis de la satisfacción del cliente. Conocer la valoración que el cliente le da los servicios hoteleros. Este aspecto, al igual que el anterior, requieren una explicación más detallada.

## 5. RESULTADO

En este apartado, se muestran varios ejemplos de cómo sería la puesta en marcha del sistema de control de gestión creado para la empresa. En cada una de las tablas que veremos a continuación aparecen los distintos centros de responsabilidad, así como sus responsables, alguna de sus tareas a desempeñar y los indicadores necesarios para el seguimiento de las mismas. Cabe aclarar, que todo lo siguiente podrá ser modificado dependiendo de las necesidades específicas que requiera el hotel según vaya avanzado el desarrollo de su actividad.

CENTRO RESPONSABILIDAD: Administración			RESPONSABLE : DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN		
MISIÓN	Asegurar que las funciones administrativas de la empresa funcionen eficientemente				
ACTIVIDADES	Qué	Quién	Cuándo	Cómo	
	Adquisición de materia prima y material inmovilizado.	GDH compras	Apertura y periodos establecidos.	Mediante negociaciones con los proveedores	
	Preparación presupuestos, facturas, impuestos, etc.	GDH contable	Al finalizar el mes	Mediante software específicos	
	Organización del hotel	GDH logística	Semanalmente, priorizando en las actividades de	Reunión con los jefes departamento y revisión de agendas	
INDICADORES	Nomenclatura	Descripción	Forma cálculo	Periodicidad	Seguimiento
	ITH	Ingreso total por habitación ocupada	Total ingresos/Nº habitaciones	Diaria	Informe gestión
	ROI	Retorno sobre inversión	Margen sobre ventas/rotación del	Mensual	Informe gestión
	EF	Eficiencia presupuestaria	(PSTO EJERCIDO/ AUTORIZADO)*100	Bimensual	Informe gestión

Figura 3: Elaboración propia.

CENTRO RESPONSABILIDAD:			RESPONSABLE :		
Servicios			DIRECTOR DE SERVICIOS		
MISIÓN		Atender las necesidades de la empresa que no formen parte de la actividad principal			
ACTIVIDADES	Qué	Quién	Cuándo	Cómo	
	Tareas de mantenimiento de	GDH mantenimiento	Cuando se requiera	A través de partes de solicitud por la plataforma creada para ello	
	Limpieza de las habitaciones y espacios	GDH limpieza	Diariamente	Plan de procesos de limpieza y desinfección	
	Lavado de ropa de cama y mantelería	GDH lavandería	Diariamente	Máquinas lavadoras y secadoras	
	Programación y realización de los menús	GDH catering	Diariamente	Elaboración de las comidas	
INDICADORES	Nomenclatura	Descripción	Forma cálculo	Periodicidad	Seguimiento
	IAM	Índice de acciones de mantenimiento	nº acciones mantenimiento/total m2	Semanal	Informe gestión
	CML	Costes del m2 de limpieza diaria	(coste mo, productos)/m2 totales	Semanal	Informe gestión
	CXC	Coste por comensal	coste menú diario/comensales día	Diario	Informe gestión

Figura 4: Elaboración propia.

## 6. Conclusiones

Como se ha comentado a lo largo de todo el desarrollo del trabajo, el objetivo final que se pretende con la elaboración de este sistema de control de gestión es el uso por parte del hotel de un sistema de gestión especialmente diseñado que mida los resultados obtenidos para seguir con las mismas estrategias o modificarlas si no se están alcanzando los objetivos deseados. Para ello y como se observa en el apartado anterior, se ha desarrollado el sistema de control en varias dimensiones tales como servicios, administración, recursos humanos, etc. La importancia de la planificación estratégica y el sistema que permita controlar la gestión se justifica debido a que el sector hotelero es un sector atractivo en constante crecimiento y la competencia busca tener ventajas competitivas frente a sus rivales. Por esto es esencial que el hotel cuente con una herramienta de gestión útil e idónea, con la cual podrá convertir la estrategia en acción y resultados. El desarrollo de esta propuesta permitirá corregir las actuales carencias que presenta el hotel tales como: no tiene estrategias claramente definidas a seguir, las metas y objetivos no los puede medir, los empleados no saben bien cuál es la misión del hotel y como pueden contribuir para que se cumplan los objetivos, la capacitación de los empleados es mínima y por último, no se sabe cuál es la imagen que proyecta el hotel hacia sus clientes.

Se espera que todo lo diseñado para esta empresa en particular pueda ser de gran ayuda para la

mejora continua de su nueva línea de negocio.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Camejo, A. (2008). El modelo de gestión por competencias. *Revista interdisciplinar*, 8, 101-112.
- Catalina Lapuente, J. (2011). El proceso de control de gestión. *Escuela de organización industrial*, 1, 7-20.
- Daft, R. L. (2007). Teoría y diseño organizacional.
- Díaz de Bustamante y Terminié, L.M. (2011). Informe de gestión. Recuperado de <https://www.meliahotelsinternational.com/sites/default/files/gobierno-corporativo/Informe>.
- Fundación universitaria de los libertadores. (2016). Indicadores de gestión hotelera. In M. Bejarano Prieto, (pp. 5-47). Bogotá, Colombia: Correlación Canónica.
- Garayar, R. (2017, 13 febrero). Los seis pilares de la tecnología hotelera. Recuperado 3 abril, 2018, de <http://www.ithoteler.com/blog/los-6-pilares-de-la-tecnologia-en-gestion-hoteler/>
- Kaplan, R., & Norton, D. (2000). Cuadro de mando integral (4ª ed.). MADRID, España: Eada Gestión.
- Majo, J. y Casadeus, M. (2014, 26 mayo). El uso de las tecnologías de la información en el sector hotelero. *Researchgate*, 1(1), 3-14. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Marti\\_Casadesus/publication/277264731\\_El\\_uso\\_de\\_las\\_tecnologias\\_de\\_la\\_informacion\\_en\\_el\\_sector\\_hotelero/](https://www.researchgate.net/profile/Marti_Casadesus/publication/277264731_El_uso_de_las_tecnologias_de_la_informacion_en_el_sector_hotelero/)
- Mora, A. y Vivas, C. (2001). Nuevas herramientas de gestión pública: el cuadro de mando integral, AECA Monografías.
- Moreno Domene, P., & Estévez Luca, J. (2017). Indicadores de gestión hospitalaria. *Revista Sedisa*, 16, 1-14.
- Organización: las funciones de cada departamento. [Publicación en un blog]. (2011, 24 agosto). Recuperado 14 abril 2018 de <http://mundodelaempresa.blogspot.com.es/2011/08/organizacion-las-funciones-de-cada.html>
- PDCA. Palmes (2010). PDCA. España: Aenor.
- Pérez-Carballo Veiga, J. F. (2013). Control de gestión empresarial (8ª ed.). Madrid, España: ESIC.
- Rodríguez Perea, F. y Peiro, M. (2012). La planificación estratégica en las organizaciones sanitarias. *Revista española de cardiología*, 65(8), 749-754.
- Saldías Cerda, J.D. y Andalaf Chacur, A. (2006) sistema de control de gestión, análisis para las organizaciones sin fines de lucro. *Revista ingeniera industrial*, 1(5), 60-74.
- Salgueiro, A. (2001). indicadores de gestión y cuadro de mandos. (2ª ed.). Madrid, España: ediciones Díaz de Santos.

II Congreso Virtual Internacional Economía, finanzas y contextos organizativos: nuevos retos  
(julio 2018)

## **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL SECTOR PORTUARIO ANDALUZ**

Vanessa Rodríguez Cornejo\*

[vanesa.rodriguez@uca.es](mailto:vanesa.rodriguez@uca.es)

Jaime Sánchez Ortiz\*

[jaime.sanchez@uca.es](mailto:jaime.sanchez@uca.es)

Ángel Cervera Paz\*

[angel.cervera@uca.es](mailto:angel.cervera@uca.es)

Luis López Molina\*

[luis.lopez@uca.es](mailto:luis.lopez@uca.es)

Miguel Ángel Montañez Del Río\*

[miguelangel.montañez@uca.es](mailto:miguelangel.montañez@uca.es)

Departamento de Organización de Empresas.

Universidad de Cádiz



---

## **Resumen**

*El objetivo de este trabajo es definir los objetivos estratégicos que favorecen la implantación de un Cuadro de Mando Integral para el sector portuario, más concretamente para los puertos andaluces. En primer lugar, se realizará un estudio exhaustivo de las características y del funcionamiento del sector portuario andaluz. Y posteriormente, se estudiará la misión, la visión y los valores comunes de los puertos andaluces mediante el análisis de los planes estratégicos de los principales puertos andaluces (Almería, Cádiz, Granada, Huelva, Málaga y Sevilla). Una vez definidas las estrategias a largo plazo, se obtendrán los objetivos comunes que permiten cumplir las estrategias planteadas por las organizaciones portuarias, clasificándolos a través de las perspectivas de Kaplan y Norton. Esta información será útil tanto para usuarios externos como internos y el fin que se propone con el estudio y elaboración del Cuadro de Mando Integral Multiempresa es diseñar una herramienta estratégica común que permita a las organizaciones del sector obtener el máximo beneficio. Por tanto, se propone estudiar los factores estratégicos comunes que nos permitirán conocer el funcionamiento del sector portuario desde una visión empresarial, social y medioambiental, siendo de utilidad dicho análisis para la aplicación en otros sectores estratégicos.*

**Palabras clave:** *Balanced Scorecard, Sector portuario, Planificación estratégica.*

**Código Jel:** M Administración de empresas y economía de la empresa;  
Marketing ; Contabilidad

## 1. INTRODUCCIÓN.

El Balanced Scorecard (BSC) es una herramienta de gestión cuya aplicación ha adquirido gran importancia, como se puede observar en la literatura. Actualmente el BSC está siendo utilizado en la actualidad por entidades de distintos sectores económicos, especialmente en el ámbito de las empresas privadas; no obstante, cada vez más se está aplicando al sector público.

La necesidad de evaluar el desempeño, así como la exigencia de transparencia y de rendir cuentas a los ciudadanos y a los stakeholder, llevan a las entidades públicas a diseñar e implantar sistemas de gestión e indicadores que se lo permitan. Herramientas como el BSC.

El Balance Scorecard, es una herramienta de gestión del rendimiento diseñada para describir la estrategia de una organización y guiar su ejecución hacia el éxito. Es un sistema de gestión que puede usarse en cualquier tipo de organización, para alinear la visión y misión con los requerimientos de los clientes y el trabajo diario, para administrar y evaluar la estrategia, para monitorizar las mejoras de la eficiencia de la operación, para construir capacidad de la organización, y para comunicar el progreso a todos empleados (Gómez et al., 2007).

Existen una gran diversidad de criterios para diseñar un BSC, si bien, son los niveles de responsabilidad o delegación, el horizonte temporal y las aéreas o departamentos específicos, los que permitirán emplearlos como herramienta de apoyo a la toma de decisiones (Weggeman G., 2008).

Como paso previo al diseño de un BSC, es necesario analizar las diferentes fases de dirección estratégica de un sector objeto de estudio que nos permitirá definir los objetivos e indicadores necesarios para la elaboración del mismo (López Viñegla, 2001). El presente artículo versa sobre el análisis de estas fases previas aplicadas al sector portuario.

Para obtener información de gestión, es necesario, en primer lugar, conocer el entorno del sector para evaluar y tomar decisiones (Villalbi et al., 2007). Para ello, se realizará un análisis interno y externo del sector portuario, que permita conocer los factores que podrían generar ventajas competitivas a las autoridades portuarias mediante el análisis de la cadena de valor y aquellos factores del entorno que inciden en las estrategias de las entidades del sector.

Tras el análisis de la información se planteará un plan estratégico, documento que

permite trazar las líneas futuras a seguir por la entidad (Martínez y Milla, 2005). El Plan estratégico debe revisar todas las áreas de la organización, determinando la estrategia seguirá lo que concierne a las variables que como organización se pueden controlar y predecir como a las variables externas que afectan a la evolución de la misma. En el presente artículo, se analizarán todas estas variables que serán necesarias conocer para definir los objetivos e indicadores del Balanced Scorecard en el sector portuario.

En relación a la literatura, existen trabajos relevantes publicados de Balanced Scorecard, siguiendo el esquema descrito anteriormente, y en función de su fin económico y financiero de la empresa.

Se han publicado diversos trabajos sobre empresas lucrativas, cuyo análisis comienza con el estudio de los factores del entorno y el análisis de los planes estratégicos: empresas del sector bancario (Aranda y Arellano, 2010; Hung-Yi Wu, 2012 o Alidade and Ghasemi, 2015), empresas de distribución y logística (Brewer y Speh, 2000 y Rajesh, et al., 2012 o Agrawal et al., 2016), empresas de reciclaje (Mendes et al., 2012), empresas químicas (García et al., 2010 o Fülöp et al., 2014) o empresas eléctricas (Petkovic, 2009 o Sánchez et al., 2016), entre otras.

A su vez, en relación a las empresas no lucrativas, se pueden encontrar diversidad de trabajos de investigación sobre Balanced Scorecard que también han utilizado el análisis estratégico (Kaplan y Robert, 1999; Vidal, 1999; Mora y Urieta, 2001; Niven, 2003, Batidas y Feliu, 2003, McAdam et al, 2005, Chen et al., 2009, Valderrama et al., 2013 Adams, 2014 o Almohamed et al., 2017).

Como se observa, existe una escasa literatura sobre la elaboración de un Balanced Scorecard en el sector portuario y más concretamente de un Balanced Scorecard multiempresa. El sector portuario es un sector estratégico y de actualidad en España, debido al carácter periférico de España respecto a los focos neurálgicos de producción y consumo europeos, la marcada vocación marítima y la tradicional deficiencia de los medios de transporte terrestres con que cuenta. Son estas, entre otras cuestiones; las que han permitido una importante proliferación y desarrollo de los puertos en la franja litoral española.

Por tanto, el sector portuario español necesita de una herramienta estratégica que permita coordinar todos los agentes y recursos que intervienen en la organización, así como una reestructuración del sector.

El objetivo del presente artículo es definir los factores que favorecen la implantación de un Cuadro de Mando Integral en las Autoridades portuarias de Andalucía (Huelva, Sevilla, Bahía de Cádiz, Bahía de Algeciras, Málaga, Motril y Almería). En el caso del sector portuario, se trata de empresas reguladas, es decir, que buscan el máximo beneficio, pero parte de su actividad de la cadena de valor está regulada por empresas estatales, existiendo una peculiaridad relevante en este tipo de empresas. La elaboración de un cuadro de mando integral Multiempresa para el sector portuario, permitirá una mayor información para los directivos de

las distintas empresas del sector, así para los agentes que regulan la actividad portuaria, ya que no solo obtendrían información sobre la actividad de las entidades de manera individual, sino en todo el sector facilitando la regulación en el funcionamiento del sector portuario.

Para cumplir dicho objetivo, se va a realizar un análisis exhaustivo del funcionamiento del sector portuario. Toda esta información nos permitirá conocer tanto los factores externos como internos que influyen de manera directa o indirecta en las actividades que se realizan las empresas del sector portuario.

Una vez se haya estudiado el contexto que influyen de manera relevante en las actividades del sector portuario, el presente artículo finalizará con los objetivos comunes obtenidos de los planes estratégicos de los principales puertos andaluces. Lo permitirá conocer las estrategias y objetivos comunes que están presentes en las actividades diarias de las empresas que pertenecen al sector portuario, para elaborar y diseñar, en un futuro, un Balanced Scorecard Multiempresa basado en dicha información.

La metodología para obtener las estrategias y objetivos comunes de los diferentes puertos andaluces, se va a basar en la lectura y análisis en profundidad de los Planes Estratégicos de los principales Autoridades portuarias operan en Andalucía. Una vez se haya analizado dichos planes estratégicos, se obtendrá una lista de los objetivos principales de cada puerto, clasificados según las perspectivas del Balanced Scorecard de Kaplan y Norton. Finalmente, a partir de las estrategias y objetivos extraídos de manera individual de cada puerto, se obtendrán aquellos objetivos y estrategias comunes que han estado presentes en todos los planes estratégicos.

La estructura del artículo consistirá en un análisis profundo del funcionamiento y de las características del sector portuario andaluz y un análisis de los planes estratégicos que nos permita obtener las estrategias y perspectivas comunes que supongan la base para determinar los indicadores para la futura elaboración de un cuadro de mando integral Multiempresa.

## **2. CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR PORTUARIO.**

La Ley 62/1997, de 26 de diciembre, que modificó la Ley 27/1992, de 24 de noviembre, de Puertos del Estado y de la Marina Mercante, se concretó un nuevo y ambicioso marco estratégico para el sistema portuario español orientado a enfrentar una serie de retos planteados por una Europa sin fronteras y por un mercado globalizado y competitivo. Esto ha permitido asentar los pilares de un modelo participativo en el sistema portuario; en especial, en las Autoridades Portuarias, lo que facilita una favorable respuesta a sus exigencias legales, así como afrontar los retos y desafíos de un negocio en el cual su comprensión, adecuación y desarrollo exige anticiparse a los escenarios futuros al objeto de cumplir sus funciones con la mayor eficacia y eficiencia.

Tras un proceso de evolución normativa, la regulación de la estructura y la gestión del sistema portuario estatal se asienta sobre el Real Decreto Legislativo 2/2011, de 5 de septiembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Puertos del Estado y de la Marina Mercante (TRLPEMM).

Como toda estrategia está alineada con el entorno (López R., 2007), es necesario el estudio del mismo para posteriormente poder establecer y definir los indicadores estratégicos que van a formar el cuadro de mando integral de un sector.

Por ello, en este epígrafe, se van a analizar los siguientes factores claves:

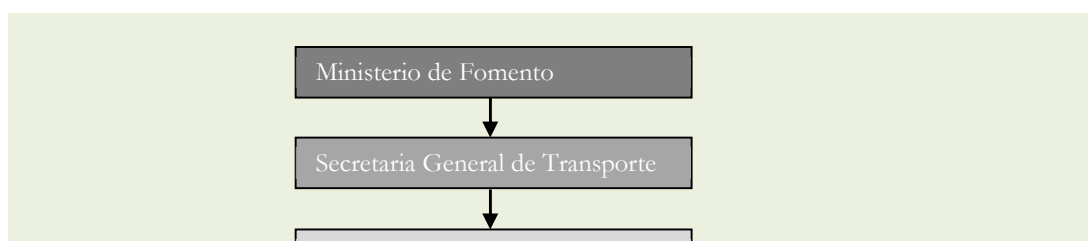
- Análisis del Sistema Portuario de Titularidad Estatal español.
- La gestión del sector portuario.
- La planificación en las Autoridades portuarias.

## 2.1 Análisis del Sistema Portuario de Titularidad Estatal español.

El Sistema Portuario de Titularidad Estatal español (SPTE), regulado por el Real Decreto Legislativo 2/2011, de 5 de septiembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Puertos del Estado y de la Marina Mercante (TRLPEMM), está formado por los puertos de interés general y los puertos de refugio, deportivos y por todos aquellos que no llevan a cabo actividades comerciales.

En España existen un total de 46 Autoridad de interés general, gestionados por 28 Autoridades Portuarias en un sistema de autonomía de gestión, bajo la coordinación del Organismos Públicos Puertos del Estado (OPPE) del Ministerio de Fomento, que coordina y controla en desempeño eficaz y eficiente de las Autoridades Portuarias. (Figura 1).

Figura 1.  
El Sistema Portuario de Titularidad Estatal español.



Fuente: Elaboración propia a partir de AECA, 2006

Los OPPE tienen personalidad jurídica propia y órganos de gobierno propio al igual que cada Autoridad portuaria, este modelo de gestión convierte a cada Autoridad portuaria en la responsable final de la calidad y los servicios que ofrece.

Las 28 Autoridades portuarias se recogen en el siguiente Figura 2. De las cuales 7 son autoridades portuarias de Andalucía.

Figura 2.

Autoridades portuarias del SPTE español y andaluz



Fuente: Puertos del Estado (2016).

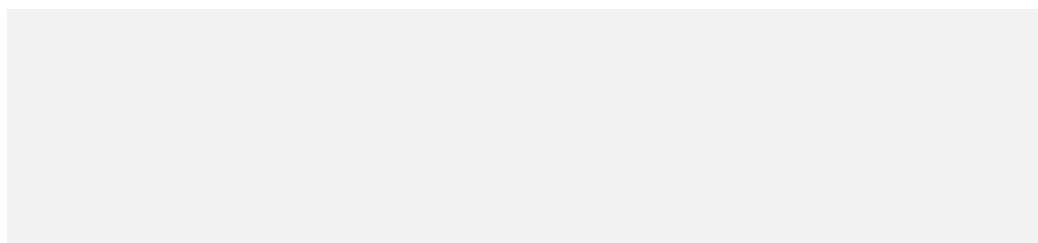
## 2.2 La gestión del sector portuario.

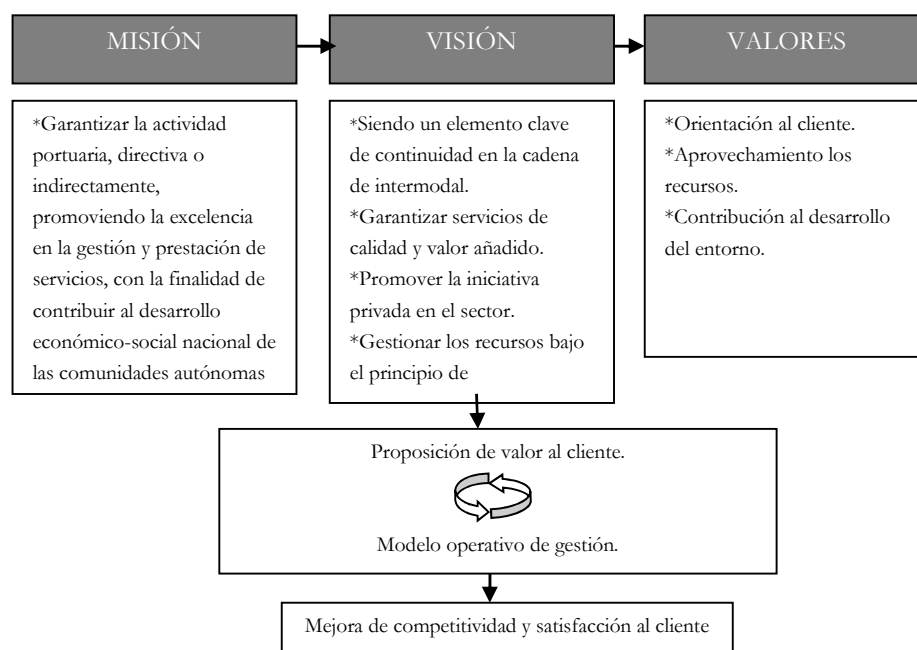
Según la política económica y de transporte del gobierno, es el Ministerio de Fomento quién aprobará las políticas estratégicas, los criterios de actuación y los objetivos generales de gestión técnicos, económicos, financieros y de recursos humanos del sistema portuario estatal, consensuando con Autoridades portuarias. Puertos del estado junto a Autoridades portuarias deberán sujetarse a los objetivos generales establecidos en el marco estratégico del sistema portuario de interés general, que será ejecutado a través de los Planes estratégicos.

Este marco estratégico tiene como propósito la mejora de la competitividad del sistema portuario en un entorno globalizado y con las actividades económicas cada vez más liberalizadas, teniendo que cumplir con un conjunto de ítems que componen la visión estratégica del SPTE (Puertos del Estado, 1998a, 1998b). Esta visión estratégica queda resumida en la Figura 3.

Figura 3.

Visión del SPTE.





Fuente: Giner & Ripoll (2015, 38)

Para alcanzar la misión establecida por la AAPP, "maximizar los beneficios sociales, a través de la optimización de las condiciones de movilidad de mercancías y personas, el desarrollo económico y social de la zona económica a la que sirve cada Autoridad portuaria, contribuyendo con su gestión permanente a la reducción del coste de las importaciones y hacer más competitivas las exportaciones", se desarrollo un análisis estratégico del SPTE centrado en una triple vertiente: el Modelo de Gestión, el Modelo de Organización y el Modelo de Relación, que se muestra en la figura 4.

Figura 4.

Modelo de Gestión, Modelo de Organización y el Modelo de Relación.



Modelo de Gestión	Modelo de Organización	Modelo de Relación
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las políticas portuarias destinadas a potenciar, bajo las directrices establecidas por la Unión Europea, el proceso transformación de los puertos de interés general hacia la consecución de puertos proveedores de infraestructuras y espacios y regulador de los servicios que sean prestados por la iniciativa privada. (González, 2002; Cortes, 2003; Giner y Ripoll 2015)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr la alineación de las estructuras organizativas, políticas y de recursos humanos del SPT con las de las empresas.</li> <li>Las APP tienen autonomía funcional y de gestión, por lo que pueden gestionarse con criterios de carácter empresarial (estructura flexible y adaptable, visión orgánica de la eficiencia y orientación al control de la prestación de servicio (Giner y Ripoll, 2015)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer y definir los mecanismos que permitan la evolución del Sistema portuario, pasando de un sistema centralizado a un sistema abierto y participativo que permita la autonomía de gestión de las AAPP y las competencias y funciones asignadas por la OPEE. (AECA, 2006; Giner y Ripoll, 2015).</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

A partir de este modelo de gestión las AAPP elaborarán los planes directores de infraestructura y de empresas, consensuando con los Puertos del Estado, y posteriormente serán aprobados por el Consejo Rector de Puertos del Estado y por el Consejo de Administración de la Autoridad Portuaria.

Las Comunidades Autónomas transmitirán al Organismo Público Puertos del Estado los objetivos de desarrollo regional establecidos, que puedan tener incidencia en la actividad portuaria, con el objeto de que dicha información pueda ser tomada en consideración a la hora de la definición de los objetivos del conjunto del sistema portuario estatal, y de las Autoridades Portuarias, de acuerdo con los mecanismos previstos en la ley, a cuyo efecto Puertos del Estado les dará traslado de las propuestas de los diferentes planes de las Autoridades Portuarias localizadas en su ámbito territorial. (<http://www.portcastello.com/expansion-integracion/planificacion-portuaria.html>).

## 2.3 La planificación de las Autoridades Portuarias.

Como hemos analizado anteriormente, el OPPE en colaboración con las AAPP, concretará el marco estratégico del SPTE, formado por el Plan estratégico, la Delimitación y Usos Portuarios, el Plan Especial y el Plan Director de Infraestructuras de cada Autoridad Portuaria y, derivado de ellos, se confecciona el correspondiente.

Plan de Inversiones confeccionarán el Plan de Empresa, que recogerá los objetivos de gestión, previsiones de tráfico portuario, programación de inversiones, previsiones y programación económico-financiera, evaluación de la gestión, objetivos e indicadores de sostenibilidad ambiental y análisis y previsiones de los recursos humanos.

Además, las AAPP elaboran su propio Plan de Empresa, de acuerdo con las instrucciones recibidas del OPPE, consolidándose en él los Presupuestos y los

Programas de Actuación Plurianuales que se integran dentro de los Presupuestos Generales del Estado.

La planificación estratégica se desarrolla en seis fases, como puede verse en la Figura 5 (Puertos del Estado, 2001).

Figura 5.

Fases Planificación Estratégica de las Autoridades Portuarias.

1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El OPPE, en colaboración con las AAPP, establece el Marco Estratégico del SPTE y las instrucciones generales correspondientes.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada Autoridad Portuaria, de acuerdo con su Plan Estratégico y con el Plan Director de Infraestructuras del Puerto en cuestión, define su Plan de Inversiones (con previsiones a cinco años) y desarrolla su Plan de Empresa anual.</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anualmente se debate y se acuerda el Plan de Empresa de cada Autoridad Portuaria con el OPPE.</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Comités del Fondo de Compensación Interportuario y del Fondo Financiero de Accesibilidad Terrestre<sup>1</sup> aprueban los fondos a aportar y a recibir de las AAPP, con lo que en ese momento se completa el Presupuesto.</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Consejos de Administración de las AAPP aprueban los Planes de Empresa, los Presupuestos y los Programas de Actuación Plurianuales (PAP) individuales del año siguiente.</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El OPPE consolida los Presupuestos y los PAP individuales, son aprobados por el Consejo Rector del OPPE y, posteriormente, se presenta el Presupuesto del SPTE al Ministerio de Fomento, para su tramitación dentro de los Presupuestos Generales del Estado.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de Puertos del Estado, 2001

Para llevar a cabo esta planificación estratégica, se definen diversos instrumentos entre los que destaca los Planes estratégicos de las Autoridades portuarias, donde se recoge los puertos de su competencia, un análisis y diagnóstico de la situación actual, la definición de las líneas y objetivos estratégicos, los criterios de actuación y el plan de acción. Este plan estratégico se deberá modificar siempre que el Marco Estratégico del SPTE sea modificado o que la situación del entorno cambie sustancialmente.

### 3. LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE LAS EMPRESAS ELÉCTRICAS ESPAÑOLAS: OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS COMUNES.

Una vez delimitado el modelo de gestión y enfocado el modelo de referencia que intente englobar las líneas fundamentales de la dirección estratégica de los

puertos, y elaborado el plan estratégico, se diseñará e implantará un cuadro de mando integral en el sector (Centro Europeo de Empresas e Innovación de España, 2009).

El Balanced Scorecard, se presenta como una metodología que permite, por una parte, el desarrollo del proceso de implantación estratégica y, por otra, la gestión de la estrategia a la gestión de las AAPP (Aparisi, Giner & Pérez, 2009; Aparisi, Giner & Ripoll, 2009; Dutra, Ripoll, Giner, Ensslin & Ensslin, 2015; Ripoll, Aparisi, Giner & Maganto, 2005).

Como se justifica anteriormente, es necesario establecer un plan estratégico común para la elaboración de un cuadro de mando integral en el sector portuario. El objetivo de dicho epígrafe, ha sido analizar las estrategias y objetivos comunes y transversales que existen entre las Autoridades portuarias andaluzas: Huelva, Sevilla, Bahía de Cádiz, Bahía de Algeciras, Málaga, Motril y Almería.

La planificación se define como el “análisis de la información más relevante de la empresa pasada y presente, junto con una previsión o estimación de la evolución futura, en base a la cual se pueda establecer un plan de acción que conduzca a lograr los objetivos” (Centro Europeo de Empresas e Innovación, 2009).

La estrategia puede definirse como el comportamiento empresarial que da respuesta a los cambios del entorno (necesidades de los clientes, nuevas tecnologías, nuevos mercados...) para adaptarse a estos cambios y lograr alcanzar mayores ventajas competitivas.

Por ello, la planificación estratégica consiste en establecer los objetivos y diseñar las políticas necesarias para su cumplimiento en un entorno cambiante, de forma que se definan los recursos necesarios y las acciones a llevar a cabo.

Por tanto, se trata de una herramienta que reúne todo el proceso desarrollado por una entidad de manera formalizada y estructurada. En las Autoridades portuarias, el Plan Estratégico se convierte en un documento de referencia, en donde se establece la misión, visión, valores, objetivos estratégicos, metas, estrategias, actividades, entre otros, con el objetivo de conseguir un servicio de calidad confiabilidad y seguridad para todos los clientes al menor coste posible.

Toda la información que contienen en los planes estratégicos de las Autoridades portuarias nos permitirá conocer los objetivos y estrategias comunes para cada perspectiva del cuadro de mando integral, y así determinar la interrelación existente entre los objetivos e indicadores del cuadro de mando integral del sector.

En el presente artículo, se han extraído los objetivos de los planes estratégicos de las Autoridades portuarias andaluzas y se han clasificado en función de las perspectivas definidas por Kaplan y Norton para la elaboración del cuadro de mando integral. A su vez, se han añadido otras dos perspectivas (perspectiva del marco legal y perspectiva de medioambiente), por las características singulares de

las empresas del sector eléctrico. Finalmente, se establecen los objetivos comunes de los Planes Estratégicos de las empresas eléctricas, que supondrá una información relevante para el futuro diseño del Balanced Scorecard Multiempresa.

### 3.1. Objetivos y estrategia comunes

Para llegar a elaborar un cuadro de mando integral en el sector eléctrico, como se ha podido comprobar en el presente capítulo, es necesario el estudio de todas las estrategias y objetivos comunes que se han planteado las empresas a través de sus planes estratégicos.

La definición de la estrategia para un sector es parte de un proceso de carácter cíclico (Montibeller G. y Belton V., 2006). El ciclo estratégico puede tener carácter informal o intuitivo, siguiendo un proceso repetitivo simple en el cual se plantean los objetivos y se definen las estrategias de cada una de las empresas que forman parte del sector. Una vez se analizan tanto los objetivos como las estrategias, se estudian los elementos comunes que podrían unificar dichos objetivos y estrategias para todo el sector.

A continuación de muestra de forma detallada los objetivos y estrategias comunes, que se tendrán en cuenta para la elaboración de un cuadro de mando integral en el sector eléctrico:

Cuadro 1.

Factores estratégicos comunes según perspectivas Kaplan y Norton

OBJETIVOS GENERALES	
<b>PERSPECTIVA FINANCIERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar volumen de negocio.</li> <li>• Incrementar la rentabilidad en términos económicos y sociales de infraestructuras, espacios, instalaciones y servicios.</li> <li>• Puesta en rentabilidad de la reserva de suelo portuario (nuevas concesiones).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseguir nuevas vías de financiación para el desarrollo del puerto.</li> <li>• Reducción de costes operativos y estructurales.</li> </ul>
<b>PERSPECTIVA CLIENTES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidar los clientes actuales.</li> <li>• Obtener la máxima satisfacción del cliente y calidad del servicio.</li> <li>• Lograr una imagen reconocida, valorada y posicionada en su entorno.</li> <li>• Diversificar el negocio actual con la puesta en práctica de nuevas líneas de negocio y atracción de nuevos tráfico.</li> </ul>
<b>PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducir herramientas de gestión comercial.</li> <li>• Elaborar un plan comercial y de marketing.</li> <li>• Fomentar la innovación.</li> <li>• Lograr la eficiencia organizativa.</li> <li>• Elaborar un plan de integración Puerto-Ciudad.</li> <li>• Fomento del transporte intermodal</li> </ul>
<b>PERSPECTIVA APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conseguir un capital humano capacitado, adaptado y motivado a los nuevos retos del entorno.</li> <li>• Promover el cambio cultural en la organización.</li> <li>• Desarrollar las relaciones con los principales agentes políticos, económicos y sociales relacionados con el Puerto.</li> <li>• Implantar un modelo de gestión orientado a la eficiencia y eficacia.</li> </ul>

#### 4. CONCLUSIONES.

A través del presente artículo, se ha estudiado la misión, la visión y los valores comunes en las Autoridades portuarias de Andalucía mediante el análisis de los planes estratégicos. Una vez se han definido las estrategias a largo plazo, se han obtenido los objetivos comunes que permiten cumplir las estrategias planteadas por las organizaciones portuarias.

En un estudio realizado por Kaplan y Norton (1992), se afirma que “en una investigación a 275 gestores de carteras, indicaban que la capacidad de ejecutar una estrategia era más importante que la calidad de la estrategia en sí” y en otra encuesta concluyeron que “menos del 10% por ciento de las estrategias formuladas correctamente se aplicaban con éxito”. Por esta razón, es necesario estudiar con anterioridad los Planes Estratégicos de las Autoridades portuarias, ya que de esta manera se tiene un conocimiento exhaustivo de las estrategias y objetivos comunes de las diferentes organizaciones del sector, que nos permitirán

elaborar un cuadro de Mando Integral Multiempresa, que incluya intrínsecamente la implementación de las estrategias y objetivos planteados por estas organizaciones.

Es importante destacar que el Cuadro de Mando Integral surge con el objetivo de relacionar las fases de formulación estratégica e implantación de la misma dentro del proceso de dirección estratégica. El Cuadro de Mando Integral transforma la visión y la estrategia en objetivos e indicadores organizados en diferentes perspectivas: financiera, clientes, procesos internos, aprendizaje y crecimiento.

Por ello, esta herramienta se configura como un poderoso instrumento para medir el desempeño corporativo y se ha demostrado que es muy efectiva para enlazar la visión, la misión y la estrategia. Además, permite ofrecer una visión completa de la organización, siendo el elemento esencial del sistema de información que sirve de apoyo al sistema de control de gestión en su misión de mejorar su nivel de competitividad en el largo plazo.

Por tanto, el objetivo de dicha revisión bibliográfica es definir la base teórica para elaborar un cuadro de mando integral para empresas que buscan el máximo beneficio, pero que dicho beneficio está regulado por entidades públicas, al tratarse de un mercado cuya entrada y salida de competidores es muy limitada.

A partir del análisis de los planes estratégicos de las siete Autoridades portuarias andaluzas, se han definido unos factores comunes, basados en las perspectivas de Kaplan y Norton (1997), que van a favorecer la elaboración de los indicadores que se desarrollarán en el Cuadro de Mando Integral Multiempresa. Entre estos factores, es importante destacar alguno de ellos; Conseguir nuevas vías de financiación para el desarrollo del puerto., reducción de costes operativos y estructurales, lograr una imagen reconocida, valorada y posicionada en su entorno, diversificar el negocio actual con la puesta en práctica de nuevas líneas de negocio y atracción de nuevos tráficos fomentar la innovación, lograr la eficiencia organizativa, conseguir un capital humano capacitado, adaptado y motivado a los nuevos retos del entorno o implantar un modelo de gestión orientado a la eficiencia y eficacia.

Como hemos indicado a lo largo del artículo, toda esta información permitirá que las autoridades portuarias desarrollen una herramienta de gestión que permita conocer detalladamente sus costes e ingresos. Por tanto, el Cuadro de Mando Integral puede permitir a las entidades portuarias conocer su estructura de costes e ingresos, lo cual permitirá definir un mejor precio final.

Hay que añadir que esta información, únicamente no solo serviría para los usuarios internos (directivos y empleados) de las entidades portuarias, sino que el establecer un precio objetivo a partir de la herramienta del cuadro de mando

integral, permitiría una mayor transparencia en dicho sector, y por tanto, la información sería más sencilla de interpretar para los usuarios externos.

Por tanto, esta información será útil tanto para usuarios externos como internos y el fin que se propone con el estudio y elaboración del Cuadro de Mando Integral Multiempresa es diseñar una herramienta estratégica común que permita a las Autoridades portuarias obtener el máximo beneficio.

En un próximo artículo, se desarrollará un Cuadro de Mando Integral Multiempresa para el sector portuario, que se basará los factores comunes extraídos en el presente artículo.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Alidade, B. and Ghasemi, M. (2015). Ranking the Branches of Bank Sepah of Sistan Baluchistan Using Balanced Score Card and Fuzzy Multi-Attribute Decision Making Methods. *Research Journal of Recent Sciences*, 4, 17-24. 21-33.

A. Adams, C., Muir, S., & Hoque, Z. (2014). Measurement of sustainability performance in the public sector. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 5(1), 46-67.

Agrawal, S., Singh, R. K., & Murtaza, Q. (2016). Outsourcing decisions in reverse logistics: sustainable balanced scorecard and graph theoretic approach. *Resources, Conservation and Recycling*, 108, 41-53.

Almohamed, M. J., Suliman, S. M. A., & Al Mannai, B. (2017). Improving Operations Management Performance of Bahraini Service Industrial Organizations Using Balanced Scorecard (Public Sector).

Aparisi Caudeli, J. A., Giner Fillol, A., & Pérez García, E. (2009). Evidence on implementing a Balanced Scorecard system at the Port Authority of Valencia. *Global Journal of Business Research*, 3(2), November, 93-116.

Aparisi Caudeli, J. A., Giner Fillol, A., & Ripoll Feliu, V. (2009). Análisis del proceso de implantación de un sistema de gestión estratégica: estudio de caso del Cuadro de Mando Integral en la Autoridad Portuaria de Valencia. *Spanish Journal of Finance and Accounting (Revista Española de Financiación y Contabilidad)*, XXXVIII(142), abril-junio, 189-212. <https://doi.org/10.1080/02102412.2009.10779666>.

Aranda, C., y Arellano, J. (2010). Consensus and link structure in strategic performance measurement systems: A field study. *Journal of Management Accounting Research*, 22, 271–299.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2006). La contabilidad de Gestión en el Sistema Portuario Español. Documento n.º 31.

Brewer, P.C. y Speh, T.W. (2000). Using the balanced scorecard to measure supply chain performance. *Journal of Business Logistics* 21 (1), 75–93.

Centro Europeo de Empresas e innovación (2009). Plan estratégico de implantación de un cuadro de mando integral. *Cámara de Comercio*, España, CR-850-2010.

Chen, S. H., Yang, C. C., & Shiau, J. Y. (2006). The application of balanced scorecard in the performance evaluation of higher education. *The TQM magazine*, 18(2), 190-205.

Cortés García, F. (2003): "EL TRAFICO MARITIMO Y LA ACTIVIDAD PORTUARIA". *Boletín Económico De Ice, Información Comercial Española*, n. 2758, p. 27 - 31.

Dutra, A., Ripoll Feliu, V., Giner Fillol, A., Ensslin, S. R., & Ensslin, L. (2015). The construction of knowledge from the scientific literature about the theme seaport performance evaluation.

*International Journal of Productivity and Performance Management*, 64(2), 243-269. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2014-0015>

Fülöp, G., Hernadi, B., Jalali, M., Meidute-Kavaliauskiene, I., & Ferreira, F. (2014). Developing of sustainability balanced scorecard for the chemical industry: preliminary evidence from a case analysis. *Engineering Economics*, (3), 341-349.

García Valderrama, T., Mulero Mendigorri, E. y Revuelta Bordoy, D. (2010). Diseño y validación de un Balanced Scorecard para la I+D: Evidencia empírica en empresas del sector químico en España. *Revista Española de Financiación y Contabilidad* Vol. XXXIV, nº147 julio-septiembre pp. 477-520.

Giner Fillol, A., & Ripoll Feliu, V. (2015). Cálculo y gestión estratégica de costes portuarios. ISBN- 978-940351-7-3.  
[http://www.issuu.com/fundacionvalenciaport/docs/gesti\\_\\_n\\_costes\\_portuarios84-](http://www.issuu.com/fundacionvalenciaport/docs/gesti__n_costes_portuarios84-)



Gómez, F., & Gil-Zambrano, J. L. (2007). Modelo de gestión del sistema de postgrado UGMA basado en el balanced scorecard. *Cuadernos de Administración*, (38).

González Laxe, F. (2002). Economía marítima y tipologías portuarias. *Boletín Económico del ICE*, 2717,

Hung-Yi Wu (2012). Constructing a strategy map for banking institutions with key performance indicators of the balanced scorecard. *Evaluation and Program Planning* 35 303–320.

Kaplan R.S. y Robert S. (1999). The Balanced Scorecard for Public-Sector Organizations. Balanced Scorecard Report. *Boston: Harvard Business School Publishing*. 15/11/1999.

López Viñegla, A. (2001). El balanced scorecard y el cuadro de mando como herramientas complementarias. Un análisis diferenciado. *Revista Gestión*, 22, p. 10.

Martínez Pedroz, D. y Milla Gutiérrez, A. (2005). La elaboración del Plan Estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. *Ediciones Díaz de Santos*, ISBN: 84-7978-712-0. Madrid, España.

McAdam, R., Hazlett, S. A., & Casey, C. (2005). Performance management in the UK public sector: addressing multiple stakeholder complexity. *International Journal of Public Sector Management*, 18(3), 256-273.

Memoria Anual Puerto de Cádiz 2016

Memoria Anual Puerto de Málaga 2016

Memoria de sostenibilidad del Puerto de Motril 2015.

Mendes P., Santos A., Perna F., Teixeira M. (2012). The balanced scorecard as an integrated model applied to the Portuguese public service: a case study in the waste sector. *Journal of Cleaner Production* 24 (2012) 20-29.

Mora Corral, J. y Vivas Urieta, C. (2001). Nuevas Herramientas de Gestión Pública: el Cuadro de Mando Integral. *AECA*, Madrid.

Niven, Paul R. (2003). Balanced Scorecard Step-by-Step for Government and Nonprofit agencies”. *John Wiley & Sons*, Inc. Mississauga (Canadá).

Petkovic, I. y Petkovics, A., (2009). Performance Scorecards for Electric Power Distribution. *Journal of Strategic Management and Decision Support Systems in Strategic Management*, YU-ISSN 0354-8414, Subotica.

Plan Director Puertos de Andalucía 2014-2020.

Plan Estratégico Puerto de Almería 2009-2015.

Plan Estratégico Puerto de Huelva 2015-2020.

Plan Estratégico Puerto Bahía de Algeciras 2015-2020

Puertos del Estado (1998a). Marco estratégico. Sistema Portuario de Titularidad Estatal. Documento Puertos del Estado, junio.

Puertos del Estado (1998b). Marco estratégico del Sistema Portuario de Titularidad Estatal español. Revista Puertos, 56, agosto-septiembre, 8-10.

Puertos del Estado (2001). Proceso de Planificación Estratégica: la experiencia de Puertos del Estado I. Se introducen modernos procedimientos de gestión. Revista Puertos, 84, mayo, 5-11.

Rajesh R., Pugazhendhi S., Ganesh K., YvesDucq y LennyKoh S.C. (2012). Generic balanced scorecard framework for third party logistics service provider. *International Journal of Production Economics*, 153 (2), 332–349.

Ripoll Feliu, V., Aparisi Caudeli, J. A., Giner Fillol, A., & Maganto López, J. (2005). Caso práctico: la planificación estratégica y la implantación del cuadro de mando integral del sistema portuario español. Harvard-Deusto Finanzas & Contabilidad, 63, enero-febrero, 60-71.

Sánchez-Ortiz, J., García-Valderrama, T., & Rodríguez-Cornejo, V. (2016). Towards a balanced scorecard in regulated companies: A study of the Spanish electricity sector. *The Electricity Journal*, 29(9), 36-43.

Valderrama, T. G., Cornejo, V. R., & Bordoy, D. R. (2013). Balanced Scorecard and Efficiency: Design and Empirical Validation of a Strategic Map in the University by Means of DEA. *American Journal of Operations Research*, 3(1), 30.

Vidal, J. (Coord.) (1999). Indicadores en la Universidad: información y decisiones. *Consejo de Universidades, MEC*. Madrid.

Villalbía J., Joan Guixa, Conrad Casasa, Carme Borrellà, Júlia Durana, Lucía Artazcoza, Esteve Camprubí, Meritxell Cusí, Pau Rodríguez-Montuquína, Josep M. Armengola y Guy Jiménez (2007). The Balanced Scorecard as a

management tool in a public health organization. *Gaceta sanitaria*, Volume 21, Issue 3, pag 271.

Wegmann G. (2008). The balanced scorecard as a knowledge management toll. *The Institute of Chartered Financial Analysts of India Journal of Knowledge Management*, vol. 6, no.3, pp. 22-38.

## RETOS Y DESAFÍOS DE LA ANALÍTICA DE DATOS EN EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN

Aida María de Vicente Domínguez  
Universidad de Málaga  
aidamaria@uma.es

**Resumen:** Los informes indican que uno de los retos a los que deberán enfrentarse las empresas del sector de comunicación es adaptarse a la tecnología Big Data. Tecnología que implicará una nueva inversión y reestructuración. ¿Qué posibilidades ofrece su implementación? ¿Cuáles son los nuevos desafíos a los que tienen que adaptarse los profesionales de la información? ¿Cómo se puede usar para gestionar la comunicación que se ofrece a los usuarios? ¿Cuáles son sus principales beneficios financieros? Estas son algunas de las cuestiones a las que se pretende dar respuesta a través de las aportaciones ofrecidas por informes y expertos destacados en este campo de estudio.

**Palabras claves:** Tecnología Big Data, estrategia empresarial, comunicación, periodismo.

### 1. TECNOLOGÍA BIG DATA

¿Va a ser el big data una etiqueta más que añadir a las múltiples modas que hemos ido viendo y consumiendo a lo largo de los últimos años en el panorama de Internet y los desarrollos digitales o es una tendencia de fondo que está afectando en su totalidad a la evolución de la Web? Tascón (2013) formulaba esta pregunta hace escasos años cuyas respuestas suscitaban gran interés en el sector empresarial.

Estudios actuales confirman que la implantación de esta innovación tecnológica marcará el futuro del sector de la comunicación. Tómese como referente las conclusiones del *Informe Outlook Blanquerna* (2018). La investigación desvela que los principales retos de las empresas de comunicación de Cataluña serán principalmente tres:

- ✓ Adaptarse a las exigencias de los usuarios en el entorno digital.
- ✓ Ajustar los costes a las exigencias del mercado.
- ✓ Adaptarse a la tecnología digital.

Los resultados se han obtenido consultando a 440 profesionales formados en Blanquerna que trabajan en las principales empresas de comunicación de Cataluña dedicadas al periodismo, la comunicación corporativa, la televisión y el sector audiovisual. El informe también desvela las principales innovaciones que marcarán el futuro de este sector: *Big Data* (46,2%), *Internet of things* (34,5%), realidad virtual (14,2%), Inteligencia artificial (12,4%), Smart TV (11,9%), dispositivo *ewearable* (9,1%) y *blockchain* (6,9%). Ergo, la analítica de datos ocupa el primer lugar.

Pesquisas realizadas en Latinoamérica obtienen los mismos resultados. El Big Data será una de las principales tendencias en comunicación. El informe *Latin American Communication* (2017) desvela que el tema estratégico considerado más relevante para gestionar la comunicación hasta 2019 es enfrentarse a la evolución digital y a la websocial. El segundo puesto en orden de importancia marca que será usar tecnología Big Data y/o los algoritmos para la comunicación. La implementación de esta tecnología, indica, es usada para guiar las acciones diarias y desvela que en Latinoamérica “los departamentos de comunicación excelentes están más avanzados en cuanto a la aplicación de big data” (p. 117).

### 2. OPORTUNIDADES DE LA ANALÍTICA DE DATOS

La tecnología Big Data ofrece al sector periodístico nuevas oportunidades de negocio que repercutirán en beneficios financieros y competitivos. Algunas de las principales aportaciones que ofrece su implementación son tres:

- ✓ Identificar cuál es la ruta de navegación de los usuarios por la Web: cuántas veces acceden a la web, qué páginas son las que más visitan, a qué hora y día se conectan o qué temas son los que más le interesan. Datos específicos de cada lector y de cada sector que permiten personalizar el producto lo que incrementará su tiempo en la Web.
- ✓ Conocer cuáles son las reacciones frente a determinadas informaciones y consumo de las mismas.
- ✓ Estar al tanto de los dispositivos y canales de acceso a la web.

Breimer (2017) expone que al mediar las audiencias en Internet la tendencia está en poner más énfasis en los que se denomina *attention web* y que consiste en recopilar diversos datos: "Cuántas veces un usuario regresa a un medio en un período; cuántas veces los usuarios comentan; cuánto tiempo un usuario pasa en el sitio en un período; cuánto tiempo un usuario pasa por visita; en cuáles contenidos se detiene más tiempo; cuánto se desplaza el cursor en un contenido (para verificar que se vio algo más que el titular); y cuántas veces comparte el contenido y en qué redes" (p. 317).

Contenidos significativos para planificar qué, cómo y de que forma la información debe ser mostrada al consumidor; prever un análisis de los posibles riesgos; obtener nuevas vías de ingresos; o conocer el impacto de la actuación de la empresa en tiempo real. Colle (2013) afirmaba: "tener en cuenta lo que ocurre en la 'red de redes', es cada vez más necesario: de ello puede depender ahora la supervivencia del medio de comunicación" (p. 2). Información de utilidad para generar estrategias que fidelicen al cliente.

Modelo empresarial que ha sido implantado por el diario *Clarín*. En mayo de 2018 anunciaba el rediseño de su estrategia empresarial a través de conocimiento de las audiencias mediante el Big Data incluyendo también un área de Bran Studio.

Clarín tiene la mayor audiencia en la Argentina y gracias a su tecnología la conoce, la estudia, la analiza. Descubre cuáles son sus intereses y hábitos de consumo reales. "Si una marca quiere conocer a su audiencia, llegar a ellos de una manera eficiente y desarrollar las mejores estrategias de comunicación para impulsar su negocio, solo tiene que venir a Clarín. Somos líderes en lo que hacemos, tenemos tecnología y los datos", sostuvo Pablo Giudici, jefe de Big Data y Analytics (Audiencias, 2018: párr.5).

El conocimiento de las audiencias es también relevante para incrementar de publicidad. La recopilación de datos sobre sus gustos permite insertar anuncios que no provoque rechazo en el usuario ya que mediante la analítica de datos se puede identificar: La reacción de los usuarios frente a los mensajes publicitarios; el rastro que va dejando el consumidor de sus experiencias con el producto; las secciones que son las más idóneas para insertar mensajes publicitarios; el momento más efectivo para insertar la publicidad; o el éxito de una campaña.

Acciones que ayudan a orientar y redireccionar el negocio de una forma más segura porque al obtener los datos en tiempo real se puede enviar al usuario el mensaje en el momento exacto y anticiparse a sus necesidades. Otros beneficios es ahorrar costes ante la posibilidad de segmentar la publicidad incrementando los ingresos publicitarios:

*Financial Times* en 2014 arrancó una nueva forma de cobrar por la publicidad basada en el tiempo que el anuncio ha sido visto por los usuarios (CPH, o coste por hora), no en el número de veces que un usuario ve un anuncio (CPM, o coste por mil impresiones) o hace clic en un anuncio (CPC, o coste por clic) (Joseph, 2016). Esa nueva medición mide *engagement* en vez de cantidades de impresiones o usuarios (Breimer, 2017: 308).

Otra de las estrategias usadas por el *Financial Times* consiste en recopilar datos del lector para fidelizarlo y así aumentar su número de suscripciones. Cortes y Pedrol (2016) indican que su modelo está conformado por un equipo superior a 30 personas cuya misión es gestionar los

datos para que la circulación del periódico aumente y conseguir que la publicidad en el formato impreso sea más efectiva

La recopilación de información por parte de FT empezó 2007 pidiendo a los usuarios registrarse para leer ocho artículos al mes gratis, aportando su email, código postal, sector, profesión y cargo. Esta información le fue muy útil al periódico para ofrecer anuncios publicitarios más targetizados y también definir los patrones de comportamiento de sus lectores para convertirlos en suscriptores a tiempo completo. El *Financial Times* supera ya los 5 millones de usuarios registrados (Cortés y Pedrol, 2016, p. 2).

Papí- Gálvez y García Bonal (2015) concluyen en un estudio centrado en la agencias de los medios: "La gestión de big data es el camino idóneo para optimizar la labor de las agencias y alcanzar un conocimiento más amplio del entorno que les rodea y del público. Todo ello les permitiría enfocar sus estrategias con mayores garantías de éxito y generar beneficios a medio y largo plazo" (web).

### 3. NARRATIVAS INFORMATIVAS BASADAS EN DATOS

Las posibilidades que el Big data, en el sector periodístico, además de conocer a las audiencias, es analizar grandes volúmenes de datos para contar historias que son de interés social y pueden usarse en todas las secciones del periódico. Modalidad de comunicación experimentada y usada por diarios de diversas áreas geográficas y para la que recomiendan modificar la estructura de las tradicionales redacciones por equipos multidisciplinares.

El informe *Integrando el Periodismo de Datos en las redacciones* elaborado por el Centro Internacional para Periodistas International Center For Journalims (2015), analizó siete importantes medios de comunicación de Estados Unidos, Gran Bretaña y Latinoamérica. El estudio muestra como todos los que trabajan esta modalidad comunicativa lo hacen con equipos conformados por profesionales de diferentes disciplinas: "Usando a un equipo de fútbol como metáfora, Toledo explica que cada posición aporta una experiencia diferente al juego, a la vez que todos trabajan juntos para lograr un objetivo común" (p. 4).

El Laboratorio de Innovación Audiovisual de RTVE en España también está conformado por un equipo que difiere de las clásicas redacciones tradicionales. El redactor, en el departamento de producción interactiva, trabaja junto a diseñadores, realizadores y técnicos o programadores conjuntamente. Un laboratorio que tiene una sección denominada "periodismo de datos" y que ha experimentado e investigado diversas formas de contar historias analizando datos en bruto.

### 4. PERFILES PROFESIONALES PARA LA ANALÍTICA DE DATOS

¿Por qué las empresas no tienen implementadas estas tecnologías? El informe Latin American Communication (2016- 2017) indica que los profesionales de la información presentan problemas para comprender de manera global el Big Data. (p. 21) y que los principales desafíos para los profesionales de la información cuando trabajan con Big Data son:

- ✓ Falta de tiempo para estudiar/analizar el big data
- ✓ Falta de soluciones de software que encajen con las necesidades de comunicación
- ✓ La calidad de los datos
- ✓ Seguridad de los datos y gestión del riesgo
- ✓ Falta de presupuesto
- ✓ Barreras organizacionales
- ✓ Falta de personal informático que pueda apoyar

- ✓ Preocupaciones éticas
- ✓ Restricciones legales

La comprensión de algoritmos, junto a estos motivos que explican la falta de cualificación, ocupa el último lugar de las competencias en social media en Latinoamérica. Unas barreras que hay que solucionar porque una de las predicciones del El informe elaborado por *The Future Today Institute* denominado “2018 *Tech trends for Journalism and Media*” es que los medios necesitan contar con equipos de investigación especializados en algoritmos y datos. Ergo, es imprescindible que los profesionales de la comunicación cuenten con herramientas tecnológicas que permitan analizarlos y presentarlos de forma inteligente.

El dominio de estas herramientas les permitirá analizar las opiniones, la reputación y el vínculo con la marca. En este contexto ¿qué formación debe tener este perfil profesional denominado científico de datos? Tomando como referencia el tipo de perfiles que conforman cada una de las redacciones mostradas en el estudio *Integrando el periodismo de datos en las redacciones* se desprende que hay que tener conocimientos de ingeniería informática, diseño, programación, aplicaciones básicas de hojas de cálculo (Excel u google docs), estadística básica o visualización de datos. Competencias a las que hay que añadir: Entender el lenguaje de los negocios, capacidad para adaptarse y reciclarse hacia las nuevas demandas de la sociedad de la comunicación o saber interactuar con los usuarios.

## 5. CONCLUSIONES

Las encuestas eran una de las metodologías más usuales para obtener datos del consumidor. Información clave para tomar las decisiones más oportunas en cualquier estrategia empresarial. Ahora, las nuevas tecnologías ofrecen nuevas alternativas: obtenerlos mediante la analítica de datos para ser competitivos en el entorno digital. Frente a quienes dudan si es una inversión rentable están los que defienden que aumentar el tiempo de consumo en la web aumenta los ingresos publicitarios, clave para el sustento de los *mass media*. Innovación tecnológica que según indican los informes será necesaria implantarla en las futuras estrategias de comunicación digital de las empresas.

Una estrategia de comunicación que precisará de una nueva reestructuración como lo hicieron para adaptarse al entorno digital. Una reconfiguración que es un nuevo desafío para el que será preciso contar con nuevos perfiles profesionales que tendrán que formarse para este reto empresarial y atender a los asuntos legales. Nuevas formas de ofrecer un producto donde la información vertida por el usuario, y recopilada en tiempo real, determinará qué acción es la más rentable. Acciones que pueden repercutir en la *agenda setting* y en el modelo de interactuar con los lectores. Nuevas formas de informar que deben construirse atendiendo y preservando los valores periodísticos. Un desafío, insisto, sobre el que hay que reflexionar para basar las tecnologías sobre los principios fundamentales del periodismo.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Audiencias, Métricas e Innovación: Clarín pone el Big Data al servicio del cliente. En *Marketing y Tecnología*, 26 de mayo de 2018, URL disponible en: [https://www.clarin.com/sociedad/clarin-presento-trends-innovacion-servicio-clientes\\_0\\_Ske68M8yX.html](https://www.clarin.com/sociedad/clarin-presento-trends-innovacion-servicio-clientes_0_Ske68M8yX.html)

Breimer, J. (2017). David vs. Goliat en medios digitales: el capital social como arma defensiva ante Facebook y Google, En Lara, A; Arias, F. (coords.). *Mediamorfosis. Perspectivas sobre la innovación en periodismo*. XXIII Congreso Internacional de la Sociedad Española periodística, pp. 306- 321.

Colle, R. (): Prensa y "Big Data": El desafío de la acumulación y análisis de datos. *Revista mediterránea de comunicación*, vol. 4, pp. 275-282.

Cortes, S; Pedrol E. (2016). El uso del big data en las estrategias de comunicación corporativa. URL disponible en: [https://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2016/10/161102\\_DI\\_Articulo\\_Big\\_Data\\_ESP.pdf](https://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2016/10/161102_DI_Articulo_Big_Data_ESP.pdf)

Herman, J. (2016). Media websites battle faltering and revenue and traffic. New York Times, 17 de abril, URL disponible en: <https://www.nytimes.com/2016/04/18/business/media-websites-battle-falteringad-revenue-and-traffic.html>

Latin American Communication Monitor. Tendencias en comunicación estratégica: big data, automatización, engagement, influencers, coaching y competencias (2017). Resultados de una encuesta en 17 países. Madrid, España: EUPRERA/DIRCOM. URL disponible en: <http://latincommunicationmonitor.com/site/wp-content/uploads/2017/05/LCM-2016-2017.pdf>

Outlook Blanquerna: perspectives del sector de la comunicación a Catalunya (2018), URL disponible en: <https://www.blanquerna.edu/sites/default/files/FCC/outlookblanquerna.pdf>

Papí-Gálvez, N.; García-Bonal, R. (2016). La comunicación de la innovación de las agencias de medios. Big data en las webs propias. Ámbitos, nº. 31, pp. 1-14

Tascón, M. (2013). Pasado, presente y futuro. Telos, junio- septiembre, nº 95, pp. 47-50.

The Future Today Institute (2018). Tech trends for journalism and Media. URL disponible en: [https://helt.digital/wp-content/uploads/2017/10/ONA-Trends\\_7.pdf](https://helt.digital/wp-content/uploads/2017/10/ONA-Trends_7.pdf)

Zancheli, M; Crucianelli, S. (2015). Integrando el Periodismo de Datos en las redacciones elaborado por el Centro Internacional para Periodistas. International Center for Journalists, URL disponible en <https://ijnet.org/sites/default/files/integrating%20data%20journalism-spanish.pdf>



## ANÁLISIS TERRITORIAL DE LA EVOLUCIÓN DE LAS PRESTACIONES POR DESEMPLEO EN ESPAÑA

Miguel Blanco Canto<sup>1</sup>

[miguel.blanco@uca.es](mailto:miguel.blanco@uca.es)

Vanesa Aparicio Rodríguez<sup>2</sup>

[vanesa.apariciorodriguez@alum.uca.es](mailto:vanesa.apariciorodriguez@alum.uca.es)

María de la Asunción Sánchez Domínguez<sup>3</sup>

[asunsd@msn.com](mailto:asunsd@msn.com)

### RESUMEN

Desde el inicio de la crisis económica en el año 2008 se ha producido una amplia modificación en el ámbito jurídico de las prestaciones por desempleo, incidiendo en el nivel contributivo y asistencial, modificando los requisitos de acceso, el concepto legal de desempleo, el régimen de solicitud y nacimiento de la prestación, así como la extinción de las mismas.

En este trabajo de investigación se ha realizado un análisis a nivel de Comunidades Autónomas de la evolución de las prestaciones por desempleo durante el período 2008 hasta 2016. Para ello se aplica el coeficiente de correlación Spearman. Entre los resultados obtenidos, destacar como Andalucía se ha mantenido como la principal Comunidad Autónoma que más paro ha mantenido durante todos estos años.

**Palabras Claves:** Prestaciones por desempleo, Comunidades Autónomas, Desempleo, Mercado de Trabajo.

### ABSTRACT

Since the beginning of the economic crisis in 2008 there has been a wide modification in the legal scope of unemployment benefits, affecting the contributory and assistance level, modifying the access requirements, the legal concept of unemployment, the application and birth of the benefit, as well as the extinction of the same.

In this research work an analysis has been made at Autonomous Communities level of the evolution of unemployment benefits during the period 2008 to 2016. For this the Spearman correlation coefficient is applied. Among the results obtained, highlight how Andalusia has remained the main Autonomous Community that has maintained more unemployment during all these years.

**Key Words:** Unemployment benefits, Autonomous Communities, Unemployment, Labor Market.

---

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas. Profesor del Departamento de Economía General de la Universidad de Cádiz.

<sup>2</sup> Graduada en Relaciones Laborales y Recursos Humanos.

<sup>3</sup> Licenciada en Ciencias económicas y Empresariales. Técnica de Empleo.

## 1. INTRODUCCIÓN:

El desempleo es uno de los problemas que más preocupan a los españoles; el crecimiento del paro en España, y el empeoramiento de la situación económica, han creado un ambiente de desánimo en todos los sectores de la población. El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) contribuye al conocimiento de la sociedad española, recogiendo datos necesarios para realizar investigaciones en ámbitos muy diversos. En el último informe elaborado indica que la principal preocupación de los españoles es el paro con un 66,8%.

El interés suscitado en el tema sobre las prestaciones por desempleo en España viene derivado de la alarmante tasa de desempleados que hay actualmente en nuestro país; en este trabajo de investigación se ofrece un análisis de las prestaciones por desempleo de las diferentes Comunidades Autónomas, ya que el mercado de trabajo ha sufrido diversas variaciones positivas y negativas en el ámbito laboral.

La prestación por desempleo es percibida tras la pérdida de forma involuntaria del empleo, gestionada y abonada por el Servicio Público de Empleo, percibiendo los desempleados una cuantía en función de las cotizaciones percibidas durante los periodos trabajados. A consecuencia del comienzo de la crisis en el año 2008 se produce una amplia modificación en el ámbito jurídico de las prestaciones por desempleo, incidiendo en el nivel contributivo y asistencial, modificando los requisitos de acceso, el concepto legal de desempleo, el régimen de solicitud y nacimiento de la prestación, así como la extinción de las mismas.

Se han empleado diferentes datos a través del EPA entre 2008 hasta 2016. A partir de estos datos se ha estudiado las tasas de paro de las diferentes Comunidades Autónomas, así como los beneficiarios de las prestaciones de desempleo y el número de desempleados. Se aplica el coeficiente de correlación Spearman a las diferentes Comunidades Autónomas de España entre los años 2008 hasta 2016, comprobando si ha existido variación en ese tramo de años. Los resultados evidencian como Andalucía se ha mantenido como la principal Comunidad Autónoma que más paro ha mantenido durante todos estos años.

## 2. MARCO TEÓRICO:

Las políticas de empleo se dividen en las políticas activas y las políticas pasivas;

### POLÍTICAS ACTIVAS

Sirven para mitigar situaciones de desigualdad y distorsiones originarias por los fallos del mercado de trabajo. El objetivo de estas políticas activas es la contribución a la mejora del funcionamiento de dicho mercado. Otro de los objetivos es el incremento de la utilización de la mano de obra y la competencia en el mercado de la producción (Artículo 36, Real Decreto Legislativo 3/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Empleo).

Las políticas activas inciden en el funcionamiento del mercado de trabajo incrementando el nivel de empleo o la reducción del número de desempleados. Este tipo de políticas se anticipan a las situaciones de desempleo provocadas por los cambios en las condiciones económicas y tecnológicas de las empresas.

Tiene cinco objetivos principales:

- ☐ Aumentar la transparencia del mercado laboral.
- ☐ Optimizar los recursos humanos.
- ☐ Estabilizar el empleo.

- ☐ Mejorar la inserción laboral de los colectivos desfavorecidos y en riesgo de exclusión social
- ☐ Impulsar la creación y el reparto del empleo.

Existen tres líneas de intervención dentro de las políticas activas de empleo (Artículo 10.4 Real Decreto Legislativo 3/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Empleo)

- Políticas de formación. Su objetivo es mejorar la formación de los desempleados o activos con riesgos de ser futuros desempleados; Trata la mejora de la formación facilitando así el acceso al mercado laboral con la ampliación de sus conocimientos. Tipos de formación:

- ☐ Formación profesional. Destinada a las personas que dejan el sistema educativo y que no tienen ningún tipo de cualificación para comenzar a trabajar, la formación profesional integra acciones formativas y de orientación.

- ☐ Formación ocupacional. Destinada al colectivo de desempleados para su rápida inserción al mercado laboral, la formación está relacionada con las necesidades del mercado de trabajo.

- ☐ Formación continua. Destinada a los activos ocupados que quieren mejorar su cualificación. (Ruesga, Lasierra, & Murayama, 2002).

- Políticas de promoción de empleo. Fomenta el autoempleo y el desarrollo de la iniciativa empresarial. Los colectivos que se favorecen por esta iniciativa son fundamentalmente los minusválidos, jóvenes y mujeres. Para ello se conceden a las empresas incentivos para su contratación ya sea indefinida o a tiempo parcial.

- Políticas de funcionamiento de mercado laboral. Tratan de mejorar el funcionamiento del mercado laboral, intermediando entre la oferta y la demanda de empleo, asesorando a los desempleados en la búsqueda de empleo y contribuyendo en la colocación de desempleados, como son por ejemplo las Empresas de Trabajo Temporal. (Ruesga, Lasierra, & Murayama, 2002)

#### ☐ POLÍTICAS PASIVAS

El seguro de desempleo se destina a los trabajadores que han cotizado durante un determinado periodo de tiempo. Para tener acceso a estas prestaciones de protección por desempleo los destinatarios deben de estar buscando activamente empleo y encontrarse en situación de desempleo. (Toharia, 1998).

En España se diferencian el sistema de desempleo en dos niveles:

- Nivel contributivo.

Prestación económica por desempleo total o parcial. Proporciona prestaciones que sustituya a las rentas dejadas de percibir como consecuencia de la suspensión del contrato laboral o la reducción de la jornada. (Artículo 262.2 Ley General de la Seguridad Social, en adelante LGSS).

- Nivel asistencial.

Protege a los desempleados que están inscritos como demandantes de empleo durante el plazo de un mes, no hayan rechazado una oferta de empleo y carezcan de rentas. (Artículo 262 LGSS y artículo 274 LGSS).

#### ☐ PRESTACIONES POR DESEMPLEO

El seguro por desempleo se inició en España en 1961 con la aprobación de la Ley 62/1961 de 22 de julio. Más tarde, con el objetivo de unificar el sistema de protección social se aprueba la Ley de Bases de la Seguridad Social. (Ley 62/1961, de 22 de julio, por la que se implanta el Seguro Nacional de Desempleo).

Posteriormente, se aprueba el reglamento de prestaciones por desempleo. En él se incluyen situaciones no contempladas en la normativa anterior, como son las derivadas de las suspensiones de contratos o reducciones de jornada laboral provocadas por los expedientes de regulación de empleo (ERE). Con esta ley aparece los Subsidios por Desempleo como prestaciones complementarias para trabajadores que hayan agotado la prestación contributiva por desempleo y que tuvieran responsabilidades familiares y para emigrantes retornados que obtenían una prestación económica del 75% del Salario Mínimo Interprofesional (SMI). (Ley 51/1980, de 8 de octubre, Básica de Empleo).

La Ley 31/1984 deroga el Título II de la Ley 51/1980 Básica de Empleo, ante el deterioro del empleo y el alto crecimiento de desempleo. Se introduce cambios en la figura jurídica de los despidos procedentes. Con la Ley 31/1984 aparece la modalidad de pago único por la cual la Entidad Gestora abona de una sola vez el valor actual del importe de la prestación de nivel contributivo, dependiendo de las cotizaciones que tenga el trabajador. (Ley 31/1984, de 2 de agosto, de protección por desempleo).

La actual Ley General de la Seguridad Social se aprueba en 1994 con el Real Decreto Legislativo de 20 de junio, afianzándose con el Pacto de Toledo en el que se aseguraba la estabilidad en las prestaciones del futuro. En 1994 se aprueba la Ley General de la Seguridad Social derogándose la Ley 31/1984 sobre la prestación por desempleo, quedando de la siguiente forma:

#### **Situación legal de desempleo.**

Cuando se considere extinguida la relación laboral en virtud del ERE, por muerte, jubilación, incapacidad del empresario, cuando se extinga el contrato laboral, por despido improcedente o procedente declarado judicialmente, despido por causas objetivas, resolución voluntaria por parte del trabajador como consecuencia de la modificación de las condiciones de trabajo, entre otras causas incluidas en la legislación. (Artículo 208.1 Real Decreto Legislativo 1/1994, de 20 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social).

#### **Personas protegidas.**

Los trabajadores incluidos en el Régimen General de la Seguridad Social, personal contratado en régimen de derecho Administrativo y funcionarios de empleo al Servicio de las Administraciones Públicas, trabajadores de otros Regímenes Especiales y los liberados de prisión. (Artículo 205 Real Decreto Legislativo 1/1994, de 20 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social).

#### **Acción protectora.**

El nivel contributivo que conforma el desempleo total y parcial y abono de la aportación de la empresa correspondiente a las cotizaciones de la Seguridad Social durante la percepción de la prestación por desempleo; y por otro lado, el nivel asistencial. (Artículo 206 Real Decreto Legislativo 1/1994, de 20 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social).

#### **Requisitos.**

Estar en situación de alta y afiliado, tener cubierto el periodo de cotización de 12 meses en los últimos 6 meses, encontrarse en situación de desempleo y no haber cumplido la edad ordinaria de jubilación. (Artículo 207 Real Decreto Legislativo 1/1994, de 20 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social).

Con el Real Decreto Ley 3/2004 (Real Decreto Ley 3/2004, de 25 de junio, para la racionalización de la regulación del salario mínimo interprofesional y para el incremento de su cuantía), se modifican los topes máximos y mínimos de la prestación por desempleo. Desde la entrada en vigor de esta ley los topes van vinculados al Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples (IPREM).

La promulgación del Real Decreto Ley 2/2009, de Medidas Urgentes para el Mantenimiento y Fomento del Empleo y la Protección de las Personas Desempleadas, favorece la protección por desempleo a aquellas personas que hayan agotado su prestación por desempleo y así impedir la exclusión de dicho colectivo. Esto se hace posible con el compromiso del desempleado adquiriendo el compromiso de participar en un programa de inserción laboral para afrontar el largo periodo de desempleo.

A finales del año 2010 se aprueba la Ley 35/2010, de 17 de septiembre, para la Reforma del Mercado de Trabajo. En plena crisis económica, se produce una paralización de la economía de nuestro país y consecuentemente se produce un descenso en la contratación y un aumento de los niveles de desempleo, por ello y para impulsar el empleo se necesita llevar a cabo una serie de reformas. El objetivo principal es impulsar la creación de empleo estable, restringiendo los contratos temporales y fomentando el empleo indefinido entre los jóvenes, mediante bonificaciones fiscales a las empresas.

Una de las modificaciones importantes que se produce es la introducción del Real Decreto Ley 20/2012, de 13 de julio, a consecuencia de la recesión y de la crisis económica desde 2008, deben solventarse la estabilidad presupuestaria, haciéndose una serie de reducciones y ajustes en las prestaciones por desempleo, entre otras.

Con la introducción del Real Decreto Ley 4/2013 se lleva a cabo una serie de reformas relativas tanto a la compatibilidad de la prestación por desempleo con el trabajo por cuenta propia, como en las prestaciones en su modalidad de pago único. Siendo los beneficiarios de la prestación por desempleo los menores de 30 años que se constituyan como trabajadores por cuenta propia y tenga trabajadores a su cargo, compatibilizando esta prestación por un periodo máximo de 270 días, siempre que lo solicite en un plazo máximo de 15 días desde el inicio de la actividad por cuenta propia. (Real Decreto Ley 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo).

### 3. METODOLOGÍA:

El horizonte temporal que se contempla en este análisis abarca el período 2008 –inicio de la crisis económica- hasta 2016. Los datos utilizados en este TFG provienen de la información suministrada por la Encuesta de Población Activa (EPA).

La Encuesta de Población Activa (EPA) es una investigación continua y de periodicidad trimestral que se realiza desde el año 1964. Su finalidad es obtener datos de la población en relación con el mercado de trabajo: ocupados, activos, parados e inactivos. Cuya finalidad es averiguar las características de dicha población en relación con el mercado de trabajo.

De la información publicada por la EPA se han utilizado las siguientes series:

- Número de beneficiarios de las prestaciones por desempleo por CCAA.
- Número de desempleados por CCAA.
- Tasa de desempleo por CCAA.

Con la tasa de paro de las diferentes Comunidades Autónomas, se ha aplicado el análisis de correlación de Spearman. Dicho coeficiente toma valores que oscilan entre -1 y +1. Los aproximados a 1 indican que es una correlación fuerte y positiva y de lo contrario el valor -1 indica una correlación fuerte y negativa. Sin embargo, los valores próximos a 0 indican que no hay correlación lineal. Se calcula con la siguiente ecuación:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

Este es un tipo de análisis frecuentemente utilizado por los investigadores en los estudios sobre el mercado de trabajo. Uno de los autores que utiliza el método Spearman es José Villaverde Castro en un análisis de las tasas de desempleo y sus prestaciones entre los años cincuenta y noventa donde las Comunidades Autónomas han tenido una trayectoria bastante similar entre todas, tendencias bastantes estables entre los años sesenta y más tarde han ido variando. Al igual que José Villaverde, otros de los autores que usan el método Spearman son Melchor Fernández, Roberto Bande y Víctor Montuega que el fin de su análisis es estudiar la estabilidad del empleo y desempleo con una ordenación de las regiones.

En esta investigación se ha dividido el número de desempleados entre el número de beneficiarios de prestaciones por desempleo en cada una de las Comunidades Autónomas en todos los años objeto de este estudio. Posteriormente se ha aplicado el coeficiente de correlación de Spearman para determinar si han existido variaciones significativas en las posiciones relativas de cada CCAA.

#### 4. RESULTADOS

En la siguiente tabla se analiza las prestaciones por desempleo de los últimos cuatro trimestres de las diferentes Comunidades Autónomas entre los años 2008 hasta 2016. Los datos utilizados para analizar el paro en las diferentes regiones de España han sido ofrecidos por el EPA.

**Cuadro 1. Número de desempleados entre el número de beneficiarios de prestaciones por desempleo por CCAA**  
(En miles)

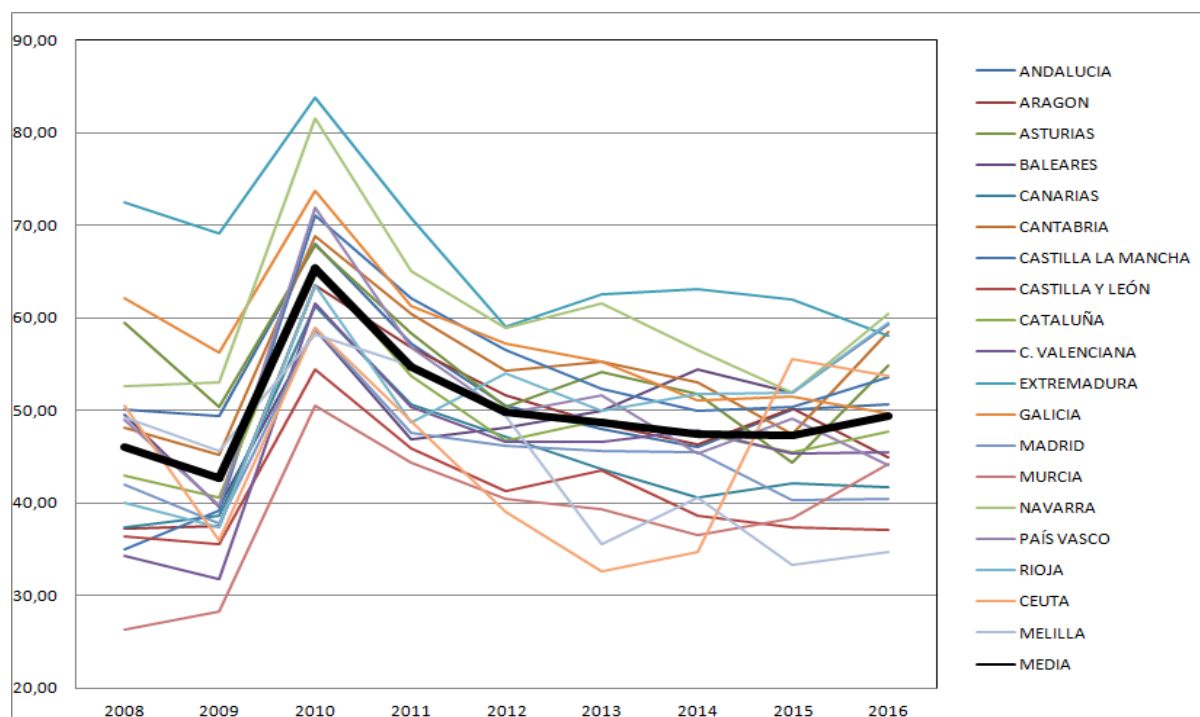
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Andalucía</b>	50,18	49,47	68,05	57,22	50,57	48,00	46,00	50,15	50,67
<b>Aragón</b>	37,25	37,54	63,48	56,85	51,61	48,63	46,38	50,20	44,99
<b>Asturias</b>	59,43	50,42	67,82	58,41	50,40	54,21	51,74	44,38	54,86
<b>I.Baleares</b>	49,49	39,65	58,83	46,92	48,18	49,97	54,47	51,89	59,34
<b>Canarias</b>	37,40	38,69	61,37	50,69	47,21	43,63	40,61	42,14	41,69
<b>Cantabria</b>	48,13	45,15	68,88	60,44	54,27	55,28	53,04	47,44	58,50
<b>Castilla La Mancha</b>	35,00	39,19	71,14	62,16	56,58	52,40	49,94	50,44	53,54
<b>Castilla y León</b>	36,41	35,60	54,51	45,95	41,28	43,50	38,58	37,32	37,13
<b>Cataluña</b>	42,96	40,56	65,74	53,71	46,75	49,02	47,57	45,50	47,73
<b>C. Valenciana</b>	34,35	31,85	61,59	50,46	46,62	46,56	47,83	45,35	45,49
<b>Extremadura</b>	72,45	69,18	83,80	70,77	59,12	62,56	63,08	62,02	58,12
<b>Galicia</b>	62,14	56,25	73,71	61,27	57,29	55,35	51,09	51,44	49,63
<b>Madrid</b>	41,95	37,81	58,98	47,58	46,23	45,65	45,54	40,34	40,52

<b>Murcia</b>	26,32	28,28	50,48	44,32	40,51	39,28	36,58	38,32	44,29
<b>Navarra</b>	52,69	52,99	81,59	65,03	58,91	61,59	56,58	51,87	60,44
<b>P. Vasco</b>	49,00	39,78	71,93	56,84	49,68	51,66	45,34	49,17	44,12
<b>La Rioja</b>	40,08	37,38	63,61	48,73	54,05	49,98	51,78	51,90	59,48
<b>Ceuta</b>	50,49	35,95	58,88	48,90	39,03	32,64	34,70	55,55	53,72
<b>Melilla</b>	49,21	45,64	58,19	54,87	49,40	35,53	40,65	33,27	34,79
<b>MEDIA</b>	<b>46,05</b>	<b>42,70</b>	<b>65,40</b>	<b>54,80</b>	<b>49,88</b>	<b>48,71</b>	<b>47,45</b>	<b>47,30</b>	<b>49,42</b>

FUENTE: Elaboración propia a través de estadística anual desde 2008 a 2016. INE<sup>4</sup>

La gráfica es una representación del cuadro número 1; las prestaciones en las diferentes comunidades autónomas han ido variando mediante han ido pasando los años. Con la media obtenida de los diferentes años y de las diferentes comunidades autónomas se observa que las prestaciones han ido disminuyendo desde 2010 hasta 2015 de forma considerable, pero que en la actualidad está subiendo ligeramente, aunque no de forma muy notable.

**Gráfica 1. Número de desempleados entre el número de beneficiarios de prestaciones por desempleo por CCAA (En miles)**



FUENTE: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en el Cuadro 1.

<sup>4</sup> [www.ine.es](http://www.ine.es) (fecha de consulta: 24 de enero de 2018).

Se han estudiado los diferentes años de la crisis económica en las diferentes Comunidades Autónomas, a continuación, se le ha aplicado el método Spearman y se le ha asignado un número del 1 al 19. La primera posición indica la mayor tasa de prestaciones por desempleo y por el contrario el número 19 se asigna a la Comunidad Autónoma con menor tasa de prestación por desempleo.

**Cuadro 2. Posición relativa de cada CCAA**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Andalucía</b>	6	5	7	7	8	12	12	9	9
<b>Aragón</b>	15	13	12	8	7	11	11	8	13
<b>Asturias</b>	3	4	9	6	9	5	6	14	6
<b>I.Baleares</b>	7	9	16	17	12	9	4	3	3
<b>Canarias</b>	14	11	14	12	13	15	16	15	16
<b>Cantabria</b>	10	6	6	5	5	4	3	11	4
<b>Castilla La Mancha</b>	17	16	5	3	4	6	8	7	7
<b>Castilla y León</b>	16	10	18	18	17	16	17	18	18
<b>Cataluña</b>	11	7	10	11	14	10	10	12	11
<b>C. Valenciana</b>	18	17	13	13	15	13	9	13	12
<b>Extremadura</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	5
<b>Galicia</b>	2	2	3	4	3	3	7	6	10
<b>Madrid</b>	12	12	16	16	16	14	13	16	17
<b>Murcia</b>	19	18	19	19	18	17	18	17	14
<b>Navarra</b>	4	3	2	2	2	2	2	4	1
<b>P. Vasco</b>	9	8	4	9	10	7	14	10	15
<b>La Rioja</b>	13	14	11	15	6	8	5	5	2
<b>Ceuta</b>	5	15	15	14	19	19	19	2	8
<b>Melilla</b>	8	5	17	10	11	18	15	19	19
	--	<b>0,83</b>	<b>0,57</b>	<b>0,94</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>



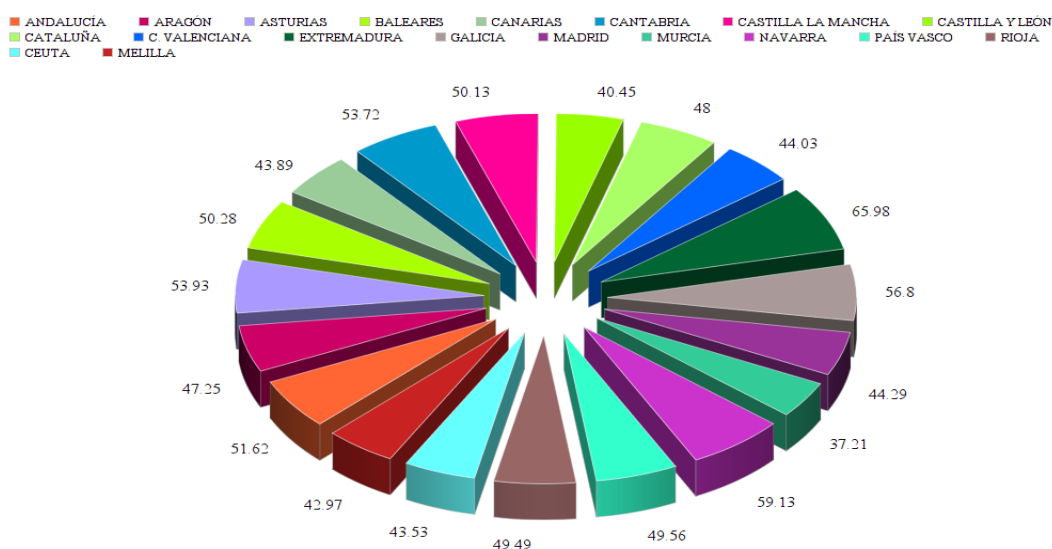
FUENTE: Elaboración propia a través de estadística anual desde 2008 a 2016. INE<sup>5</sup>

Con estos datos se ha aplicado el índice de Spearman para saber el nivel de correlación existente y poder comparar la evolución del desempleo en las diferentes Comunidades Autónomas. Los valores están desde 2008 hasta 2011 por debajo de 1 y a partir de 2012 hasta 2016 se mantiene en el 1 por lo que no existe variación alguna con respecto a la correlación.

A partir de la información disponible en la Encuesta de Población Activa (EPA) elaborada por el INE, se incluye la información relativa a los beneficiarios de las prestaciones por desempleo en las diferentes CCAA en el año 2016 y la variación en porcentaje de las prestaciones entre los años 2015 y 2016. En la que todas las CCAA desciende el número de beneficiarios de prestaciones por desempleo con respecto al año anterior.

Para la siguiente gráfica se han utilizado los datos de las cantidades de prestaciones por desempleo obtenidas por las diferentes CCAA, desde 2008 hasta 2016. De cada CCAA se ha sacado la media.

Gráfica 2. Media anual 2008-2016 por CCAA



Fuente: Elaboración propia

## BENEFICIARIOS DE LAS PRESTACIONES POR CCAA

Cuadro 3. Beneficiarios de las prestaciones por CCAA

	Total beneficiarios	% Total	% Variación 2015/2016
Andalucía	549.287	27,68	-2,97

<sup>5</sup> www.ine.es (fecha de consulta: 28 de enero de 2018).

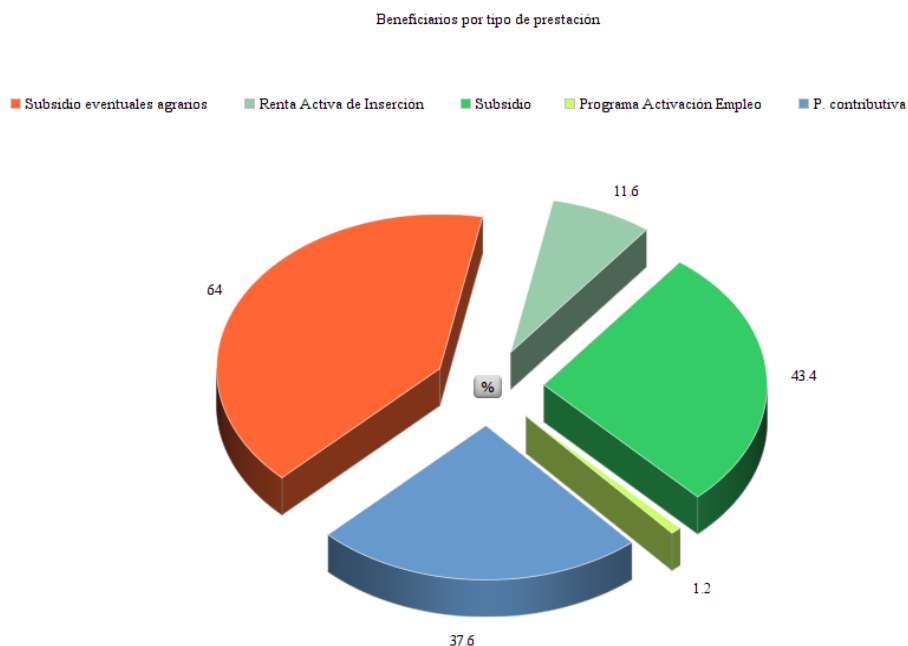
<b>Aragón</b>	38.647	1,95	-10,89
<b>Asturias</b>	35.634	1,80	-12,14
<b>I.Baleares</b>	83.877	4,23	-2,49
<b>Canarias</b>	106.311	5,36	-9,67
<b>Cantabria</b>	21.767	1,10	-9,93
<b>Castilla La Mancha</b>	80.692	4,07	-4,45
<b>Castilla y León</b>	92.466	4,66	-10,40
<b>Cataluña</b>	267.244	13,47	-9,98
<b>C. Valenciana</b>	197.944	9,98	-7,17
<b>Extremadura</b>	82.034	4,13	-4,70
<b>Galicia</b>	101.803	5,13	-9,61
<b>Madrid</b>	183.717	9,26	-9,88
<b>Murcia</b>	56.736	2,86	-4,90
<b>Navarra</b>	17.971	0,91	-11,24
<b>P. Vasco</b>	51.222	2,58	-12,30
<b>La Rioja</b>	9.568	0,48	-8,68
<b>Ceuta</b>	4.217	0,21	-2,02
<b>Melilla</b>	3.239	0,16	-9,47
<b>TOTAL</b>	1.984.376	100,00	-7,02

FUENTE: Elaboración propia a través de estadística anual 2015 y 2016. INE<sup>6</sup>

## VOLUMEN DE BENEFICIARIOS SEGÚN PRESTACIÓN POR DESEMPLEO

Gráfica 3. Beneficiarios según prestación por desempleo. INE

<sup>6</sup> www.ine.es (fecha de consulta: 4 de febrero de 2018).



Fuente: Elaboración propia a través de estadística anual 2015 y 2016. INE<sup>7</sup>

Durante estos últimos años se ha producido una bajada de la calidad de las prestaciones por desempleo al reducirse las prestaciones contributivas en favor de las asistenciales, debido al agotamiento de las prestaciones contributivas ante la prolongada duración de la crisis y a la corta duración de los contratos que no da derecho a percibir estas prestaciones.

## DESEMPLEADOS POR CCAA

Cuadro 4. Número de desempleo por CCAA (En miles de personas)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Andalucía</b>	845,6	1.034,1	1.117,4	1.247,0	1.446,8	1.462,5	1.395,7	1.198,3	1.120,3
<b>Aragón</b>	66,00	90,9	107,2	111,7	126,1	133,7	120,7	93,7	87,8
<b>Asturias</b>	49,7	69,0	80,9	91,9	116,6	107,9	98,4	95,8	67,3
<b>I.Baleares</b>	68,6	113,4	127,4	149,8	146,5	133,7	111,4	102,8	81,9
<b>Canarias</b>	215,4	285,1	306,4	329,5	358,8	365,3	342,2	297,1	274,0
<b>Cantabria</b>	25,1	35,8	41,2	45,4	54,7	55,9	51,2	48,6	35,7
<b>Castilla La Mancha</b>	136,1	168,5	188,6	205,1	244,1	256,7	234,3	201,4	169,1

<sup>7</sup> www.ine.es (fecha de consulta: 4 de febrero de 2018).

<b>Castilla y León</b>	147,9	192,3	219,1	251,8	305,5	292,4	283,1	246,8	219,0
<b>Cataluña</b>	465,0	659,8	705,2	804,1	925,6	839,5	756,5	668,6	558,5
<b>C. Valenciana</b>	370,5	558,3	562,8	622,0	682,7	668,3	569,4	520,4	467,4
<b>Extremadura</b>	88,1	103,4	120,1	141,3	175,3	164,1	151,8	140,5	141,3
<b>Galicia</b>	127,7	167,6	203,0	239,8	276,9	280,9	263,8	222,7	204,2
<b>Madrid</b>	347,7	502,0	545,3	619,0	664,5	685,5	612,3	562,8	489,1
<b>Murcia</b>	109,7	155,1	180,1	191,9	212,2	206,6	196,9	164,9	130,5
<b>Navarra</b>	25,7	33,0	37,4	43,9	54,6	51,0	46,4	41,4	30,8
<b>P. Vasco</b>	92,0	130,4	118,7	144,0	177,4	173,3	174,1	132,5	126,2
<b>La Rioja</b>	16,0	22,3	24,9	30,1	29,4	31,9	26,4	21,5	16,6
<b>Ceuta</b>	5,5	8,1	8,8	10,7	14,0	14,1	12,8	8,4	8,0
<b>Melilla</b>	4,5	5,9	7,8	8,2	9,3	12,3	10,1	11,3	10,2

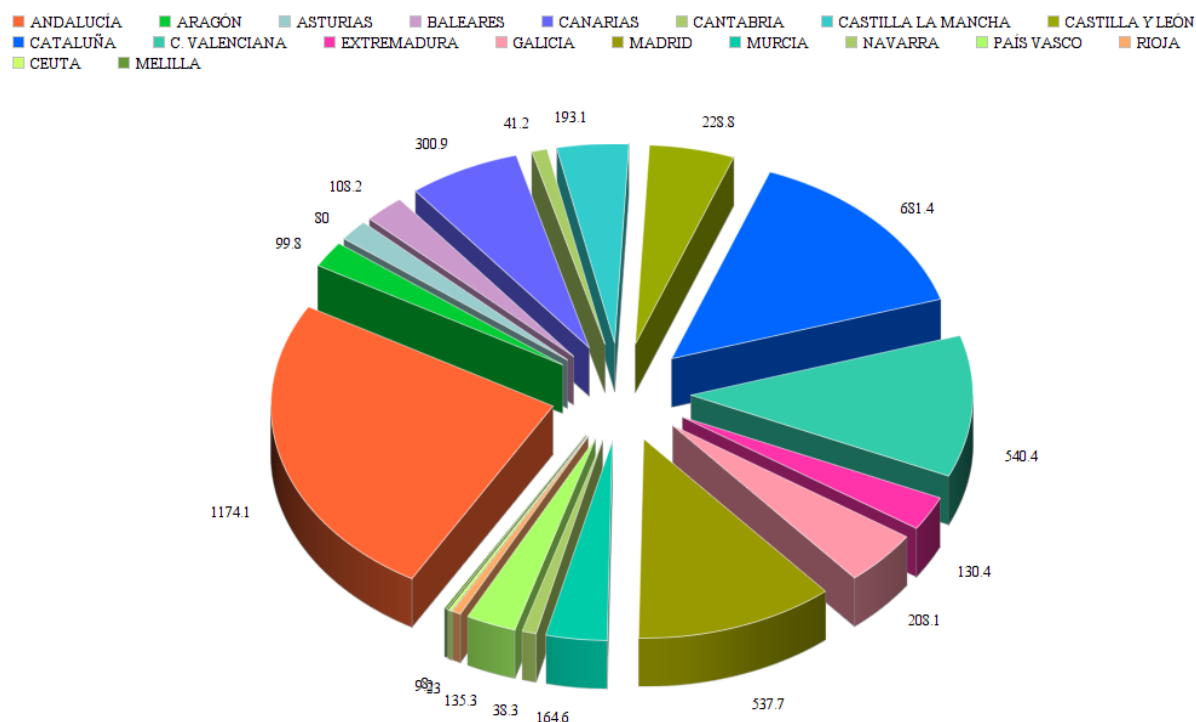
Fuente: Elaboración propia a través de estadística anual desde 2008 a 2016. INE<sup>8</sup>

Se introduce una tabla de la tasa de paro desde 2008 hasta 2016, parte de los desempleados son beneficiarios de las prestaciones por desempleo, en la que Andalucía durante todos esos años predomina como comunidad con más porcentaje de desempleados frente a Navarra con menos desempleados.

Para la siguiente gráfica se han utilizado el total de desempleados de las diferentes CCAA con datos desde 2008 hasta 2016, aplicándole la media a cada una de ellas.

<sup>8</sup> [www.ine.es](http://www.ine.es) (fecha de consulta: 8 de febrero de 2018).

Gráfica 4. Media anual 2008-2016 por CCAA



Fuente: Elaboración propia

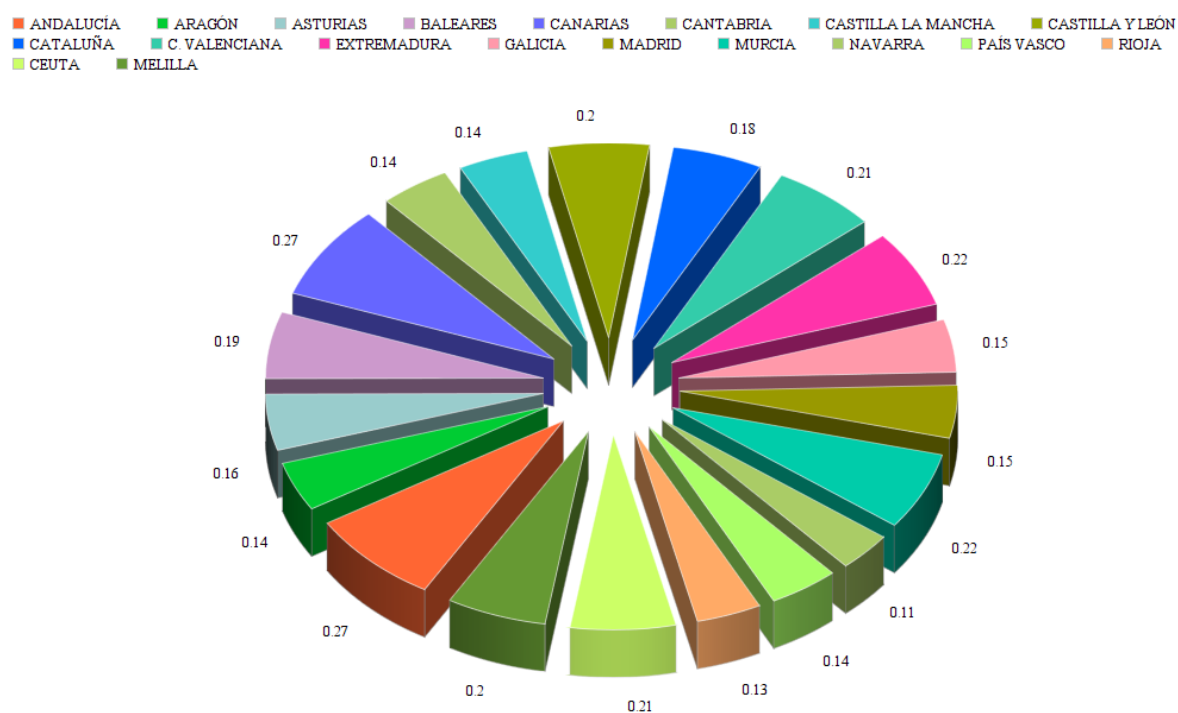
Cuadro 5. Tasa de desempleo por CCAA

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Andalucía</b>	19,71%	25,36%	26,54%	29,70%	34,26%	34,08%	31,67%	27,29%	25,70%
<b>Aragón</b>	9,96%	14,25%	15,54%	17,01%	16,79%	20,01%	15,46%	11,77%	11,45%
<b>Asturias</b>	8,34%	13,40%	15,53%	19,95%	23,63%	21,36%	20,34%	21,03%	14,96%
<b>I.Baleares</b>	12,44%	20,80%	22,90%	25,79%	24,29%	24,34%	19,92%	17,28%	12,95%
<b>Canarias</b>	19,07%	26,96%	29,87%	30,01%	32,91%	34,22%	30,08%	25,92%	23,45%
<b>Cantabria</b>	8,43%	12,53%	13,12%	16,12%	19,23%	18,52%	19,29%	17,16%	12,62%
<b>Castilla La Mancha</b>	8,87%	12,55%	14,43%	15,84%	19,23%	20,80%	18,24%	14,96%	13,27%
<b>Castilla y León</b>	13,46%	17,51%	19,54%	22,65%	26,31%	26,55%	24,87%	21,20%	18,62%
<b>Cataluña</b>	12,34%	18,18%	19,10%	20,70%	24,65%	22,29%	20,16%	16,53%	13,91%
<b>C. Valenciana</b>	13,71%	22,81%	22,20%	25,05%	27,25%	26,23%	22,62%	20,33%	17,49%
<b>Extremadura</b>	14,71%	17,73%	21,50%	25,87%	31,59%	29,50%	27,28%	23,68%	24,27%

<b>Galicia</b>	8,76%	11,79%	15,17%	17,55%	21,36%	22,49%	20,79%	16,98%	15,63%
<b>Madrid</b>	9,33%	14,29%	15,16%	18,50%	19,79%	19,43%	18,35%	16,35%	14,15%
<b>Murcia</b>	15,77%	22,68%	25,06%	26,15%	28,87%	27,41%	25,26%	20,57%	15,64%
<b>Navarra</b>	7,17%	9,77%	11,56%	13,20%	16,79%	15,50%	14,96%	12,06%	9,23%
<b>P. Vasco</b>	7,91%	11,59%	10,66%	12,27%	16,69%	16,68%	16,92%	12,31%	11,95%
<b>La Rioja</b>	8,39%	13,22%	14,22%	17,48%	18,50%	17,97%	13,64%	14,22%	9,19%
<b>Ceuta</b>	9,11%	17,54%	18,14%	20,23%	28,74%	32,28%	28,26%	17,98%	18,93%
<b>Melilla</b>	14,17%	12,64%	20,04%	16,78%	23,71%	34,40%	21,59%	29,04%	21,81%

Fuente: Elaboración propia a través de estadística anual desde 2008 a 2016. INE<sup>9</sup>

Gráfica 4. Media anual 2008-2016 por CCAA.



Fuente: Elaboración propia a través de estadística anual desde 2008 a 2016. INE<sup>10</sup>

Con respecto al desempleo existente en España se aprecia en la gráfica que las comunidades de Andalucía y Canarias son en las que más se aprecia el desempleo y las que menos Navarra,

<sup>9</sup> www.ine.es (fecha de consulta: 8 de febrero de 2018).

<sup>10</sup> www.ine.es (fecha de consulta: 8 de febrero de 2018).

Rioja, País Vasco, entre otras comunidades. Se considera que a pesar de los años transcurridos de la crisis económica, en la actualidad hay comunidades que se sienten aún castigadas por la situación económica ya que se puede observar que no ha tenido variación alguna.

## CONCLUSIONES:

Desde que se inició el seguro por desempleo iniciado en España en 1961 hasta la actualidad, se ha podido demostrar que la legislación ha ido variando según la situación económica en España, en este caso, en los años de crisis económica la ley de empleo ha ido modificándose a consecuencia del aumento de desempleo, por lo que se han impulsado la creación de empleo restringiendo los contratos temporales y favoreciendo la contratación a las personas en riesgos de exclusión.

Se han analizado los diferentes tipos de políticas de empleo que mejoran el funcionamiento del mercado a través de objetivos como son los de estabilizar el empleo a partir de su creación, y que, por otro lado, las personas que no consiguen un empleo serán beneficiarios de las prestaciones por desempleo con las políticas pasivas, las cuales ayudan a favorecer a los demandantes de empleo que en ese momento se encuentran en paro.

Los datos ofrecidos por la EPA demuestran que conforme va avanzando el periodo de estudio, las prestaciones por desempleo no han ido evolucionando de forma notable. La aplicación de la metodología de Spearman aplicado a nivel nacional en cada comunidad autónoma ha permitido evidenciar que con respecto a las prestaciones por desempleo no ha existido variación en las comunidades autónomas en época de crisis económica; sin embargo, entre Extremadura y Castilla y León ha existido una alta diferencia durante todos estos años atrás, teniendo Extremadura más beneficios en las prestaciones por desempleo.

Este estudio ha ayudado a demostrar que mediante el método Spearman aplicado a los diferentes años de la crisis económica, el coeficiente de correlación no ha variado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- ALVARADO, E. (1998): *"La crisis del Estado del bienestar en el marco de la crisis de fin de siglo: algunos apuntes sobre el caso español"*. (1st ed.) Editorial: Tecnos.
- BECKER, G. (1983). *"El capital humano"*. Editorial: Alianza.
- BURZACO SAMPER, M. (2015): *"Cooperativismo y poder público en España"*. (1st ed.). Madrid: Dykinson.
- CAPÓ, J. (2004): *"Macroeconomía"*. Universitat Illes Balears..
- CITA PREVIA INEM. (2017). *Cita previa INEM*. Visitado: 17 de Mayo de 2017, desde <http://www.citapreviainem.es>.
- Constitución Española, 1978.
- ESTATAL, S. (2017). *Servicio Público de Empleo Estatal*. [www.sepe.es](http://www.sepe.es). Visitado: 15 de Mayo de 2017, desde <http://www.sepe.es>.
- ESTRATEGIA EUROPEA DE EMPLEO (1997).
- <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=101&langId=es>. Visitado: 27 de Mayo de 2017, desde <http://ec.europa.eu>.

- FLEISS, J.L. (1986). *"The design and analysis of clinnical experiments"*. New York: Wiley.
- FINA, L., & PÉREZ, J. (2001). *"El reto del empleo"*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- FONDO SOCIAL EUROPEO (2016). *"El Fondo Social Europeo: Políticas activas de empleo y servicios públicos de empleo"*. Visitado: 2 de junio de 2017, desde <http://ec.europa.eu>.
- HOWELLS, P. (2012). *"Economías Postkeynesianas"*. Nuevas corrientes del pensamiento económico. Marzo-Abril 2012. N.º 865, págs. 16-22.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. (2017). [www.ine.es](http://www.ine.es). Visitado: 28 de Mayo de 2017, desde <http://www.ine.es>.
- LEY 62/1961, de 22 de julio, por la que se implanta el Seguro Nacional de Desempleo.
- LEY 51/1980, de 8 de octubre, Básica de Empleo.
- LEY 13/1982, de 7 de abril, de integración social de los minusválidos.
- LEY 31/1984, de 2 de agosto, de protección por desempleo.
- LEY 22/1992, de 30 de julio, de medidas urgentes sobre fomento del empleo y protección por desempleo.
- LEY 22/1993, de 29 de diciembre, de medidas fiscales, de reforma del régimen jurídico de la función pública y de la protección por desempleo.
- LEY 43/2006, de 29 de diciembre, para la mejora del crecimiento y del empleo.
- LEY 35/2010, de 17 de septiembre, para la Reforma del Mercado de Trabajo.
- MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN. (2017). <http://www.exteriores.gob.es/>. Visitado: 28 de Junio de 2017, desde <http://www.exteriores.gob.es/>.
- PIERRE, P. & ROCHON, L. (2006): *"Teorías monetarias poskeynesianas"*. Ediciones AKAL.
- TOBES, P. (2016): *"El desarrollo de las políticas activas en España: Un análisis de los planes de acción para el empleo"*. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. [www.empleo.gob.es](http://www.empleo.gob.es).
- RECIO, A. (1997), *"Trabajo, personas, mercados. Manual de Economía Laboral"*. Editorial Icaria.
- REAL DECRETO LEY 36/1978, de 16 de noviembre, sobre gestión institucional de la Seguridad Social, la salud y el empleo.
- REAL DECRETO LEY 5/2002 de 24 de mayo sobre las Reformas del Sistema de Protección por desempleo y Mejora de Ocupabilidad.
- REAL DECRETO LEY 3/2004, de 25 de junio, para la racionalización de la regulación del salario mínimo interprofesional y para el incremento de su cuantía.
- REAL DECRETO LEY 2/2009, de Medidas Urgentes para el Mantenimiento y Fomento del Empleo y la Protección de las Personas Desempleadas.
- REAL DECRETO LEY 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad.
- REAL DECRETO LEY 4/2013, de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo.



REAL DECRETO LEGISLATIVO 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.

REAL DECRETO LEGISLATIVO 8/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social.

RUESGA, S., LASIERRA, J., & MURAYAMA, C. (2002). *“Economía del trabajo y política laboral”*. Madrid: Ediciones Pirámide.

SENTENCIA DEL TRIBUNAL SUPREMO de 18 de marzo, 12 de noviembre de 2008, nº 1413270.

TAYLOR, M. & MANKIW, N., (2017): *“Economía”*. Editorial: Parainfo, S.A.

TRATADO DE AMSTERDAM (1997). <http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-es.pdf>. Visitado el: 27 de junio de 2017, desde:

<http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-es.pdf>.

TOHARIA, L. (1998): *“El mercado de trabajo en España”*. Editorial: McGraw-Hill.

TORRES, J. & MONTERO, A., (2005): *“Trabajo, empleo y desempleo en la teoría económica: la nueva ortodoxia”*. Principios, nº3/2005, págs 10-15.

## **ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LA CALIDAD DEL EMPLEO Y LA DESPROTECCIÓN SOCIAL EN LA REGIÓN DE MURCIA**

Ángel Manzanares Gutiérrez<sup>1</sup>  
Universidad de Murcia  
Departamento de Economía Aplicada  
angel.manzanares@um.es

### **Resumen**

Este ensayo es un análisis cuantitativo del problema de la precariedad laboral y la desprotección social en la Región de Murcia. Utilizando diversas fuentes de información estadística se estudia la evolución de la calidad del empleo y las prestaciones sociales en la Región de Murcia y se compara con España. La intención es determinar si la precariedad laboral es un problema estructural y si la región está situada, en relación a la calidad del empleo y las prestaciones, en peores condiciones que el promedio nacional. En definitiva, aunque los datos sobre las tasas de paro manifiestan una mejoría, los indicadores estudiados sugieren que el empleo es cada vez más precario y que está caracterizado por la alta temporalidad, la jornada a tiempo parcial, los salarios bajos y la desprotección social.

### **Palabras clave**

- Precariedad laboral - desprotección social - contratación eventual - prestaciones.

### **Abstract**

This paper is a quantitative analysis of the problem of job insecurity and lack of social protection in the Region of Murcia. Using various sources of statistical information, the evolution of the quality of employment and social benefits in the Region of Murcia is studied and compared with Spain. The intention is to determine if job insecurity is a structural problem and if the region is located, in relation to the quality of employment and benefits, in worse conditions than the national average. In short, although the data on unemployment rates show an improvement, the indicators studied suggest that employment is increasingly precarious and characterized by high temporality, part-time work, low wages and lack of social protection.

### **Key Words**

- Job insecurity - lack of social protection - eventual hiring - benefits

---

<sup>1</sup> Doctor en Desarrollo y Cooperación Internacional. Personal Docente Investigador.

## 1. Introducción

En los últimos años, intensificado por la crisis económica, se están produciendo transformaciones importantes en las relaciones laborales. Los altos niveles de paro y la precarización laboral están deteriorando el mercado de trabajo. También se ha acelerado el proceso de flexibilización del mercado laboral lo que ha supuesto una mayor inestabilidad laboral y un aumento en las tasas de rotación. Los cambios en la normativa laboral tampoco han ayudado, todo lo contrario, han obstaculizado la protección social. Además, se ha modificado y se ha cuestionado el modelo de la Seguridad Social (pensiones, edad de jubilación, prestaciones por desempleo, etc.) corriendo el riesgo de la pérdida de cobertura y del aumento en los niveles de exclusión. El sindicalismo y las negociaciones se han visto debilitadas y los trabajadores han ido perdiendo los derechos adquiridos. Cada vez es menor el papel que juega el estado como redistribuidor de la riqueza tolerando un mercado que regula por sí solo el empleo, los salarios y las prestaciones sociales. A lo que debe añadirse el fortalecimiento empresarial, que de forma unilateral, fija las condiciones del trabajo y del salario (Espinoza, 2003).

Por precariedad laboral puede entenderse el trabajo alejado de la norma socialmente aceptada por los cuales los trabajadores tienen derechos y protecciones de empleo. La noción también se identifica con los trabajos de mala calidad, la mala calidad del empleo, el empleo con alto estrés, etc. Además, el trabajo precario está presente tanto en los sectores formales como en los informales de las economías. En resumen la precariedad laboral es la situación de desventaja o desigualdad en la que viven las personas trabajadoras que, por diferentes motivos, sufren inseguridad, incertidumbre y falta de garantía en las condiciones laborales.

Los objetivos de este artículo son: en primer lugar, conocer la multidimensionalidad de la precariedad laboral y su dificultad en la medición; en segundo lugar, identificar, a partir de las fuentes estadísticas, los principales indicadores que de algún modo revelen el fenómeno objeto de estudio; y en tercer lugar, utilizar esos indicadores para comparar la Región de Murcia con España tratando de detectar diferencias significativas.

La primera hipótesis de trabajo que se plantea presupone que la precariedad laboral es un problema estructural intensificado por la crisis económica. La segunda hipótesis establece que la Región de Murcia presenta mayores niveles de precariedad laboral con respecto al territorio nacional. Y la última presunción es una mayor desprotección social en la región. Sin embargo, la complejidad que encierra el concepto de precariedad dificulta su medición. De hecho, el trabajo precario no es una categoría estadística precisa porque incluye muchos aspectos diferentes de las relaciones laborales, del empleo y de las condiciones de trabajo. Aunque existen diferentes categorías estadísticas como el trabajo a tiempo parcial, los contratos temporales o el autoempleo, éstas no pueden ser simplemente equiparadas al trabajo precario. Por ejemplo, un trabajo a tiempo parcial puede ser estable y no precario. Además, otro problema que se plantea es que el trabajo no declarado, el empleo irregular, es difícil de medir. Por estos inconvenientes esta investigación solo medirá el trabajo precario de los empleados asalariados a través de ciertos indicadores objetivos disponibles en las estadísticas nacionales. Podría profundizarse incluyendo indicadores subjetivos como el estrés en el empleo, pero habría que recurrir a costosas encuestas. Por otro lado, la confirmación de las hipótesis planteadas, por la indefinición del concepto, es de difícil constatación. En todo caso, se comprobará si los indicadores sugieren o no la existencia del fenómeno.

La metodología de la investigación utilizada es el análisis estadístico descriptivo. El ámbito temporal comprende el periodo de 2002 hasta 2017, aunque algunos indicadores no ofrecen información en alguno de esos años. Y el ámbito espacial de estudio es la Región de Murcia y el resto del territorio español.

Los datos sobre parados por jornadas de trabajo a tiempo parcial y a tiempo completo se obtuvieron de la Encuesta de Población Activa. Para conocer la contratación temporal se recurrió al censo sobre contratos registrados procedente del Servicio Público de Empleo Estatal. Del SEPE también se demandó información sobre el número de beneficiarios de las distintas prestaciones económicas referidas a las prestaciones que protegen de la situación por

desempleo de nivel contributivo, asistencial y renta activa de inserción<sup>2</sup>. Además se ha recabado información sobre el número de contratos de puesta a disposición por ETT, información disponible en las estadísticas de empresas de trabajo temporal del Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social. Y por último, de la Encuesta de Estructura Salarial se consiguió el salario medio de los trabajadores por tipos de contrato y tipo de jornada laboral pero solo para el año 2014.

La estructura del artículo es la siguiente. En la introducción se plantean los objetivos, las hipótesis de trabajo, la metodología y las fuentes estadísticas. En el segundo epígrafe se conceptualiza el concepto de precariedad laboral. En el tercer epígrafe se presentan los resultados de los indicadores. Y por último se resumen las principales conclusiones y se señalan las referencias bibliográficas.

## **2. La precariedad laboral y la desprotección social**

El concepto de precariedad laboral es impreciso y se utiliza tanto para describir un trabajo temporal, una situación de paro o las condiciones del trabajo. Esta indefinición provoca dificultades para diseñar investigaciones rigurosas que permitan la comparación. Dicha imprecisión se debe a que la precariedad, como fenómeno multidimensional, es definida según el ámbito de estudio. Unas veces el concepto se refiere a puestos de trabajo no estándares y otras a la experiencia individual. De hecho, la precariedad está relacionada con conceptos como la pobreza, la inestabilidad, la inseguridad, el desempleo y la exclusión. Por lo tanto, la aceptación del concepto llega a ser tan amplia que se origina cierta confusión que hace difícil llegar a medidas exactas.

El trabajo precario se manifiesta en cuatro dimensiones (Rogers, 1989): temporal (relacionado con la continuidad del empleo); organizativa (control del trabajo y su programación, y las condiciones de trabajo); económica (relativo a la remuneración); y de protección social (prestaciones). Por otro lado, Amable y Benach (2000) definen cuatro dimensiones: la temporalidad, la vulnerabilidad, el nivel salarial y la posibilidad de acceso a ciertos beneficios sociales de la seguridad social y de la prestación por desempleo.

El trabajo precario es un trabajo inseguro, inestable e incierto. Esta inseguridad implica un alto riesgo de perder el empleo. También se caracteriza por estar asociado a horarios no establecidos, irregulares o impredecibles. Además el salario que se percibe suele ser bajo lo que supone una escasa cotización y en el futuro bajos niveles de jubilación. Otra de las cuestiones con las que se relaciona el fenómeno es con la limitación de los derechos de las normas laborales, en el sentido que los trabajadores precarios no tienen voz, por ejemplo a través de los sindicatos. También estos trabajadores tienen escasas perspectivas de promoción, posibilidades limitadas de acceso a otros puestos de trabajo y escasas oportunidades de empleo e ingresos continuos. El empleo precario puede exponer a los trabajadores a condiciones peligrosas por no proporcionar las medidas de protección contra accidentes y enfermedades en el trabajo.

Existen diferentes concepciones sobre la precariedad laboral. Una de ellas se identifica con un modelo dicotómico entre empleo precario y empleo "normal". En este sentido, Caire (1982) define el trabajo precario como el trabajo de carácter inestable, efímero e incierto, lo contrario al trabajo normal, cuya principal característica es su duración indeterminada. Este investigador señala, dentro de las manifestaciones del trabajo precario, el empleo irregular, ciertas formas de trabajo a domicilio, los contratos de duración determinada y las agencias de trabajo temporal. Además, el autor critica la visión económica para medir las dimensiones del empleo precario porque las fuentes estadísticas son heterogéneas e imprecisas.

Otra aportación es la propuesta por Córdova (1985) al distinguir entre trabajo atípico, empleo independiente y trabajo clandestino. El empleo típico es el empleo asalariado a tiempo completo y de duración indeterminada mientras que el empleo atípico se caracteriza por la

---

<sup>2</sup> La prestación renta activa de inserción se regula por primera vez mediante el Real Decreto 236/2000, de 18 de febrero.

ausencia de alguna de esas características. Siguiendo el criterio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) las formas atípicas de empleo están asociadas a empleos de baja calidad lo que permite hablar de precariedad. En este caso, el empleo atípico es lo contrario al “trabajo decente” caracterizado, principalmente, por su reconocimiento y protección. La OIT definió el concepto de trabajo decente como el derecho a un empleo en condiciones cualitativas de dignidad personal, ingresos, seguridad social y justicia distributiva. Además la organización amplió la noción de precariedad laboral a los problemas de empleo tanto de carácter asalariado como no asalariado. Por lo tanto, para la OIT la precariedad aparece cuando el trabajo no es decente tanto para los casos de los asalariados como no asalariados. También la OIT establece que la precariedad se caracteriza por “la denegación generalizada de los derechos del trabajo y la protección social”.

Neffa (1985) define el empleo precario a partir de la inestabilidad, la incertidumbre de finalización y la ambigüedad de su régimen jurídico. El trabajo precario es lo contrario al trabajo “normal” que es el que se realiza en una empresa de manera estable (tiempo indeterminado), gozando de protección tanto por la legislación laboral como por la Seguridad Social y las medidas de los Convenios Colectivos. La aportación de este autor es que el trabajo precario no solo se manifiesta en las actividades de naturaleza extraordinarias o temporales sino también en aquellas donde las características de la tarea y de los puestos de trabajo son parciales o incluso permanentes.

Otra perspectiva, opuesta al modelo dicotómico, establece la existencia de un continuo de tipos de precariedad laboral. De hecho, Becaria y Serino (2001) entienden que el trabajo precario está relacionado con la inestabilidad y la falta de protección legal del puesto de trabajo. Y estas dos dimensiones suelen darse de forma simultánea. El empleo irregular no tiene los beneficios que otorga la legislación laboral como por ejemplo la indemnización por despido pero pueden tener un cierto grado de estabilidad (trabajo por periodo prolongado) y viceversa, ciertos contratos tienen carácter eventual pero gozan de protección ante el desempleo. A partir de las posibilidades de casos los investigadores establecen tres situaciones de trabajo precario: asalariados con contrato temporal afiliados a la seguridad social, trabajadores no afiliados pero con estabilidad en su puesto de trabajo y empleados temporales y sin afiliación. En esta misma línea Orsatti (1985) adopta como criterio para identificar la precariedad laboral la ausencia de alguno de los beneficios como la jubilación, las vacaciones, la prestación por desempleo, etc.

En cambio, otros autores incorporan variables vinculadas a las condiciones de trabajo (aburrimiento, estrés, condiciones insalubres, etc.), pero requieren encuestas más específicas y exhaustivas (Somamba Arechavala, Merino Llorente, Ramos Truchero y Negro, 2010).

Las consecuencias en que deriva la precariedad son la temporalidad, las diferencias salariales y pérdida de poder adquisitivo, la dificultad o la imposibilidad de promoción, el exceso de horas de trabajo (tanto retribuidas como no), la dificultad de acceso a la formación y a la cualificación, la inestabilidad e inseguridad económica, los riesgos para la salud y siniestralidad laboral, el crecimiento del empleo irregular y la economía sumergida

La precariedad laboral y la desprotección social provocan situaciones de riesgo de pobreza. La estrategia Europea 2020 de crecimiento de la UE estableció cinco objetivos en materia de empleo, innovación, educación, integración social y clima y energía. Cada estado miembro ha fijado sus propios objetivos para su consecución. En el apartado relativo a la integración social España tiene la pretensión de reducir el número de personas en riesgo de pobreza y exclusión social en 1.400.00 personas. Según la Encuesta de Condiciones de Vida (INE) la tasa de personas en Riesgo de Pobreza y/o Exclusión (ERPE) en el año 2015, último dato disponible, para la Región de Murcia fue de 38,8% frente al conjunto nacional de 28,6%.

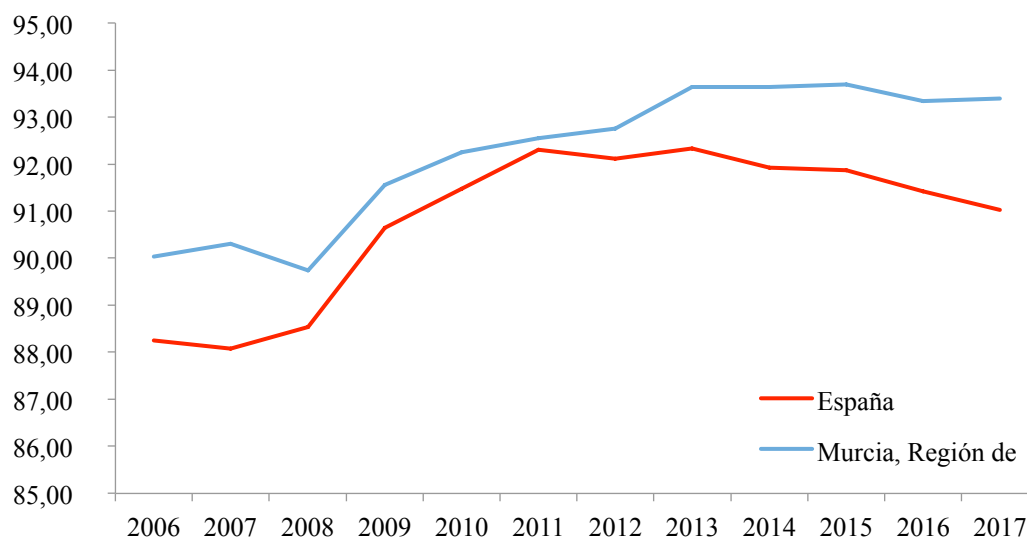
### **3. Las dimensiones de la precariedad laboral**

En relación a las diferentes concepciones teóricas planteadas se aplican las de Rogers (1989) y las de Amable y Benach (2004) en la que se establecen cuatro dimensiones en el estudio del fenómeno: la temporalidad, la organización del trabajo, los salarios y la protección social.

### 3.1. La temporalidad

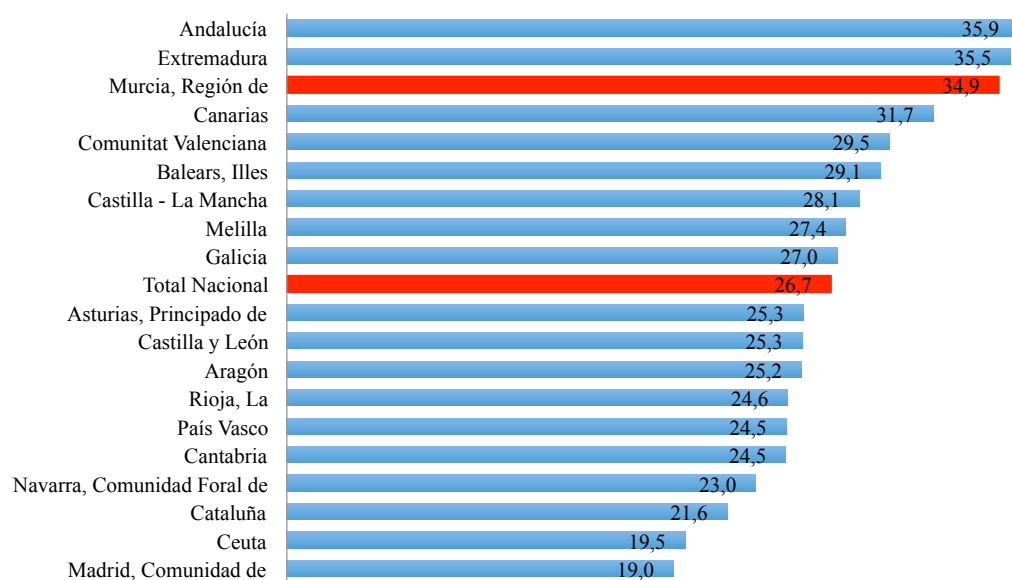
Una de las principales características del empleo español es la alta temporalidad que puede contribuir al problema de la precariedad laboral. Además del desempleo éste es otro de los problemas fundamentales del mercado laboral español.

**Gráfico 1.** Evolución de la contratación temporal sobre el total de contratos (%) en la Región de Murcia y en España



Fuente: SEPE

**Gráfico 2.** Asalariados con contrato temporal sobre el total (%) en las Comunidades Autónomas en el año 2017



Fuente: SEPE

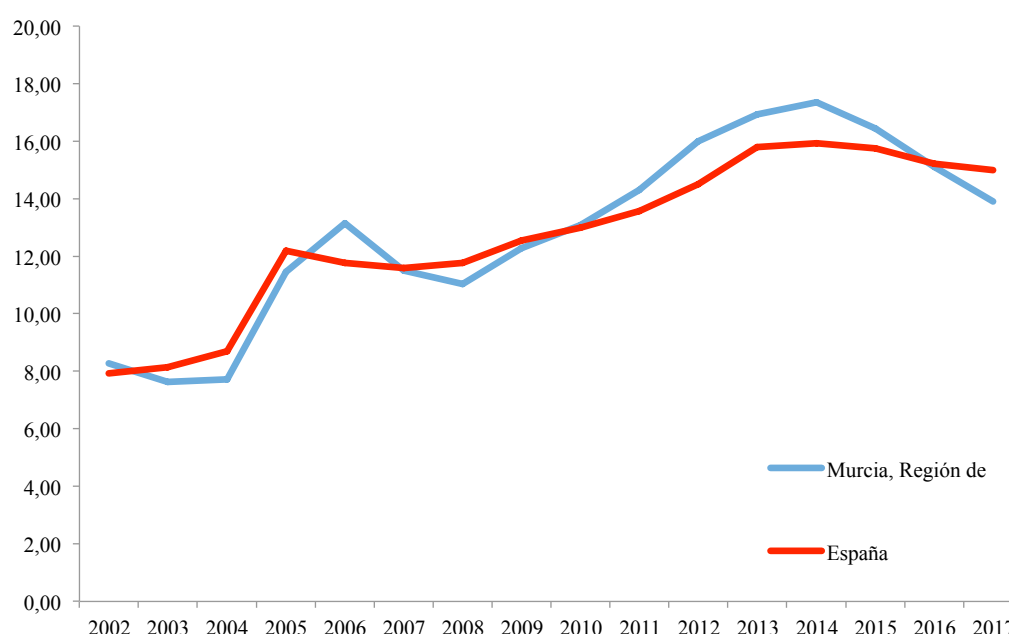
Con la crisis económica la temporalidad se ha incrementado (gráfico 1). Los empresarios utilizan los contratos temporales para ajustar las necesidades de mano de obra en caso de necesidades económicas. A partir del año 2013 se observa una leve recuperación

reduciéndose las tasas de temporalidad para el caso Español. Sin embargo, en la Región de Murcia, además que partía de niveles de temporalidad inferiores, no se aprecia ninguna mejoría, al contrario ha aumentado incluso la brecha de la tasa de temporalidad con respecto al conjunto nacional. En el año 2017 el porcentaje de contratos temporales sobre indefinidos fue para la Región de Murcia de 93,40% frente al 91,03% de media española. Si se compara con el resto de comunidades (gráfico 2) para el año 2017, la región es la tercera comunidad, detrás de Andalucía y Extremadura, con mayor tasa de temporalidad, 34,9%, concretamente.

### 3.2. La organización del trabajo

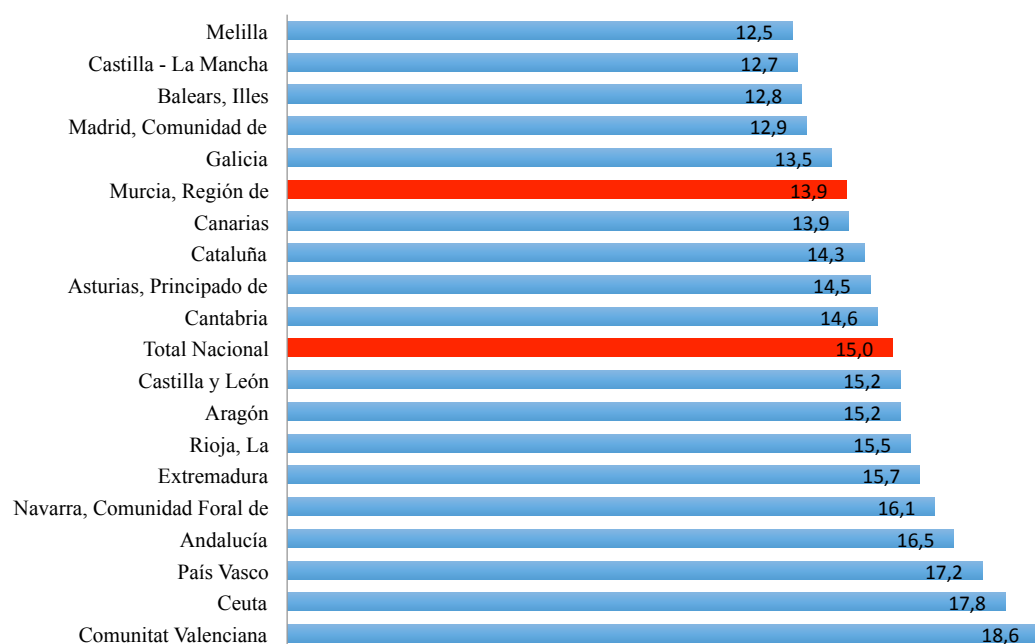
En esta dimensión se estudian, principalmente, variables relacionadas con el estatus y la autonomía del puesto de trabajo, con la posibilidad de promoción dentro de la empresa, con la participación en distintos aspectos del trabajo y con el tiempo de trabajo. La escasa disponibilidad de información solo nos permite analizar el tipo de jornada (tipo completo y tipo parcial) y los contratos de puesta a disposición de las agencias de trabajo temporal.

**Gráfico 3.** Evolución de la jornada a tiempo parcial sobre la jornada a tiempo completo (%) en la Región de Murcia y en España

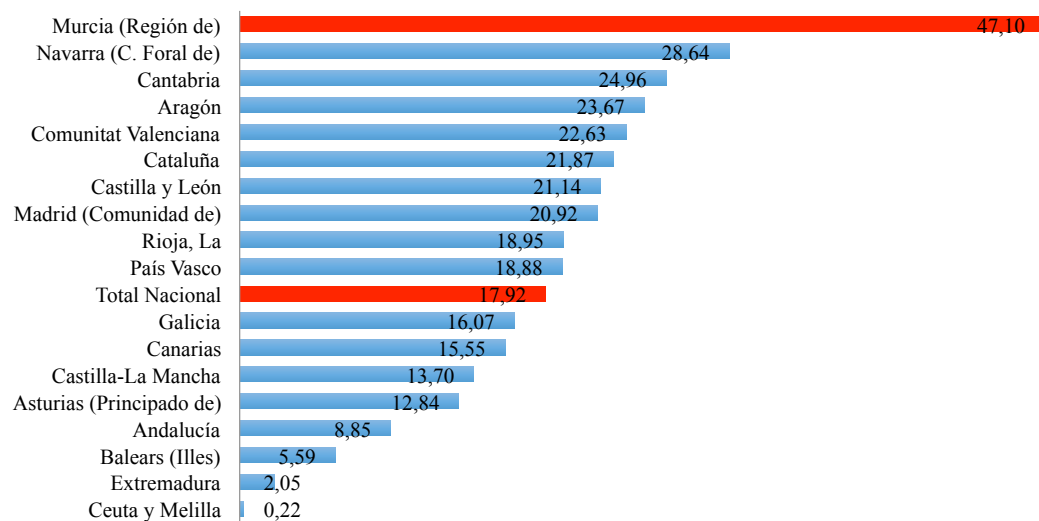


Fuente: EPA

En el gráfico 3 se observa la tendencia alcista en el uso de jornadas a tiempo parcial. La crisis económica ha producido un aumento del empleo a tiempo parcial. En muchas empresas se han realizado trasvases de contratos a tiempo completo a tiempo parcial, en cierto modo, impulsados por la reforma laboral cuyo objetivo era dar mayor flexibilidad al mercado de trabajo. Sin embargo, a partir de 2015 se invierte la tendencia reduciéndose la tendencia del contrato a tiempo parcial e incluso en 2017 la Región de Murcia está por debajo del total nacional.

**Grafico 4.** Jornada a tiempo parcial sobre la jornada a tiempo completo (%), 2017

Fuente: EPA

**Gráfico 5.** Contratos de puesta a disposición de empresas de trabajo temporal sobre el total de contratos registrados (%) en las Comunidades Autónomas en el año 2017.

Fuente: SEPE y Estadística de Empresas de Trabajo Temporal

Durante el año 2017 se firmaron en la Región de Murcia, a través de Empresas de Trabajo Temporal, 487.041 contratos de puesta a disposición lo que representa un 47,10% sobre el total de los contratos registrados (gráfico 5).

### 3.3. Los salarios

Otra de las manifestaciones de la precariedad es el bajo nivel de salarios. Esta dimensión económica puede estudiarse a través del análisis del nivel retributivo. En este caso se utiliza el salario medio anual por tipo de jornada y tipo de contrato. En la tabla 1 se recogen las desigualdades salariales según el tipo de contrato y la jornada laboral. En la tabla también se



observa las diferencias de la Región de Murcia con respecto a la media del territorio español.

**Tabla 1.** Ganancia Media anual por tipo de jornada y tipo de contrato, 2014

	España		Murcia, Región de	
	Duración indefinida	Duración determinada	Duración indefinida	Duración determinada
<b>Tiempo completo</b>	28.140,06	20.846,52	25.522,24	20.392,79
<b>Tiempo parcial</b>	10.630,96	8.298,46	9.883,43	8.166,42

Fuente: Encuesta Cuatrienal de Estructura Salarial

### 3.4. La protección social

La última dimensión de la precarización es la reducción de la cobertura de los sistemas de protección social que aumenta la vulnerabilidad de los trabajadores. De estas prestaciones deberían beneficiarse principalmente los trabajadores más precarios, sin embargo, hay un porcentaje importante de desempleados que incluso no reciben ningún tipo de prestación.

**Tabla 2.** Número beneficiarios según la clase de prestación económica, 2017. Región de Murcia

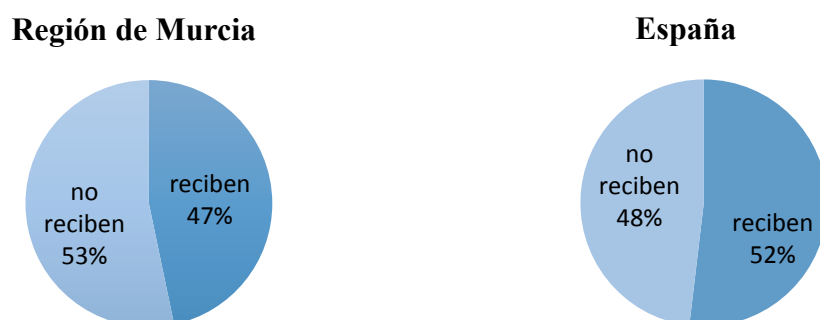
TOTAL	NIVEL CONTRIBUTIVO			NIVEL ASISTENCIAL				RENDA ACTIVA DE INSERCIÓN
	Total	Contributiva	Trabajadores eventuales agrarios	Total	Subsidio	Renta agraria	Subsidio de trabajadores eventuales agrarios	
<b>53.554</b>	24.4362	20.064	4.298	19.795	19.795	0	0	7.826

Fuente: SEPE

Según el SEPE, para el conjunto nacional, entre 2012 y 2017 el gasto en prestaciones por desempleo se ha reducido más de un 35 % mientras que en el mismo periodo el paro registrado se redujo un 3,57%. Estos datos manifiestan una tendencia descendente en la cobertura, con un menor número de desempleados cobrando prestaciones.

Si combinamos el número de beneficiarios que reciben una prestación con el número total de demandantes de empleo podemos obtener el porcentaje de demandantes que reciben y no reciben ninguna prestación. La Región de Murcia se encuentra entre las comunidades con mayor número de demandantes de empleo que no reciben ningún tipo de prestación. En el año 2017 el 53% de demandantes de empleo de la Región de Murcia no recibieron ningún tipo de prestación frente al 48% del conjunto nacional (gráfico 6).

**Gráfico 6.** Demandantes de empleo que reciben y no reciben ninguna prestación (tasa de cobertura<sup>3</sup>), 2017



Fuente: SEPE

#### 4. Conclusiones

En primer lugar la investigación pone de relieve la multidimensionalidad del concepto de precariedad laboral, una dimensión tanto objetiva como subjetiva. Es la dimensión objetiva la utilizada en este ensayo por la facilidad en el acceso a los datos. Asimismo, esta dimensión puede descomponerse en otras: la temporalidad, la organización del trabajo, los salarios y la protección social. Para estudiar cada una de estas se han utilizado indicadores objetivos que sugieren la existencia de la precariedad laboral para la Región de Murcia y España.

Como han revelado las estadísticas descriptivas, el empleo es más precario, de peor calidad, con más temporalidad, con salarios más bajos y con peores niveles de protección social.

En primer lugar, la temporalidad ha ido en aumento y cada vez es mayor la brecha que separa la región del conjunto nacional. El uso del contrato a tiempo parcial se ha extendido en mayor proporción en la Región de Murcia. Los contratos a tiempo parcial y de duración determinada son los que ofrecen los salarios más bajos. En la región los salarios medios anuales son inferiores a la media nacional. El 53% de los demandantes de empleo de la Región de Murcia no reciben ningún tipo de prestación mientras que en el conjunto nacional es del 48%.

Por otro lado, la contratación temporal está relacionada con la inseguridad en el empleo en donde el trabajador no tiene garantías de continuidad en su puesto. Esta incertidumbre genera al empleado inseguridad. Pero tampoco los contratos indefinidos ofrecen las mismas garantías que hace años. Las indemnizaciones por despido son menores favoreciendo a las empresas facilidades para extinguir la relación laboral y sustituirla por mano de obra más barata mediante contratos temporales o a través de ETT. En este sentido la Región de Murcia está a la cabeza en la contratación a través de estas agencias.

El informe de la OIT (International Labour Office, 2016) señala que el problema español es la fuerte cultura empresarial del uso del contrato temporal y las reticencias de los empresarios al contrato indefinido. Con un contrato temporal es más fácil destruir empleo simplemente porque no se renueva el contrato. El informe también señala que durante la crisis se ha abusado de la reducción de la jornada cuando esta debería realizarse por acuerdo con el empleado y no por interés de la empresa. La brecha entre empleados con contratos temporales y contratos permanentes es cada vez mayor.

Los trabajadores en situación precaria están expuestos a horarios variables e impredecibles

<sup>3</sup> Mide el porcentaje de demandantes de empleo que perciben algún tipo de subsidio, pero solo tienen en cuenta a los parados con experiencia laboral.

que acumulan tensión física, que carecen, además de las ayudas de sus compañeros y que no se benefician de las medidas de prevención de riesgos laborales. Por ello, la inestabilidad en el empleo se acompaña a menudo de inseguridad en el trabajo que refuerza la segmentación del mercado laboral entre el empleo estable e inestable. Para estos trabajadores los riesgos de degradación de la salud física y mental pueden verse aumentados, lo que acentúa a su vez el riesgo de exclusión profesional. Por ejemplo, los accidentes de trabajo en la Región de Murcia presenta malos resultados. El índice de incidencia de accidentes de trabajo<sup>4</sup> en del periodo de marzo de 2016 a febrero de 2017 para la Región de Murcia es de 3.436 frente al total nacional de 3.267.

En conclusión, aunque los datos sobre tasas de paro apuntan a una mejoría del empleo, éste como han manifestado los indicadores sugiere que es más precario, y en mayor medida en la Región de Murcia, que está caracterizado por la inestabilidad (alta temporalidad), la escasez de la jornada (tiempo parcial), por salarios bajos y por la desprotección social.

## Bibliografía

Amable, M. y Benach, J. (2000): Crecimiento y consecuencias de la precariedad laboral. *Gac. Sanit.* 14(6):418-21

Beccaria, L. y Serino, L. (2001): La baja calidad del empleo en los noventa en los que todavía trabajan. La nueva red productiva. *Revista Enoikos*, Facultad de Ciencias Económicas, UBA, Año IX, Nº 18

Caire, G., (1982): Precarisation des emplois et regulation du marche du travail. *Revue Sociologie du Travail* Nº 2.

Córdova, E., (1985): Nuevas formas y aspectos de las relaciones de trabajo atípicas. XI Congreso Internacional de Derecho del Trabajo y la Seguridad Social, Caracas, Venezuela, 17 al 20 de septiembre, pág. 69.

European Commission. (2004): *Precarious employment in Europe: A comparative study of labour market risks in exible economies* (nal report). Brussels and Luxembourg: Author.

Farné, S. (2003): *Estudio sobre la calidad del empleo en Colombia*. (Serie Estudios de economía laboral en países andinos 5). Lima: OIT.

International Labour Office (2016): Understanding challenges, shaping prospects. Geneva: ILO.

Neffa, J.C., (1985): Reflexiones acerca del empleo precario". *Anales de la Asociación Argentina de Economía Política, XX Reunión Anual, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo*.

Orsatti, A., (1985): "Diagnóstico de desempleo y trabajo precario en Argentina", Pronatass, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Buenos Aires

Rodgers, G. (1989): Precarious work in Europe: e state of the debate. In G. Rodgers & J. Rodgers (Ed.), *Precarious jobs in labour market regulation* (pp. 1–16). Brussels: International Institute for Labour Studies, International Labour Organization.

Toharia, L. (2002): El modelo español de contratación temporal. *Temas Laborales* Nº 64, págs. 117-139.

---

<sup>4</sup> Fuente 2016 y 2017: Avance de estadísticas de accidentes de trabajo, MEYSS. Base del Índice: la media de la Población Afiliada a la Seguridad Social con la contingencia por AT cubierta Índice de Incidencia = (Nº de Accidentes de Trabajo / Población Afiliada) x 100.000

## **LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN LA PENÍNSULA IBÉRICA A COMIENZO DEL SXXI**

**Georgina Cortés Sierra**

*Departamento de Economía. Universidad de Extremadura*

**María Jesús Delgado Rodríguez**

*Departamento de Organización de Empresas y Economía.*

*Universidad Rey Juan Carlos*

**María del Mar Guerrero Manzano**

*Departamento de Economía. Universidad de Extremadura*

**Manuela Ortega Gil**

*Departamento de Economía General*

*Universidad de Cádiz*

### **RESUMEN**

El sector manufacturero ha constituido un motor de crecimiento fundamental en el progreso económico de los países desarrollados mediante la transformación de la especialización productiva desde el sector agrario al industrial. Los avances técnicos han tenido una relevancia primordial sobre los modos de producir y sobre el empleo de las manufacturas. Este trabajo pretende estudiar las perspectivas competitivas de la industria manufacturera de manera en España y en Portugal y compararla con la Unión Europea. Por otra parte, la necesidad de evolucionar hacia un modelo de economía verde como forma de compensar los desequilibrios ecológicos generados por el sistema es un factor esencial a considerar en el análisis.

Palabras claves: Industria manufactureras – competitividad – productividad - empleo - desarrollo.

JEL: 014, 057, 049.

### **ABSTRACT**

Manufacturing sector has been a key engine of growth in the economic progress of developed countries through the transformation of productive specialization from the agricultural to the industrial sector. The technical advances have had a primordial relevance on the ways of producing and on the use of manufactures. This paper aims to study the competitive perspectives of the manufacturing industry in Spain and Portugal and compare it with the European Union. On the other hand, the need to evolve towards a green economy model as a way of compensating the ecological imbalances generated by the system is an essential factor to consider in the analysis.

Keywords: Manufacturing industry - competitiveness - productivity - employment - development.

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde la integración de España y Portugal en la Unión Europea (UE) se han fortalecido las relaciones económicas entre ambos países hasta convertirse en los socios europeos con mayor unión de sus economías. Son cada vez más numerosas las empresas españolas de todos los sectores que operan en Portugal, llegando a aportar el 9% al PIB portugués (según datos de la Encuesta de la Cámara de Comercio española en Lisboa, CCILE, 2015).

Esta integración también ha tenido su reflejo en las estructuras productivas de ambos países. El análisis, a partir de datos de Eurostat, permite extraer una información muy detallada de las economías española y portuguesa desde el año 2005. Como puede verse en la Tabla 1, los esquemas productivos de España y Portugal son bastante similares: tanto en uno como en otro existe una mayor presencia de actividades del sector agrario, silvicultura y pesca y un menor peso de las actividades de manufacturas en comparación con la media comunitaria. Esta es una característica destacada de los esquemas productivos de ambos países, que explica tanto su menor competitividad como la orientación de su especialización productiva industrial hacia los sectores más dependientes de materias primas.

Si se compara la evolución de estos dos sectores en los sub-periodos presentados (2005-2010-2015), se observa una reducción de su peso en los totales analizados en el primer sub-periodo y su posterior recuperación en el segundo, algo compartido con el resto de la Unión Europea. En el caso de las manufacturas, la disminución de su importancia en las economías de España y Portugal es más acentuada y preocupante que para el resto de la UE, como iremos analizando a lo largo de este trabajo. En el sector de la construcción observamos también una reducción de su participación en los totales para España y Portugal, pero en este caso la disminución se ha mantenido en los dos subperiodos, rasgo también compartido con la UE. En el caso de España la caída de la contribución de este sector es mucho más importante, derivada de la burbuja inmobiliaria existente en nuestro país. En Portugal el proceso de descenso del peso de estas actividades es destacado, pero parte de unos porcentajes próximos a la UE, lo que ha tenido un menor impacto en el conjunto de la economía.

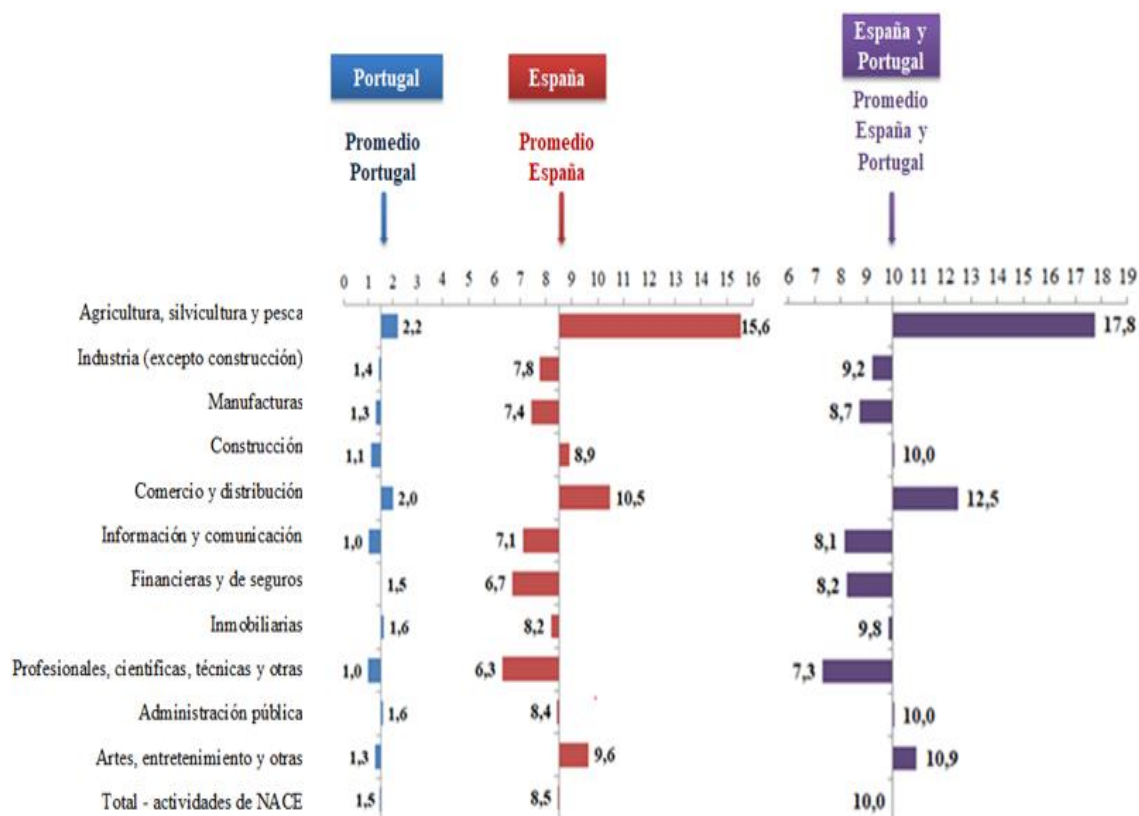
**TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO BRUTO POR RAMAS DE ACTIVIDAD.**  
**Porcentajes de importancia relativa. España, Portugal y Unión Europea. Evolución 2005-2015**

RAMAS PRODUCTIVAS	España			Portugal			España y Portugal			Unión Europea		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
Agricultura, silvicultura y pesca	3,0	2,6	2,8	2,6	2,2	2,4	3,0	2,5	2,7	1,7	1,6	1,5
Industria (excepto construcción)	18,9	17,2	18,0	17,7	16,8	18,3	18,7	17,1	18,1	20,1	19,2	19,4
<b>Fabricación (Manufacturas)</b>	<b>15,7</b>	<b>13,3</b>	<b>14,2</b>	<b>14,5</b>	<b>13,2</b>	<b>13,9</b>	<b>15,5</b>	<b>13,3</b>	<b>14,2</b>	<b>16,6</b>	<b>15,4</b>	<b>16,0</b>
Construcción	11,6	8,8	5,6	6,9	5,8	4,1	10,8	8,4	5,4	6,1	5,8	5,3
Comercio al por mayor y al por menor, transporte, alojamiento y actividades de servicio de alimentos	22,7	22,5	23,3	22,3	22,8	24,7	22,6	22,5	23,5	19,2	18,9	19,0
Información y comunicación	4,5	4,4	4,2	3,9	3,6	3,4	4,4	4,3	4,1	5,0	4,8	4,9
Actividades financieras y de seguros	4,7	4,4	4,0	6,6	6,6	5,3	5,0	4,8	4,2	5,4	5,6	5,2
Actividades inmobiliarias	8,0	10,2	11,3	8,7	10,6	12,3	8,1	10,2	11,4	10,8	11,1	11,4
Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades administrativas y de servicios de apoyo	6,6	7,2	8,0	6,4	7,1	7,0	6,6	7,2	7,8	9,8	10,2	10,9
Actividades de administración pública, defensa, educación, salud humana y trabajo social	16,2	18,7	18,8	22,4	21,6	19,7	17,2	19,2	19,0	18,3	19,4	18,8
Artes, entretenimiento y recreación; otras actividades de servicio; actividades de organizaciones y organismos domésticos y extraterritoriales	3,9	4,1	4,1	2,5	2,8	2,9	3,7	3,9	3,9	3,4	3,5	3,5
Total - actividades NACE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018

Esta menor aportación de los sectores comentados ha sido compensada con un aumento del sector servicios. Es en este donde comprobamos más diferencias entre España y Portugal. En el caso del grupo de las *Actividades Financieras y de Seguros*, España tiene un menor peso con relación a Portugal y a la UE. Mientras que en *Información y Comunicación* Portugal tiene un menor peso comparado con el alcanzado por España, o en la UE, en esas actividades. No obstante, en actividades *Profesionales, Científicas y Técnicas*, a pesar de su positiva evolución, tanto España como Portugal todavía se encuentran por debajo de la media europea.

**FIGURA 1. APORTACIONES DE LA PENÍNSULA IBÉRICA AL VALOR AÑADIDO BRUTO DE LA UNIÓN EUROPEA. RAMAS DE ACTIVIDAD (NACE R2). 2016**



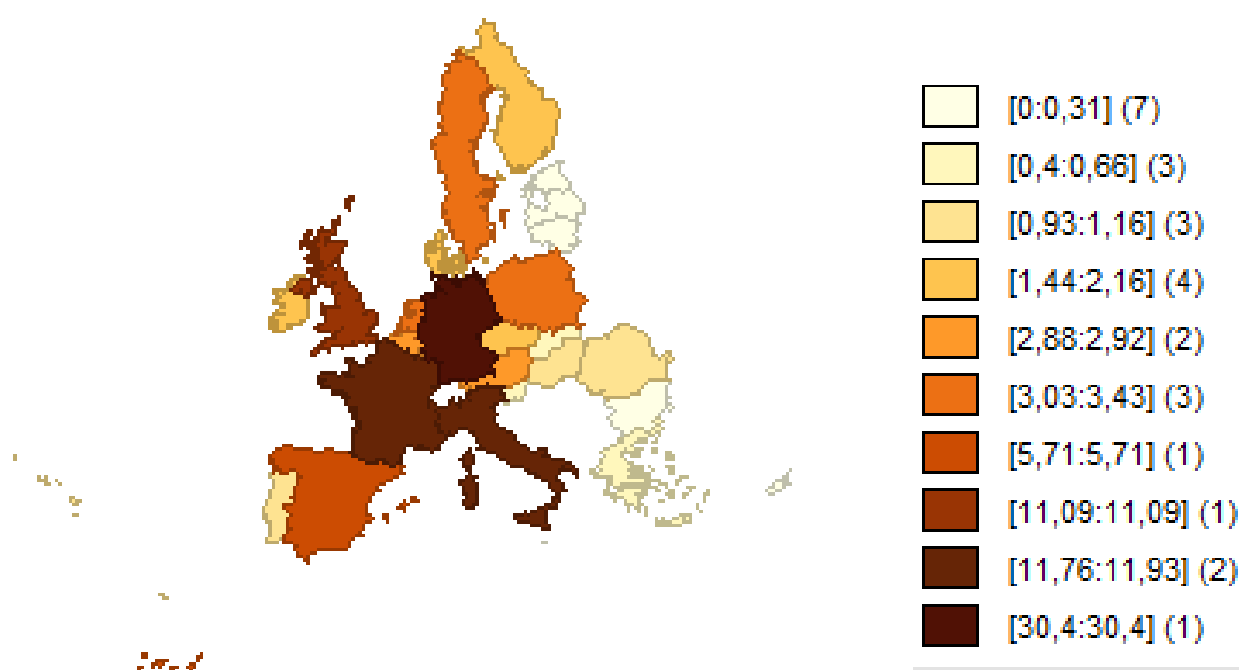
Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018.

No cabe duda, que las dimensiones de ambas economías también explican algunas diferencias en los resultados obtenidos. En la Figura 1 se puede comprobar el peso que tienen España y Portugal sobre el total de la UE. La participación de España es muy superior a la de Portugal en todas las ramas de actividad. No obstante, como se ha comentado la interrelación existente entre las actividades económicas en estos dos países justifica su estudio agregado. Esta comparativa conjunta muestra una destacada importancia y aportación del sector de *Agricultura, Silvicultura y Pesca* a la UE, seguido del de *Construcción* y de las *actividades de comercio y distribución, administración pública y artes, entretenimiento y otras*. Más preocupante es el resultado en relación con *las actividades profesionales, científicas y técnicas*, donde se observa una menor contribución al total frente a la media europea.

Por su parte, el análisis del aporte de la industria y las manufactures al conjunto del Valor Añadido Bruto (VAB), inferior al promedio de la UE, vuelve a

señalar a estas actividades como una de las principales debilidades de las economías española y portuguesa. En el periodo estudiado no solo no se ha podido invertir este hecho, sino que se ha acentuado, especialmente durante la crisis económica. Este es uno de los problemas más urgentes al que deben hacer frente ambos países, ya que la desindustrialización que se sigue haciendo evidente en sus economías no es algo compartido por los países centrales y nórdicos de la UE (Figura 2).

**FIGURA 2. DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO DE LAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS UE-28. PORCENTAJES DE CONTRIBUCIÓN DE CADA PAÍS. 2015.**



Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018.

Una vez expuesto, de forma general, los esquemas productivos de España y Portugal, en los apartados siguientes de este trabajo pasaremos a comentar la evolución de las actividades productivas industriales y analizaremos los factores de competitividad de estas economías en el periodo analizado.



## **2. LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA COMO MOTOR DE LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA PARA ESPAÑA Y PORTUGAL.**

La UE está comprometida con el desarrollo una la industria manufacturera fuerte y competitiva como elemento fundamental en el crecimiento de los Estados miembros. En este sentido, una de las grandes preocupaciones para la Comisión Europea radica en el hecho de que el peso de la industria en el Producto Interior Bruto de la mayoría de los países europeos (entre los que se encuentran España y Portugal, Tabla 2) se encuentra en retroceso. Esto es debido a diversas causas como el traslado de los procesos manufactureros a otros países, la externalización de algunas partes del proceso que han quedado englobadas en el sector servicios; o la propia estructura de la industria en los Estados miembros, menos preparada para afrontar el proceso de globalización (Comisión Europea, 2011, Myro, 2014).

**TABLA 2. DISTRIBUCIÓN DEL VALOR AÑADIDO DE LA INDUSTRIA. PORCENTAJES DE IMPORTANCIA RELATIVA. ESPAÑA, PORTUGAL Y UNIÓN EUROPEA. EVOLUCIÓN 2005-2015**

	España			Portugal			España y Portugal			Unión Europea		
ACTIVIDADES INDUSTRIALES	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
Minas y canteras	1,7	1,5	1,0	2,5	2,3	1,5	1,8	1,6	1,0	3,3	4,3	2,7
Manufacturas	89,5	80,5	76,5	81,1	75,4	76,5	88,4	79,8	76,5	85,5	80,5	83,0
<i>Productos alimenticios</i>	11,4	14,6	14,9	11,6	11,8	10,8	10,1	11,3	10,9	9,2	10,5	10,4
<i>Bebidas</i>	3,6	4,2	4,0	3,3	4,0	4,0	3,1	3,3	3,1	2,1	2,3	2,2
<i>Tabaco</i>	0,5	0,4	0,4	1,1	1,6	2,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,4	0,4
<i>Textiles</i>	1,8	1,5	1,5	5,5	4,3	4,9	2,0	1,5	1,5	1,5	1,4	1,3
<i>Prendas de vestir</i>	1,9	1,7	1,2	7,0	5,4	6,0	2,2	1,8	1,5	1,8	1,2	1,1
<i>Cuero y productos relacionados</i>	1,0	1,0	1,2	3,3	3,4	4,3	1,1	1,0	1,3	0,9	0,7	0,8
<i>Madera, productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y materiales trenzables</i>	2,4	1,9	1,6	4,7	3,8	3,5	2,3	1,8	1,4	2,2	2,0	1,8
<i>Papel y productos de papel</i>	2,7	3,1	3,0	4,2	5,1	4,6	2,5	2,7	2,5	2,7	2,6	2,5
<i>Impresión y reproducción de medios grabados</i>	3,0	2,9	2,1	3,2	2,7	2,1	2,6	2,3	1,6	2,4	2,1	1,7
<i>Coque y productos refinados de petróleo</i>	5,7	2,0	2,9	3,1	2,7	2,9	4,8	1,7	2,2	2,9	1,5	1,4
<i>Productos químicos</i>	6,1	6,9	7,7	4,1	3,9	4,2	5,2	5,2	5,5	6,5	7,0	7,0
<i>Productos farmacéuticos básicos y preparados farmacéuticos</i>	2,6	3,9	4,5	2,2	2,0	2,3	2,3	2,9	3,2	3,5	5,4	5,0
<i>Productos de caucho y plástico</i>	4,8	5,1	5,6	4,4	5,0	6,4	4,2	4,0	4,4	4,8	4,9	4,9
<i>Otros productos minerales no metálicos</i>	9,0	6,4	4,8	10,1	8,2	6,1	8,1	5,3	3,8	4,9	4,0	3,5
<i>Metales básicos</i>	4,7	4,5	4,3	1,9	1,8	1,7	3,8	3,3	3,0	6,1	3,8	3,5
<i>Productos de metal fabricados, excepto maquinaria y equipo</i>	11,4	10,6	9,8	10,1	10,9	10,5	9,9	8,5	7,6	9,1	9,4	9,4
<i>Productos informáticos, electrónicos y ópticos</i>	1,6	1,8	1,3	2,3	1,6	1,7	1,5	1,4	1,1	5,2	4,9	4,8
<i>Equipos eléctricos</i>	4,0	4,3	3,7	3,9	4,1	3,4	3,5	3,4	2,8	4,9	5,4	4,8
<i>Maquinaria y equipo n.e.c.</i>	5,6	5,6	5,8	3,9	3,9	4,0	4,7	4,3	4,2	10,2	10,9	11,0
<i>Vehículos automotores, remolques y semirremolques</i>	7,7	7,6	10,0	5,7	5,8	6,1	6,6	5,9	7,2	9,1	8,9	11,0
<i>Otros equipos de transporte</i>	2,0	3,3	3,6	0,9	0,5	0,6	1,7	2,3	2,4	2,2	2,9	3,3
<i>Muebles</i>	2,9	2,3	1,6	3,2	2,8	2,6	2,6	1,9	1,3	2,2	1,9	1,8
<i>Otras fabricaciones</i>	1,1	1,5	1,4	1,4	1,5	1,6	1,0	1,2	1,1	2,2	2,5	2,5
<i>Reparación e instalación de maquinaria y equipo</i>	2,5	2,9	3,3	2,1	3,2	3,2	2,1	2,4	2,5	2,9	3,4	3,9
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	8,8	12,5	15,5	2,0	3,0	3,1	9,3	13,1	15,6	11,3	10,8	9,5
Suministro de agua; alcantarillado, manejo de desechos y actividades de saneamiento		5,5	7,0		5,5	5,7	0,6	5,5	6,8			
Total industria	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

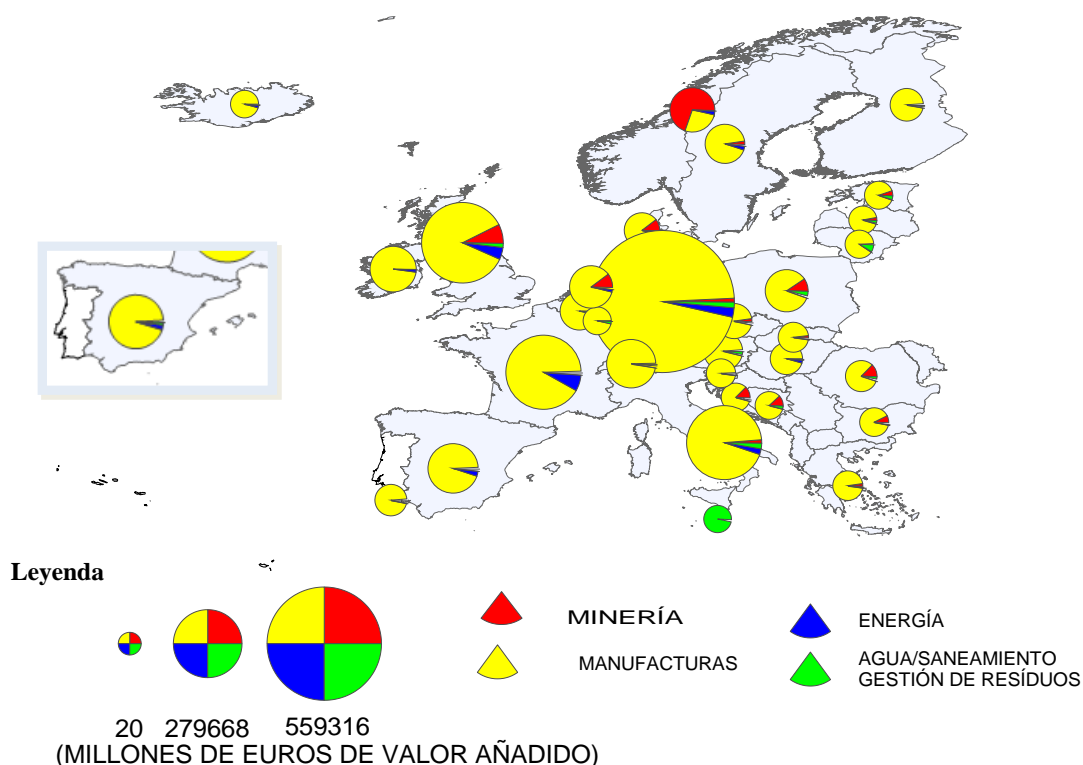
Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018.

Sin embargo, este hecho no ha ocurrido en todos los países. Economías como la alemana (Figuras 3 y 4) mantienen un crecimiento sostenido de su sector industrial que se apoya en manufacturas de alto valor añadido. Este tipo de actividades han respondido eficazmente a los desafíos de la crisis y mantienen ventajas comparativas que explican su evolución. En España y Portugal, estas ramas industriales también han tenido una evolución positiva, aunque su participación es mucho menor que en Europa, como ocurre con las actividades de *Maquinaria y Equipos* no suficientemente desarrolladas en España y Portugal.

A pesar de los problemas detectados, la crisis económica ha puesto en evidencia la trascendencia del papel de la industria como generadora de

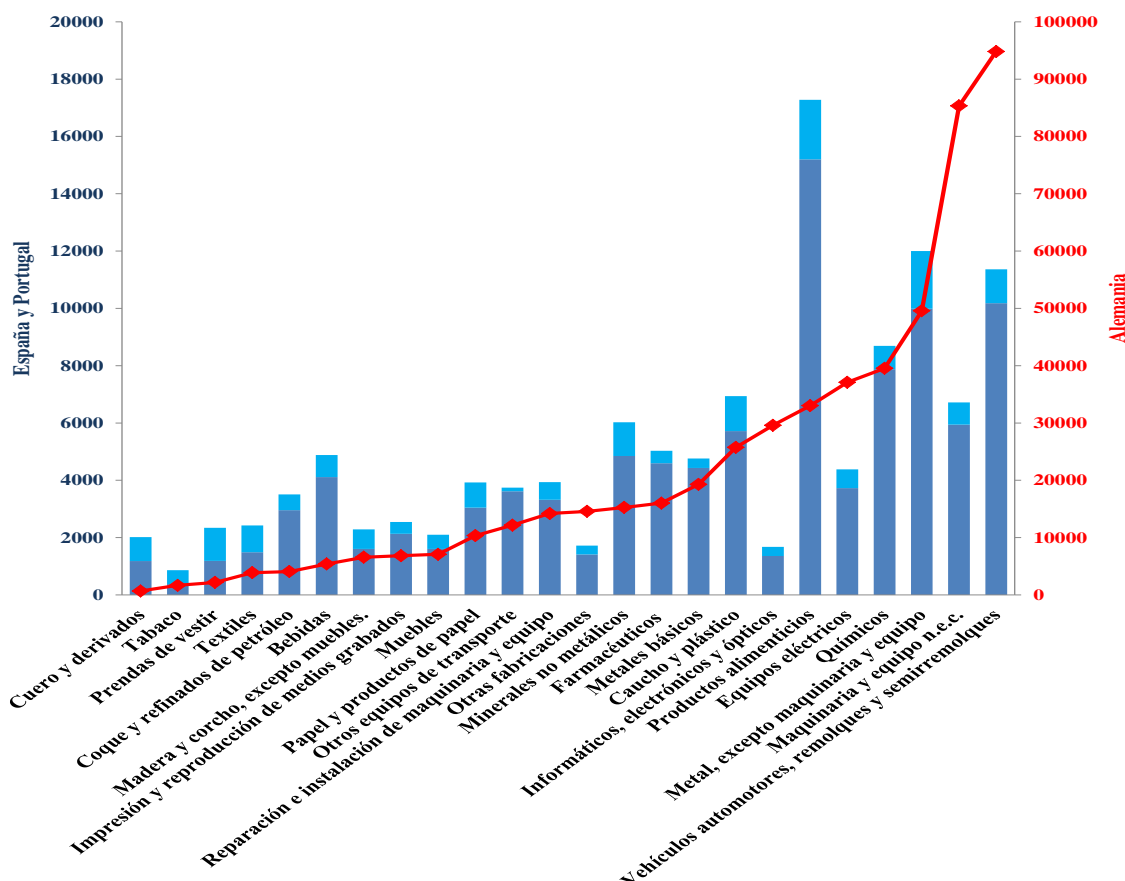
crecimiento, demostrando que numerosos sectores han sido resistentes a este ciclo económico adverso, manteniendo e incluso aumentado su peso en la actividad económica, tanto en España, como en Portugal. Este es el caso de *Productos de alimentación, Bebidas, Cuero y productos relacionados, Papel y Productos de Papel, Productos Químicos, Productos Farmacéuticos Básicos y Preparados Farmacéuticos*.

**FIGURA 3. DISTRIBUCIÓN POR RAMAS AGREGADAS DEL VALOR AÑADIDO INDUSTRIAL EN LOS ESTADOS MIEMBROS UE-28. RAMAS DE ACTIVIDAD (NACE R2). 2016**



Fuente: Eurostat y elaboración propia

**FIGURA 4. DISTRIBUCIÓN VALOR AÑADIDO INDUSTRIA MANUFACTURERA. ESPAÑA, PORTUGAL Y ALEMANIA. 2015 (MILLONES DE EUROS)**



Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018.

Para la Comisión Europea el crecimiento de la industria en Europa es un objetivo prioritario y su apuesta es que se consolide como motor de la economía europea. En este proceso España y Portugal no pueden quedarse atrás y, por ello, es importante que fortalezcan sus actividades industriales afrontando los retos existentes en cuanto a sus factores de competitividad.

### 3. FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL.

El crecimiento sostenido de la industria que se propone la UE sólo puede producirse si se consigue un aumento de la eficiencia con la que se obtienen sus productos, uno de sus mejores indicadores es la productividad del trabajo. Su análisis comparado para las industrias de España y Portugal, tal y como puede comprobarse en la Tabla 3.

**TABLA 3. PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO EN LA INDUSTRIA. ESPAÑA, PORTUGAL Y UNIÓN EUROPEA. EVOLUCIÓN 2005-2015. (VAB/ Nº EMPLEADOS) (MILES DE EUROS POR EMPLEADO)**

	España			Portugal			España y Portugal			Unión Europea		
ACTIVIDADES INDUSTRIALES	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
Minas y canteras	58,3	64,6	68,7	38,8	47,4	42,1	53,1	59,8	62,1	91,0	136,9	114,4
Manufacturas	47,5	52,7	57,6	21,8	26,1	28,7	41,3	45,9	46,3	48,8	53,0	63,4
<i>Productos alimenticios</i>	40,7	48,2	48,1	21,3	22,3	22,5	36,5	42,3	40,0	36,5	40,8	46,3
<i>Bebidas</i>	81,9	91,1	88,1	39,3	49,4	50,6	72,9	81,6	82,9	72,8	86,0	95,1
<i>Tabaco</i>	99,2	159,1	175,7	159,5	425,8	761,1	109,1	211,3	124,3	156,3	153,7	176,8
<i>Textiles</i>	28,7	33,7	37,5	14,8	17,4	21,9	22,4	25,7	24,0	28,5	33,2	38,1
<i>Prendas de vestir</i>	21,8	29,4	28,0	9,5	10,6	13,0	15,1	18,1	17,4	18,8	18,3	20,4
<i>Cuero y productos relacionados</i>	22,6	30,9	28,8	11,4	14,4	16,2	17,2	21,6	18,9	26,6	28,3	32,1
<i>Madera, productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y materiales trenzables</i>	28,1	30,2	33,8	18,2	20,4	23,8	25,1	27,0	29,2	28,0	29,7	34,2
<i>Papel y productos de papel</i>	59,0	70,9	72,0	55,9	80,4	87,0	58,4	72,8	67,0	60,3	63,5	70,9
<i>Impresión y reproducción de medios grabados</i>	37,9	40,7	36,0	23,4	26,0	26,6	35,1	37,8	38,2	39,5	39,8	42,7
<i>Coque y productos refinados de petróleo</i>	898,1	241,6	349,9	256,9	245,7	301,3	760,4	242,3	531,5	299,8	181,7	203,9
<i>Productos químicos</i>	76,0	86,0	94,4	48,2	56,1	67,5	72,4	82,2	77,6	84,1	95,7	110,8
<i>Productos farmacéuticos básicos y preparados farmacéuticos</i>	84,0	102,7	117,5	58,2	59,3	69,3	80,2	97,0	89,8	107,4	158,4	158,7
<i>Productos de caucho y plástico</i>	45,5	55,2	63,3	30,1	38,0	48,7	43,0	51,8	46,5	44,0	47,9	53,8
<i>Otros productos minerales no metálicos</i>	55,1	51,4	56,8	27,7	30,7	29,9	48,6	45,9	53,7	50,8	47,9	53,4
<i>Metales básicos</i>	77,1	72,4	77,2	33,7	39,6	42,3	72,0	68,7	92,1	87,1	60,7	62,8
<i>Productos de metal fabricados, excepto maquinaria y equipo</i>	36,8	40,3	44,7	19,1	22,8	25,1	33,4	36,2	38,6	39,7	41,7	47,2
<i>Productos informáticos, electrónicos y ópticos</i>	43,2	55,3	54,7	37,2	33,5	34,9	42,1	50,8	51,6	63,6	68,1	79,7
<i>Equipos eléctricos</i>	52,5	62,0	59,6	35,5	39,7	35,0	49,6	57,5	60,5	52,6	58,2	60,4
<i>Maquinaria y equipo n.e.c.</i>	48,1	56,1	60,1	26,7	33,2	34,6	44,9	52,3	50,3	55,3	60,9	68,3
<i>Vehículos automotores, remolques y semirremolques</i>	52,6	57,6	71,2	26,0	34,6	35,3	48,0	53,5	54,8	60,8	65,0	82,1
<i>Otros equipos de transporte</i>	56,2	75,8	80,9	19,2	23,5	28,4	50,4	72,1	54,8	53,0	65,5	79,7
<i>Muebles</i>	26,9	27,3	29,3	12,4	14,0	16,6	23,3	23,5	25,2	28,3	28,8	32,7
<i>Otras fabricaciones</i>	29,3	37,8	35,2	15,4	20,3	21,8	25,8	33,5	31,1	39,0	45,4	51,5
<i>Reparación e instalación de maquinaria y equipo</i>	41,8	44,4	44,4	25,8	30,4	30,2	39,2	41,4	44,6	34,7	44,5	58,6
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	324,3	337,0	519,1	260,0	422,7	424,4	310,1	351,0	342,6	183,3	175,0	176,9
Suministro de agua; alcantarillado, manejo de desechos y actividades de saneamiento		63,3	59,4	38,7	43,9	48,1		59,3	41,1		64,9	71,5
Total industria	51,5	59,7	67,1	25,4	32,2	35,0	45,1	52,8	51,2	54,1	59,5	68,8

Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018

Los datos obtenidos de Eurostat muestran los esfuerzos que han hecho por mejorar esta variable desde el año 2005. De hecho, prácticamente todas las actividades industriales han aumentado su productividad del trabajo, aunque algunas solo ligeramente. A esto ha contribuido la reducción del número de trabajadores en este sector. Los fuertes recortes de plantilla efectuados en el marco de la crisis económica más reciente, han reducido el número de ocupados en las

manufacturas de forma importante, aunque también se han hecho esfuerzos por modernizar y desarrollar innovaciones tecnológicas. Estos dos elementos han tenido un impacto favorable en esta variable, pero, a pesar de ello, no se ha podido reducir la brecha con la media europea y siguen siendo importantes las diferencias existentes, sobre todo para Portugal (Gandoy y González-Díaz, 2015, Myro y Gandoy, 2014).

El análisis de la productividad por subsectores ofrece resultados muy distintos entre los dos países. Mientras que en España se pueden encontrar actividades que alcanzan una productividad superior a la media europea (es el caso de *Productos Alimenticios, Prendas de vestir, Papel y productos de papel, Productos de caucho y plástico, Otros productos minerales no metálicos y Metales básicos*), en Portugal no hay subsectores que alcancen valores por encima del promedio de la UE. En consecuencia, al analizar a estos dos países de forma conjunta no se encuentran actividades con productividad suficiente para representar un factor de competitividad claro.

Esta menor productividad de las industrias de España y Portugal comparadas con la media europea pone límites a la capacidad de aumento de los salarios e introduce fragilidad en la competitividad de la industria de ambos países. A pesar de ello, numerosas actividades mantienen costes laborales superiores a los europeos (Tabla 4). Este rasgo es más evidente en España donde los salarios han mantenido una tendencia creciente hasta la crisis económica. Las actividades con menores costes relativos frente a la Unión Europea son las de *Papel y Productos de Papel, Impresión y Reproducción de Medios Grabados, Productos Farmacéuticos, Productos Informáticos, Electrónicos y Ópticos, equipos eléctricos y Maquinaria y equipos*. En Portugal los costes son menores en general que los europeos; es un rasgo a destacar, según puede observarse en la Tabla 4: la remuneración del empleo industrial en Portugal mantiene distancias respecto a la media de la UE. Aunque pudiera considerarse un hecho positivo; no obstante, resulta preocupante que las distancias entre los costes laborales sean menores que entre las productividades. De esta forma, se observa que los costes laborales unitarios sean muy similares en España y Portugal a la media de la UE (Tabla 5).

**TABLA 4. REMUNERACIÓN DE LOS EMPLEADOS EN LA INDUSTRIA. ESPAÑA, PORTUGAL Y UNIÓN EUROPEA. EVOLUCIÓN 2005-2015. (COSTES LABORALES/ Nº EMPLEADOS) (MILES DE EUROS POR EMPLEADO)**

ACTIVIDADES INDUSTRIALES	España			Portugal			España y Portugal			Unión Europea		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
Minas y canteras	32,1	37,0	39,9	15,9	18,3	21,5	27,7	31,8	33,8	31,7	36,7	46,3
Manufacturas	27,9	34,0	35,1	13,4	15,8	16,6	24,4	29,3	30,1	30,9	33,7	38,0
<i>Productos alimenticios</i>	23,0	27,7	28,2	12,3	13,8	14,2	20,7	24,5	25,0	22,0	24,3	27,5
<i>Bebidas</i>	35,3	41,7	41,5	19,2	21,8	22,8	31,9	37,1	36,9	34,0	37,4	40,3
<i>Tabaco</i>	46,5	62,4	57,9	47,5	55,9	52,1	46,6	61,1	56,6	42,6	51,2	52,8
<i>Textiles</i>	21,7	24,9	25,5	11,1	13,0	13,8	16,9	19,0	19,4	22,2	22,6	24,9
<i>Prendas de vestir</i>	17,1	21,8	21,0	8,1	9,5	10,4	12,2	14,4	13,8	10,7	13,0	14,4
<i>Cuero y productos relacionados</i>	16,7	20,4	20,8	8,9	11,1	12,1	12,9	15,2	16,0	18,3	17,6	19,8
<i>Madera, productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y materiales trenzables</i>	18,9	23,4	23,0	10,9	13,2	15,0	16,5	20,1	20,0	18,5	19,6	21,7
<i>Papel y productos de papel</i>	33,3	38,6	39,4	23,4	26,8	23,4	31,4	36,3	36,3	35,7	38,7	41,2
<i>Impresión y reproducción de medios grabados</i>	24,7	28,5	25,8	14,9	17,1	16,8	22,8	26,2	23,9	27,9	28,5	28,9
<i>Coque y productos refinados de petróleo</i>	63,9	71,9	85,8	80,4	87,9	82,1	67,5	74,8	85,2	71,9	68,9	77,2
<i>Productos químicos</i>	40,1	46,8	48,1	25,1	28,8	29,0	38,1	44,5	45,7	44,8	51,7	57,4
<i>Productos farmacéuticos básicos y preparados farmacéuticos</i>	49,6	61,3	56,8	30,1	34,7	32,2	46,7	57,8	53,4	52,1	59,6	65,8
<i>Productos de caucho y plástico</i>	29,5	35,2	36,9	16,4	19,0	20,5	27,3	32,0	33,4	30,1	31,7	34,7
<i>Otros productos minerales no metálicos</i>	29,0	35,4	35,9	15,3	17,3	17,7	25,7	30,6	30,2	29,8	31,5	34,8
<i>Metales básicos</i>	39,5	44,8	46,7	18,4	21,7	22,4	37,0	42,3	43,8	45,0	41,3	45,1
<i>Productos de metal fabricados, excepto maquinaria y equipo</i>	25,1	30,3	31,2	12,9	15,9	17,2	22,8	26,9	27,5	27,1	29,1	32,1
<i>Productos informáticos, electrónicos y ópticos</i>	31,2	37,3	38,4	21,3	22,2	23,5	29,3	34,2	34,4	40,4	44,4	51,1
<i>Equipos eléctricos</i>	33,8	40,0	41,7	20,9	22,3	24,5	31,6	36,4	37,7	38,7	40,3	44,8
<i>Maquinaria y equipo n.e.c.</i>	32,4	38,8	40,9	16,5	18,6	19,9	29,9	35,5	37,1	39,2	42,7	49,4
<i>Vehículos automotores, remolques y semirremolques</i>	35,5	41,1	43,7	18,1	21,5	22,2	32,5	37,7	39,6	44,1	43,9	50,6
<i>Otros equipos de transporte</i>	41,5	50,7	56,1	16,9	16,8	18,0	37,6	48,3	52,7	39,8	48,3	57,3
<i>Muebles</i>	19,8	23,4	22,5	8,7	10,6	11,5	17,0	19,8	18,6	19,5	21,2	22,0
<i>Otras fabricaciones</i>	20,0	25,1	24,2	10,6	13,2	14,1	17,6	22,2	21,6	24,6	27,1	30,6
<i>Reparación e instalación de maquinaria y equipo</i>	28,8	33,4	34,3	19,0	22,8	22,4	27,2	31,1	31,7	26,6	33,1	38,3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	58,7	55,8	77,4	45,1	54,3	43,6	55,7	55,6	70,8	51,9	49,7	55,3
Suministro de agua; alcantarillado, manejo de desechos y actividades de saneamiento		35,1	34,9		19,7	19,1		32,0	32,4		31,0	34,2
Total industria	28,4	34,5	36,0	13,9	16,5	17,2	24,8	30,0	31,0	31,6	34,2	38,6

Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018.

**TABLA 5. COSTES LABORALES UNITARIOS EN LA INDUSTRIA. ESPAÑA, PORTUGAL Y UNIÓN EUROPEA. EVOLUCIÓN 2005-2015. (REMUNERACIÓN POR EMPLEADO/PRODUCTIVIDAD LABORAL) (MILES DE EUROS POR EMPLEADO)**

ACTIVIDADES INDUSTRIALES	España			Portugal			España y Portugal			Unión Europea		
	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015	2005	2010	2015
Minas y canteras	0,55	0,57	0,58	0,41	0,39	0,51	0,5	0,5	0,6	0,35	0,27	0,40
Manufacturas	0,59	0,64	0,61	0,61	0,61	0,58	0,6	0,6	0,6	0,63	0,64	0,60
<i>Productos alimenticios</i>	0,56	0,58	0,59	0,58	0,62	0,63	0,6	0,6	0,6	0,60	0,60	0,59
<i>Bebidas</i>	0,43	0,46	0,47	0,49	0,44	0,45	0,4	0,5	0,5	0,47	0,44	0,42
<i>Tabaco</i>	0,47	0,39	0,33	0,30	0,13	0,07	0,4	0,3	0,2	0,27	0,33	0,30
<i>Textiles</i>	0,76	0,74	0,68	0,75	0,74	0,63	0,8	0,7	0,7	0,78	0,68	0,65
<i>Prendas de vestir</i>	0,79	0,74	0,75	0,85	0,90	0,80	0,8	0,8	0,8	0,57	0,71	0,71
<i>Cuero y productos relacionados</i>	0,74	0,66	0,72	0,77	0,77	0,75	0,8	0,7	0,7	0,69	0,62	0,62
<i>Madera, productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y materiales trenzables</i>	0,67	0,78	0,68	0,60	0,65	0,63	0,7	0,7	0,7	0,66	0,66	0,63
<i>Papel y productos de papel</i>	0,56	0,54	0,55	0,42	0,33	0,27	0,5	0,5	0,5	0,59	0,61	0,58
<i>Impresión y reproducción de medios grabados</i>	0,65	0,70	0,72	0,64	0,66	0,63	0,6	0,7	0,7	0,71	0,72	0,68
<i>Coque y productos refinados de petróleo</i>	0,07	0,30	0,25	0,31	0,36	0,27	0,1	0,3	0,2	0,24	0,38	0,38
<i>Productos químicos</i>	0,53	0,54	0,51	0,52	0,51	0,43	0,5	0,5	0,5	0,53	0,54	0,52
<i>Productos farmacéuticos básicos y preparados farmacéuticos</i>	0,59	0,60	0,48	0,52	0,58	0,46	0,6	0,6	0,5	0,48	0,38	0,41
<i>Productos de caucho y plástico</i>	0,65	0,64	0,58	0,55	0,50	0,42	0,6	0,6	0,6	0,68	0,66	0,64
<i>Otros productos minerales no metálicos</i>	0,53	0,69	0,63	0,55	0,56	0,59	0,5	0,7	0,6	0,59	0,66	0,65
<i>Metales básicos</i>	0,51	0,62	0,61	0,55	0,55	0,53	0,5	0,6	0,6	0,52	0,68	0,72
<i>Productos de metal fabricados, excepto maquinaria y equipo</i>	0,68	0,75	0,70	0,67	0,70	0,69	0,7	0,7	0,7	0,68	0,70	0,68
<i>Productos informáticos, electrónicos y ópticos</i>	0,72	0,67	0,70	0,57	0,66	0,67	0,7	0,7	0,7	0,64	0,65	0,64
<i>Equipos eléctricos</i>	0,64	0,64	0,70	0,59	0,56	0,70	0,6	0,6	0,7	0,74	0,69	0,74
<i>Maquinaria y equipo n.e.c.</i>	0,67	0,69	0,68	0,62	0,56	0,58	0,7	0,7	0,7	0,71	0,70	0,72
<i>Vehículos automotores, remolques y semirremolques</i>	0,68	0,71	0,61	0,70	0,62	0,63	0,7	0,7	0,6	0,73	0,68	0,62
<i>Otros equipos de transporte</i>	0,74	0,67	0,69	0,88	0,72	0,64	0,7	0,7	0,7	0,75	0,74	0,72
<i>Muebles</i>	0,73	0,86	0,77	0,70	0,76	0,69	0,7	0,8	0,8	0,69	0,73	0,67
<i>Otras fabricaciones</i>	0,68	0,66	0,69	0,69	0,65	0,65	0,7	0,7	0,7	0,63	0,60	0,59
<i>Reparación e instalación de maquinaria y equipo</i>	0,69	0,75	0,77	0,74	0,75	0,74	0,7	0,8	0,8	0,76	0,74	0,65
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,18	0,17	0,15	0,17	0,13	0,10	0,2	0,2	0,1	0,28	0,28	0,31
Suministro de agua; alcantarillado, manejo de desechos y actividades de saneamiento		0,56	0,59	0,00	0,45	0,40		0,5	0,6		0,48	0,48
Total industria	0,55	0,58	0,54	0,55	0,51	0,49	0,6	0,6	0,5	0,58	0,57	0,56

Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018.

Reducir los costes laborales unitarios mediante incrementos en la productividad del trabajo constituye un factor esencial para mejorar la competitividad



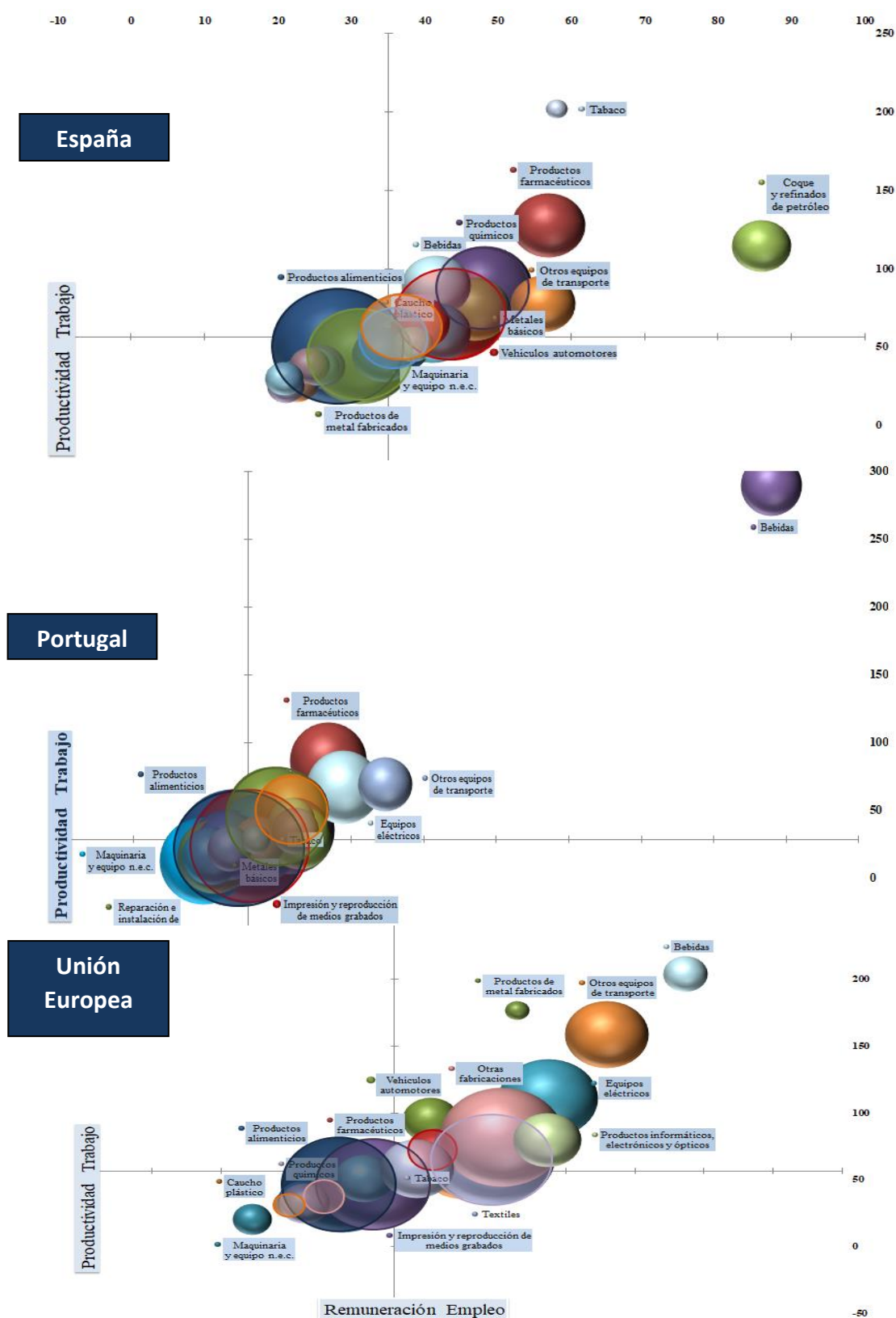
empresarial. El grupo de actividades en las que se ha conseguido una ligera ventaja competitiva son las de: *Coque, productos refinados del petróleo, Productos de caucho y plástico, Metales básicos, equipos eléctricos, Maquinaria y equipos, Vehículos automotores, remolques y semirremolques* en España. En Portugal el grupo de actividades incluye a *Tabaco, textiles, Papel y productos de papel, Coque, productos refinados del petróleo, Productos químicos, Productos de caucho y plástico, Metales básicos, equipos eléctricos, Maquinaria y equipos y otros equipos de transporte*. Aunque hay una gran diversidad de actividades y muchas de ellas son comunes en España y Portugal, la reducida ventaja competitiva que se observa es una muestra más de la fragilidad que encontramos en la actividad manufacturera tanto en España como en Portugal. Pues las actividades con productividades más altas tienen asociadas mayores remuneraciones de los empleos, como puede apreciarse en la Tabla 6 y la Figura 5.

**TABLA 6. RELACIONES LINEALES COSTES LABORALES, PRODUCTIVIDAD Y VALOR AÑADIDO. COEFICIENTES DE CORRELACIÓN LINEAL ESPAÑA, PORTUGAL Y UNIÓN EUROPEA. 2015**

<b>España</b>		
<i>Costes Laborales- Productividad</i>	<i>Productividad - Valor Añadido</i>	<i>Costes Laborales- Valor Añadido</i>
0,7811 (5,8674) (0,0000)***	-0,0179 (0,0838) (0,4670)	0,0537 (0,2521) (0,4016)
<b>Portugal</b>		
<i>Costes Laborales- Productividad</i>	<i>Productividad - Valor Añadido</i>	<i>Costes Laborales- Valor Añadido</i>
0,7107 (4,7388) (0,0000)***	-0,1842 (0,8788) (0,1945)	-0,2338 (1,1279) (0,1357)
<b>Unión Europea</b>		
<i>Costes Laborales- Productividad</i>	<i>Productividad - Valor Añadido</i>	<i>Costes Laborales- Valor Añadido</i>
0,8719 (8,3517) (0,0000)***	-0,0535 (0,2514) (0,4019)	0,2056 (0,9855) (0,1676)
<b>r</b> <b>(t<sub>22</sub>)</b> <b>(Valor p)</b>		

Fuente: Eurostat y elaboración propia. Descargado en: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama\\_10\\_a10&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_10_a10&lang=en), actualizado a 02/02/2018.

FIGURA 5. Productividad del trabajo/Remuneración del Empleo/Valor Añadido 2015.



Fuente: Eurostat y elaboración propia.

El análisis muestra la existencia de correlaciones lineales directas, estadísticamente significativas, entre los costes laborales por empleado y la productividad del trabajo en las industrias manufactureras de la Unión Europea, España, y Portugal. Esta vinculación positiva refleja una superioridad en la cualificación del empleo en las ramas productivas que alcanzan los valores de eficiencia económica más considerables, y viceversa, en los tres ámbitos espaciales considerados.

Por otra parte, la ausencia de relación lineal entre la productividad del empleo, o los costes laborales, y el valor añadido bruto de las manufacturas, Tabla 6 y Figura 5, indican que las mayores producciones industriales no se corresponden con las de mayor productividad del trabajo, ni con las de menores remuneraciones del empleo.

Mantener costes laborales menores, aunque es un factor a tener en cuenta, es una ventaja que se diluye frente a la productividad en el contexto internacional. Por ello, la consecución de mayores avances en la productividad del trabajo es fundamental y para lograrlo es imprescindible aumentar el esfuerzo innovador de las empresas industriales y mejorar la formación de los empresarios y de la mano de obra, adecuando esta formación a las necesidades del aparato productivo.

#### **4. CONCLUSIONES**

La recuperación de la crisis está siendo desigual entre los distintos Estados miembros de la UE y entre los distintos sectores industriales. España y Portugal se encuentran en el grupo de países en los que la recuperación industrial está siendo más lenta, y todavía se encuentran lejos de recuperar el nivel anterior a la crisis en su producción manufacturera.

La industria manufacturera es un sector fundamental para las economías de España y Portugal, pero esta no ha dejado de perder peso en beneficio de los servicios. Esta tendencia necesita ser invertida y para lograrlo es necesario mantener una base de producción industrial que se convierta en el motor para estos países. La disminución de las manufacturas es muy preocupante ya que limita la base tecnológica y de conocimientos de la economía en su conjunto, base que es crucial para conseguir un desarrollo sostenible.

La especialización de la industria se ha apoyado en actividades de baja intensidad tecnológica, denominadas actividades tradicionales, que tienen un elevado componente de materias primas (destacan *productos alimenticios, bebidas y tabaco*). De este modo, la industria agroalimentaria se ha convertido en la base fundamental de la industria manufacturera en España y Portugal. Por tanto, consolidar estas ramas puede ser una estrategia de interés para estas economías; ya que su evolución ha sido de las menos sensibles a las variaciones del empleo y la producción durante la crisis. Esto les ha permitido su consolidación como el primer subsector manufacturero para España y Portugal.

Asimismo, el estudio también ha puesto de relieve las dificultades para aumentar la competitividad que presenta el sector manufacturero en España y Portugal. Aunque cuentan con mayores dotaciones de recursos naturales y constituyen una actividad clave tanto en España como en Portugal, no consiguen destacar frente a otros Estados europeos en términos de menores costes laborales unitarios, lo que explica el mantenimiento del proceso de desindustrialización que siguen sufriendo estos países.

Por tanto, conseguir consolidar las actividades industriales aumentando su productividad es una de las grandes apuestas de España y Portugal. No cabe duda de la necesidad de mejorar la competitividad vía el estímulo a la innovación y el desarrollo tecnológico, la internacionalización de las empresas y el impulso del capital humano. Para ello, es indispensable un cambio de concepción hacia un modelo industrial con una base sólida y competitiva para el progreso económico agregado que permita la recuperación de las actividades industriales dañadas por la incidencia de la crisis y los procesos de deslocalización.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

CCILE (2015): Encuesta de la Cámara de Comercio en <http://www.portugalespanha.org/>.

Comisión Europea (2011): The economic recovery in Industry, Monthly Note on economic recovery. [https://ec.europa.eu/growth/content/monthly-note-economic-recovery-industry-january-2011-0\\_nn](https://ec.europa.eu/growth/content/monthly-note-economic-recovery-industry-january-2011-0_nn)

Myro R. y Gandoy R. (2014): “El sector industrial” en García Delgado J.L. y Myro R. (directores), *Lecciones de Economía Español*, Civitas, Navarra.

Gandoy R. y González-Díaz B. (2015): “Especialización y reactivación de la industria española”. En revista *Economistas*, Nº 144, pp. 45-70.

Myro R. (2014): “Una nueva política para la industria”. En revista *Mediterráneo Económico*, Nº 25, pp. 70-98.

Velasco R. (2014): *Salvad la industria española. Desafíos actuales y reformas pendientes*, Ed. Catarata, Madrid

## **LOS RECURSOS NATURALES COMO FUENTE DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD EN EL CONTEXTO GLOBAL**

**Leidy Paola Llanes Dueñas**

Doctoranda

Programa de Ciencias Sociales y Jurídicas

Universidad de Cádiz

### **Resumen**

El objetivo de la siguiente investigación es analizar la ventaja competitiva que ofrece la explotación de los recursos naturales en el desarrollo económico nacional y regional. Teniendo presente que las regiones denominadas como emergentes han logrado dinamizar su economía en base de los productos commodities (recursos naturales entre los que se incluyen los hidrocarburos y minerales). Para cumplir con los objetivos de esta investigación, se ha efectuado un análisis exploratorio sobre datos e informes económicos y estadísticos, emitidos por la Organización Mundial del Comercio y el Foro Económico Mundial, dentro del espacio temporal de 2005 a 2013, los cuales han servido de soporte para la realización de un análisis estadístico de correlación, por el que se ha podido identificar la relación de entre las exportaciones de productos commodities y el posicionamiento competitivo.

JEL: F02, F21, F14

Keywords: globalization, competitiveness, resources.

### **1. Introducción**

Con la globalización se han creado tanto amenazas como oportunidades en el desarrollo económico de las naciones y regiones, sustentadas en la apertura comercial de los mercados globales. Originados cambios en los sistemas productivos, en la geografía económica mundial, las políticas nacionales la eliminación de barreras arancelarias y el incremento de los flujos financieros. Exigiendo que los territorios tengan que adaptarse para poder enfrentarle, (Perfetti et al., 2013) utilizando las estrategias de mejoramiento de sus sistemas productivos, formación de capital humano y la inversión en ciencia tecnología e innovación. En consecuencia la globalización impuso un estado competitivo entre las naciones y regiones afectando a las menos tecnificadas, por los retos que esta supone, desquebrajando sus sistemas productivos e incentivando a la dependencia económica de los productos commodities (agrícolas, mineros e hidrocarburos) (Gudynas, 2011; Corzo, 2017).

En base a los anteriores argumentos, se pretende obtener con este trabajo una aproximación a la competitividad de las economías basadas en commodities, evidenciado en la aplicación de la región de América Latina, durante el periodo de 2003 al 2013. Éste trabajo efectúa un análisis exploratorio sobre publicaciones, datos estadísticos e informes, emitidos por la Comisión Económica para América Latina (Cepal),

El siguiente documento se ha estructurado en cuatro secciones, en la primera sección se recopila la contextualización teórica y literaria perteneciente al contexto de la globalización y la competitividad. En la segunda parte se expone el argumento metodológico, en el que se analiza la las exportaciones en América Latina. En la tercera se expone los resultados y análisis. Y por último se finaliza con las conclusiones del estudio.

## 2. Revisión de la literatura

Con la globalización<sup>1</sup> la economía mundial se vio transformada, producto de las presiones competitivas de las economías de escala y la liberalización de los mercados, que obligo a las naciones y regiones a hacer adaptaciones en sus sistemas productivos para hacer frente a sus efectos (Beck, 2006; Stiglitz, 2002). En tanto los países con un menor grado de tecnificación han utilizado como alternativa para tener presencia en los mercados internacionales recurrir a venta de commodities (UNCTAD, 1999; Gudynas, 2011; Corzo, 2017). No obstante, los recursos naturales se les considera como única fuente de ventaja competitiva, puesto que muchas regiones han logrado su potencial de desarrollo económico con el aumento de la productividad (Porter, 2009; Castell 2004), que va acompañada de la aplicación de en la elevación de capacidades de su recurso humano, la innovación y la inversión tecnológica (Schumpeter, 1934).

Una región innovadora cuenta con las capacidades para la obtención, organización y transformación sistemática de datos e información en conocimiento diferencial e inteligencia colectiva que se reflejan en la cultura, la interacción social para la toma de decisiones, la producción y entrega sistemática de propuestas de valor, conducente a la consolidación de un proceso de apropiación regional del conocimiento (Guzmán, 2013). Por ello, no es suficiente que una región disponga de recursos, sino además de una capacidad emprendedora y de un entorno social e institucional favorable, que permita crear una dinámica de valoración de recursos locales, evidentes o latentes a fin de garantizar un proceso de desarrollo sostenible; lo que comúnmente se denomina la "inteligencia colectiva" del territorio (Morgan, 1997). En la actualidad, para afrontar los efectos globalizadores, las regiones se encuentran llamados a la creación de estrategias de les permitan potenciar sus ventajas competitivas y comparativas, en base de la integración de los recurso que son poseedores- humanos, técnicos y naturales- y de sus capacidades potenciales (Vázquez-Barquero, 2005). En últimas la globalización ha traído consigo condiciones de oportunidad y amenaza, en motivo de que está abre las puertas al intercambio comercial y del conocimiento, además de permitir la posibilidad de posicionarse en los mercados globales y de la que muchas naciones han sabido sacar su máxima utilidad.

## 3. Metodología

Para las regiones emergentes la globalización ha significado la marginalización en consecuencia a que no son poseedores economías de escalas y de desarrollo industrial científico y tecnológico competitivo, haciendo que sus productos tengan un bajo valor añadido en el comercio mundial (Gaitán, 2014), por lo que su interacción comercial está condicionada a los productos commodities encontrándose en dicha situación regiones como las de América del sur, África y Oriente Medio. Acorde a cifras de la Organización Mundial del Comercio (OMC) para estas regiones los commodities han tenido un importante crecimiento en los últimos años, representando a 2013 sobre el total de las exportaciones valores del 51,1%, 67,2 y 65,9 respectivamente (Tabla 1).

### 4. Tabla 1. Distribución de las exportaciones a nivel internacional

	Productos agrícolas	Combustibles y productos de las industrias extractivas	Manufacturas					
			Hierro y acero	Productos químicos	Equipo para oficina y de telecomunicaciones	Productos de la industria del automóvil	Textiles	Prendas de vestir
Mundo	1745	3258	454	2001	1750	1348	306	460
Parte en las exportaciones totales	9,5	17,8	2,5	10,9	9,6	7,4	1,7	2,5
Variación porcentual anual								
2005-13	9	11	5	8	4	5	5	6
2012	-1	5	-8	-2	0	1	-3	1
2013	6	-3	-6	2	4	4	8	9
América del Norte	266	317	32	262	213	278	18	12
Parte en las exportaciones totales	11,0	13,1	1,3	10,8	8,8	11,5	0,8	0,5

<sup>1</sup> La "globalización", puede ser considerada como un proceso histórico, resultado de la innovación humana y el progreso tecnológico. Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. El FMI (2000) interpreta la globalización como el desplazamiento de mano de obra y la transferencia de conocimiento.

<b>Variación porcentual anual</b>								
2005-13	9	12	6	7	2	5	1	-2
2012	3	1	0	-1	1	12	-1	2
2013	3	4	-3	1	0	3	3	3
América del Sur y Central	217	181	16	45	6	29	4	15
<b>Parte en las exportaciones totales</b>	<b>29,5</b>	<b>24,6</b>	<b>2,2</b>	<b>6,2</b>	<b>0,8</b>	<b>3,9</b>	<b>0,5</b>	<b>2,0</b>
<b>Variación porcentual anual</b>								
2005-13	12	9	0	9	-2	7	3	0
2012	-1	4	-8	2	-3	-6	-4	3
2013	6	-9	-16	-8	3	12	-4	-5
Europa	708	607	185	1075	351	678	86	137
<b>Parte en las exportaciones totales</b>	<b>10,7</b>	<b>9,1</b>	<b>2,8</b>	<b>16,2</b>	<b>5,3</b>	<b>10,2</b>	<b>1,3</b>	<b>2,1</b>
<b>Variación porcentual anual</b>								
2005-13	7	9	3	6	-1	4	1	4
2012	-2	8	-12	-3	-8	-7	-8	-6
2013	8	-3	-6	3	-2	7	4	7
Comunidad de Estados Independientes (CEI)	69	472	44	43	4	10	5	3
<b>Parte en las exportaciones totales</b>	<b>8,9</b>	<b>60,6</b>	<b>5,6</b>	<b>5,6</b>	<b>0,5</b>	<b>1,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>
<b>Variación porcentual anual</b>								
2005-13	13	12	3	11	22	11	12	7
2012	13	1	-8	3	18	11	-13	-1
2013	4	0	-13	-13	4	-1	28	11
África	62	343	9	23	3	11	3	10
<b>Parte en las exportaciones totales</b>	<b>10,3</b>	<b>56,9</b>	<b>1,4</b>	<b>3,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,9</b>	<b>0,6</b>	<b>1,7</b>
<b>Variación porcentual anual</b>								
2005-13	10	8	1	11	7	9	7	1
2012	-2	11	-17	1	-7	6	-12	-13
2013	5	-10	-2	4	1	5	7	3
Oriente Medio	33	854	9	94	16	12	7	11
<b>Parte en las exportaciones totales</b>	<b>2,5</b>	<b>63,4</b>	<b>0,7</b>	<b>7,0</b>	<b>1,2</b>	<b>0,9</b>	<b>0,5</b>	<b>0,8</b>
<b>Variación porcentual anual</b>								
2005-13	9	11	16	15	8	12	8	14
2012	-4	7	17	-4	11	3	6	212
2013	18	-5	12	5	12	11	19	9
Asia	390	483	159	459	1157	331	183	274
<b>Parte en las exportaciones totales</b>	<b>6,7</b>	<b>8,4</b>	<b>2,8</b>	<b>7,9</b>	<b>20,0</b>	<b>5,7</b>	<b>3,2</b>	<b>4,7</b>
<b>Variación porcentual anual</b>								
2005-13	12	13	8	11	7	7	8	9
2012	-1	0	-5	-1	2	11	-1	3
2013	3	-2	-5	2	7	-2	9	11

Fuente: Organización Mundial del Comercio

En la anterior tabla es posible evidenciar la dependencia que tiene la región de América Latina de los productos commodities, cuya repercusión se debe a un pasado histórico y por las políticas aplicadas en la región a partir de la aplicación del Consenso de Washington en 1990, con el que se dio apertura a los mercados, la ubicación de transnacionales en países de mano de obra barata y la explotación de recursos naturales, ocurriendo un decrecimiento de la economía en comparación de su anterior fase de industrialización (Arceo y Basualdo, 2006; Ocampo, 2005; Williamson, 1998). Generando consigo presiones competitivas del mercado internacional que terminaron por quitar dinamismo al sistema industrial de la región, acompañada de una reducción del mercado interno. Ante, tal situación muchas empresas nacionales entraron en recesión y otras tantas para salvar su capital, se vieron en la obligación de vender parte o el total de sus derechos de propiedad, a grupos empresariales de origen extranjero (Garrido y Peres, 1998). Como resultado, las ventajas comparativas de la región se enfocaron en explotación de recursos naturales y de manufacturas básicas (*commodities*), influyendo sobre el empleo y el sistema productivo (Gaitán, 2014; Sarmiento, 2004).

Para analizar la relación entre la dependencia de las commodities y la competitividad, se realizó un modelo que permitiera confrontar el comportamiento de las dos variables de estudio, seleccionándose datos pertenecientes a las naciones de América Latina. Los cuales fueron extraídos de la base estadística de la Organización Mundial del Comercio y de los informes de Competitividad Global emitidos por el Foro Económico Mundial, pertenecientes a los años 2005 y 2013.

## 5. Resultados

Con la finalidad de cumplir con el objetivo planteado de este estudio se ha decidido realizar un análisis estadístico para determinar la correlación existente entre la commodities y la competitividad. En primer lugar se agruparon los valores correspondientes a las exportaciones por commodities por cada nación de América Latina, al igual que la clasificación obtenida en la



medición de competitividad. Seguidamente se procedió a confrontar los datos de los dos grupos de variables contra por medio del modelo de correlación  $r$  de Pearson, teniendo como punto de partida una hipótesis nula ( $H_0$ ), que descarta la relación las commodities y la competitividad y la hipótesis alternativa ( $H_1$ ), que acepta dicha suposición (*Tabla 1*).

Tabla 2. Correlación Commodities vs. Competitividad 2005 y 2013.

		Commod 2005	Competiti 2005
Commod_2005	Correlación de Pearson	1	,633**
	Sig. (bilateral)		,009
	N	16	16
Competiti_2005	Correlación de Pearson	,633**	1
	Sig. (bilateral)	,009	
	N	16	16
		Commod 2013	Competiti 2013
Commod_2013	Correlación de Pearson	1	,558*
	Sig. (bilateral)		,025
	N	16	16
Competiti_2013	Correlación de Pearson	,558*	1
	Sig. (bilateral)	,025	
	N	16	16

Fuente: Cálculos propios.

\*\*Significativo a un nivel de confianza del 99% (p-valor inferior a 0,01)

\*Significativo a un nivel de confianza del 95% (p-valor inferior a 0,05)

\*\*\*Significativo a un nivel de confianza del 90% (p-valor inferior a 0,10)

El resultado del análisis estadístico del estudio del capital social positivo, determinan que existe una correlación positiva moderada con la competitividad. Aunque siendo importante destacar que los años seleccionados en el estudio se demuestra que tanto las exportaciones en commodities y las competitividad han crecido (*Gráfico 1, Gráfico 2*). Sin embargo, es posible considerar que los resultados positivos en la puntuación del escalafón de competitividad mundial se encuentran influenciados por otros factores que son influyentes en el desarrollo económico y social.

Gráfico 1. Competitividad vs. Commodities 2005

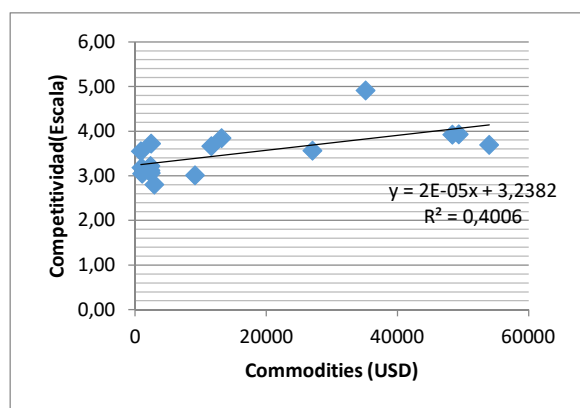
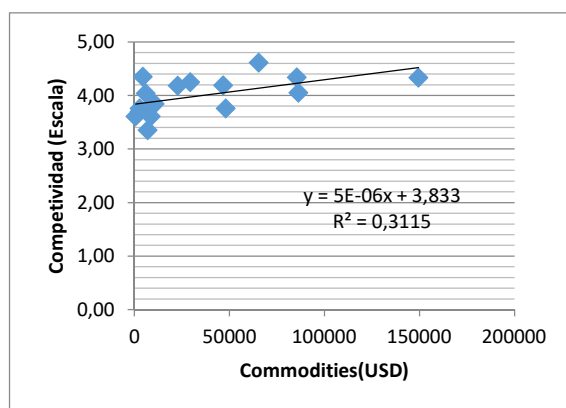


Gráfico 2. Competitividad vs. Commodities 2013



Fuente: Elaboración propia

## 6. Conclusiones

Para concluir, se identifica que los productos commodities han ofrecido una relación positiva en el contexto competitivo de las naciones de América Latina, ofreciéndoles la oportunidad de escalar

posicionamiento en el mercado global. A lo largo de este trabajo se ha querido exaltar los retos competitivos a los que se enfrentan las naciones en el actual entorno globalizador. Destacándose la importancia de los recursos naturales como ventaja comparativa y competitiva de las regiones emergentes, debido a su condición de baja tecnificación y desarrollo industrial. En efecto estas regiones se encuentran en el borde de un abismo económico, al tener presente que los recursos naturales no son una fuente infinita que les permita obtener y garantizar sus finanzas en el largo plazo, además es importante tener presente los desafíos a los que se enfrentan para abordar un desarrollo sustentable.

Por consiguiente, el desarrollo económico enfocado en los recursos naturales para estas regiones han terminado por convertirse en una maldición, como lo afirma Acemoglu y Robinson (2012), Sachs y Warner (1997); en causa a que no les ha permitido explorar nuevas fuentes de desarrollo económico, sumiéndolos en el atraso tecnológico, por lo que se puede decir que estas regiones tienen un camino difícil para posicionar productos de valor agregado en el mercado internacional, sin más han llegado tarde al proceso del desarrollo en su sentido general.

## 7. Bibliografía

- Acemoglu, D., & Robinson, J. (2012). *Por qué fracasan los países: los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza*. Barcelona: DEUSTO S.A. EDICIONES.
- Arceo, E., & Basualdo, E. (2006). *Neoliberalismo y sectores dominantes*. (E. Arceo & E. Basualdo, Eds.), *Tendencias globales y experiencias nacionales*, CLACSO, Buenos Aires. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO. Retrieved from <http://biblioteca.clacso.edu.ar/subida/uploads/FTP-test/clacso/gt/uploads/20101101023845/basualdo.pdf>
- Corzo, R. G. (2017). Latinoamérica: entre el desarrollismo Endógeno y el Subdesarrollismo Exógeno. *Temas Sociales*, (40), 47–70.
- Gaitán, F. (2014). *Auge, ocaso y resurgimiento de los estudios sobre desarrollo en América Latina*. Santiago de Chile.
- Garrido, C., & Peres, W. (1998). Las Grandes Empresas y Grupos Industriales Latinoamericanos en los Años Noventa. In W. Peres (Ed.), *Grandes Empresas y Grupos Industriales Latinoamericanos. Expansión y desafíos en la era de la apertura y la globalización* (pp. 13–80). Mexico, D.F.: Siglo XXI Editores, S.A.
- Gudynas, E. (2011). Debates sobre el desarrollo y sus alternativas en América Latina: Una breve guía heterodoxa. In *En “Más allá del desarrollo”, Grupo Permanente de Trabajo sobre Alternativas al Desarrollo* (pp. 21–53). Retrieved from <http://www.gudynas.com/publicaciones/capitulos/GudynasDesarrolloGuiaHeterodoxaFRLQuit011.pdf>
- Ocampo, J. A. (2005). *Más allá del Consenso de Washington: una agenda de desarrollo para América Latina* (Estudio y perspectivas No. 26).
- Perfetti, J. J., Balcázar, Á., Hernández, A., & Leibovich, J. (2013). *Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia*. Bogotá.
- Sachs, J. D., & Warner, A. M. (1997). *NATURAL RESOURCE ABUNDANCE AND ECONOMIC GROWTH*. Cambridge MA.
- Sarmiento, E. P. (2004). Derrumbe y Planteamiento del Modelo de Desarrollo. In R. O. Alameda (Ed.), *Colombia, Economía y Sociedad. Pasado, Presente y Futuro*. (pp. 61–74). Bogotá: Academia Colombiana de Ciencias Económicas.
- Vázquez-Barquero, A. (2005). *Las Nuevas Fuerzas del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch, editor,

S.A.

Williamson, J. (1998). Revisión del consenso de Washington. In L. Emmerij & J. Núñez del Arco (Eds.), *El desarrollo económico y social en los umbrales del siglo XXI* (pp. 51–65). Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

World Economic Forum. (2006). *The Global Competitiveness Report 2006-2007*. (Augusto Lopez-Claros, Ed.). Switzerland: World Economic Forum.

World Economic Forum. (2014). *The Global Competitiveness Report 2013-2014*. (P. K. Schwab, Ed.). Switzerland: World Economic Forum.

## LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA DEL MARCO DE JEREZ A LO LARGO DE LA CENTURIA DECIMONÓNICA: UNA APROXIMACIÓN HISTÓRICA

**María Vázquez Fariñas<sup>1</sup>**  
Universidad de Cádiz  
maria.farinas@uca.es

### Resumen

Este trabajo se centra en el estudio de la situación del tejido industrial vitivinícola de España a lo largo del siglo XIX y comienzos del XX, y más concretamente, de la zona del Marco de Jerez. Pretendemos ofrecer una primera aproximación que permita conocer la estructura fundamental de la economía española de esos años, y las características del proceso de industrialización en nuestro país, con el desarrollo de sectores tales como el textil, la minería y la siderúrgica, además del vitivinícola. A continuación, nos centraremos en el análisis de las principales características generales del sector vitivinícola en la zona del Marco de Jerez, por ser uno de los que más se desarrolló desde mediados de la centuria decimonónica.

**Palabras clave:** vitivinicultura - vino - negocios - comercio - siglo XIX - siglo XX - economía sectorial - desarrollo regional - España - Marco de Jerez

### Abstract

This paper focuses on the study of the situation of the wine industry of Spain throughout the nineteenth and early twentieth centuries, and more specifically, the Marco de Jerez area. We intend to offer a first approximation that allows to know the fundamental structure of the Spanish economy of those years, and the characteristics of the process of industrialization in our country, with the development of sectors such as textiles, mining and steel, as well as wine. In addition, we will focus on the analysis of the main general characteristics of the wine sector in the Marco de Jerez area, as it is one of the most developed since the mid-nineteenth century.

**Keywords:** vitiviniculture - wine - business - commerce - nineteenth century - sectoral economy - regional development - Spain - Marco de Jerez

---

<sup>1</sup> Doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad de Cádiz.  
Profesora Sustituta Interina en el Área de Historia e Instituciones Económicas, Departamento de Economía General, Universidad de Cádiz.

## 1. LA INDUSTRIALIZACIÓN EN ESPAÑA

El siglo XIX en España se caracteriza fundamentalmente por un crecimiento lento y atraso con respecto al resto de Europa, aunque a partir de la segunda mitad de la centuria se inició un proceso de crecimiento gradual que culminaría con un gran desarrollo ya en el siglo XX (Tortella Casares y Núñez Romero-Balmas, 2011: 31).

Así pues, la industrialización llegó a España de forma tardía si lo comparamos con otros países del continente europeo, como Gran Bretaña o Francia (Eiroa, 1998: 334), debido principalmente a las siguientes causas (Fuentes Quintana, 1988, Eiroa, 1998 y Tortella Casares y Núñez Romero-Balmas, 2011):

- La distancia con el resto de los núcleos europeos que estaban ya inmersos en el proceso de industrialización. Además, la geografía española propiciaba esta separación, pues las infraestructuras del país no facilitaban las comunicaciones, aislando a muchas regiones del país del comercio y dificultando enormemente la transferencia de recursos humanos.
- La estructura singular de la propiedad agrícola, pues tras las desamortizaciones de Mendizábal y Madoz, los nobles y burgueses concentraron la propiedad de las tierras sin introducir las innovaciones necesarias para que se diera la llamada revolución agraria. Mientras otras regiones de Europa llevaban a cabo esa revolución agraria, España fue incapaz de "revolucionar" su sector primario y permaneció estancada.
- La escasez recursos naturales, y más concretamente, de yacimientos de carbón, principal fuente de energía de la primera Revolución Industrial, suponía una importante traba al desarrollo industrial del país a pesar de contar con otros minerales como el plomo, el mercurio, el hierro, el cobre, el estaño o el zinc.
- Las altas tasas de mortalidad, debido fundamentalmente a la insalubridad de las viviendas, el déficit en la alimentación y las casi inexistentes medidas higiénicas y de servicios sanitarios.
- Factores culturales, como la educación y las altas tasas de analfabetismo, reflejan que el capital humano disponible no estaba preparado para propiciar el crecimiento o desarrollo económico.
- La pérdida de las colonias americanas tras la Guerra de Independencia y los acontecimientos sociopolíticos de la primera mitad de la centuria decimonónica, trajeron consigo la paralización de los mercados exteriores.
- La política comercial, de corte proteccionista, restaba competitividad a la economía española en un mercado internacional cada vez más liberalizado.
- La dependencia técnica, financiera y comercial del capital extranjero para el desarrollo de la industria, pues el escaso progreso del sistema bancario español y el gran endeudamiento de la Hacienda Pública obligaron al Estado a mantener unos elevados tipos de interés para atraer capitales del exterior.

No obstante, todos estos factores de atraso fueron contrarrestándose, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XIX, dando lugar a un lento pero continuado crecimiento económico en España (Tortella Casares y Núñez Romero-Balmas, 2011).

En el proceso de industrialización en España se distinguen tres etapas claramente diferenciadas (Eiroa, 1998: 334-339 y Cózar, 2003):

- Primera etapa (1808-1830): caracterizada por el estancamiento y la escasa inversión, debido en gran parte a los acontecimientos sociales y políticos de aquellos años, como las guerras carlistas, la Guerra de la Independencia y la pérdida de las colonias americanas.
- Segunda etapa (1830-1860): en el segundo tercio del siglo XIX comenzaron a percibirse los primeros signos de la industrialización en determinados puntos del país como Cataluña, Asturias y Andalucía, gracias al desarrollo de sectores como el textil y la industria minera.
- Tercera etapa (1860-1913): la última etapa constituye, en términos generales, un período de crecimiento y expansión en el ámbito industrial, a pesar de que hubo que hacer frente a serias dificultades y varias crisis, como la económica de 1864 o la bancaria de 1866.

Por otra parte, cabe señalar que una de las principales notas características de la industrialización en España es la desigualdad entre las distintas regiones dentro del país, pues no hubo un crecimiento o desarrollo regional equilibrado. A la hora de analizar ese proceso industrializador, es importante señalar que antes de 1860, el mayor crecimiento económico se registró en la región del noreste español, sobre todo en la zona de Barcelona, donde ya se atisbaban los primeros signos de una gran evolución en los procesos productivos (Rosés, 2007: 200). Durante los años siguientes, Navarra y el País Vasco se unieron al avance de la industria catalana, mientras que en otras zonas como Andalucía, Aragón, Castilla La Mancha y Castilla y León, la desindustrialización con respecto a las grandes industrias de Cataluña cada vez se hacía más evidente (Rosés, 2007: 201).

Para mostrar esta diferencia regional, hemos acudido a las cifras del empleo por regiones en las industrias manufactureras más representativas de España entre 1797 y 1900, con las que queda claramente reflejada la disparidad en el ritmo de crecimiento de las diferentes zonas (Tabla 1). A continuación, podemos observar que a partir de 1860 algunas Comunidades Autónomas comenzaron a perder capacidad productiva, como Andalucía, Aragón, Castilla y León, Castilla La Mancha y algunas regiones del Mediterráneo, donde los índices de empleo cayeron progresivamente, mientras que en otras zonas lograron incrementar el nivel de producción industrial enormemente, como es el caso de Cataluña, País Vasco, Navarra y algunas regiones del noroeste peninsular (Rosés, 2007: 202).

Entre los principales sectores que se desarrollaron en esos años, cabe señalar, además del sector agrario y la vitivinicultura, la industria textil, la minera, la metalúrgica y la industria de bienes de equipo, entre otras (Tortella Casares y Núñez Romero-Balmas, 2011: 259-268).

**Tabla 1. La distribución regional del empleo en las industrias manufactureras (porcentaje referido a los totales nacionales)**

	1797	1860	1900
<b>Andalucía</b>	20,04	20,96	17,70
<b>Aragón</b>	6,45	3,92	4,28
<b>Castilla y León</b>	16,09	12,44	9,15
<b>Castilla La Mancha</b>	16,51	14,98	14,07
<b>Cataluña</b>	12,39	17,16	24,11
<b>Mediterráneo</b>	16,52	15,14	14,32
<b>Noroeste</b>	7,11	10,05	8,58
<b>País Vasco y Navarra</b>	4,90	5,33	7,80

Fuente: Rosés (2007: 202).

Dentro del desarrollo regional en aquellos años, uno de los sectores que mayor auge experimentó en la segunda mitad del siglo XIX fue el vitivinícola, y más concretamente, el de los vinos de jerez, cuya producción y comercialización creció enormemente (Tortella Casares y Núñez Romero-Balmas, 2011: 260-261). El negocio estaba en manos de empresarios extranjeros, en su mayoría franceses, ingleses e irlandeses, que se establecieron en la provincia de Cádiz logrando una gran rentabilidad con su actividad empresarial (Vázquez Fariñas y Maldonado Rosso, 2017: 100-101), al especializarse en la elaboración de los vinos fino, manzanilla y oloroso, que hoy en día siguen siendo muy populares en todo el mundo (Simpson, 1985: 187).

## **2. LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA DEL MARCO DE JEREZ EN EL SIGLO XIX**

Entre mediados de los siglos XVIII y XIX tuvo lugar en el Marco de Jerez un proceso de transformación de la vitivinicultura tradicional en agroindustria vinatera moderna. A finales del siglo XVIII se introdujeron avances que propiciaron un importante auge de la industria vitivinícola, tales como la crianza y el envejecimiento de los vinos, el almacenado, la integración vertical del negocio y la construcción de numerosas bodegas. De esta forma, la industria vinatera del Marco de Jerez experimentó una gran concentración de capital, aumentando el número de exportadores españoles (Maldonado Rosso, 1996: 17-21).

Ya en el siglo XIX, se incrementó la importancia de los intermediarios en el negocio (agentes y almacenistas), aunque el proceso de cambio fue enormemente complejo y conflictivo (Maldonado Rosso, 1999: 79-99). Según estudios de Maldonado Rosso (1999: 159-181), durante años se habían venido desarrollando diversos enfrentamientos entre los gremios de cosecheros y los comerciantes, los toneleros y la propia Administración. Por una parte, la burguesía vinatera defendía la libertad de precios y la comercialización de vinos durante todo el

año, pues para satisfacer la demanda de su principal mercado –el británico– era partidaria de producir vinos envejecidos introduciendo caldos extranjeros y combinándolos con los de la zona. Por otra parte, la oligarquía cosechera prefería mantener la elaboración de productos vínicos básicos, prohibir la introducción de vinos foráneos, fijar precios mínimos y comercializar los vinos de forma estacional. Este conflicto entre los partidarios de la vitivinicultura tradicional y la moderna constituyó uno de los principales obstáculos en el desarrollo del sector. Finalmente, y tras la promulgación de varias disposiciones por parte del gobierno a favor de la liberalización de la producción y el comercio de vinos, se llevaron a cabo destacadas transformaciones en el sector, tales como el establecimiento a gran escala del sistema de criaderas y soleras para la crianza de los vinos, la construcción de grandes bodegas, la creación de nuevos tipos de empresas vinateras y la aparición de nuevas relaciones comerciales. Todas estas innovaciones, unidas a la mejora de la red de transportes a mediados del siglo XIX, contribuyeron a incrementar considerablemente las ventas de vino en el exterior.

La producción de jerez estaba destinada fundamentalmente a las exportaciones, siendo su principal mercado el británico (Pan-Montojo González, 1994a: 103). Sin embargo, el auge de este mercado desembocaría en graves problemas para el sector hacia la década de los sesenta del siglo XIX, pues el aumento de las exportaciones propició la entrada en el negocio de muchos especuladores que adulteraron la composición de los caldos para producirlos más rápidamente, por lo que disminuyó la calidad de los vinos al tiempo que subieron los precios en esos años (Simpson, 1985: 170-171). Además, los cambios en los gustos de los consumidores, las políticas arancelarias de aquellos años y la aparición de campañas contra los vinos de Jerez dificultaban también las ventas en el mercado británico (Maldonado Rosso, 1995: 96-97). Todo esto, unido al incremento de la competencia en los diferentes mercados, traería consigo la disminución de los precios y de las exportaciones hacia el último tercio del siglo XIX (Huez de Lempis, 1996: 109).

No obstante, el descenso de las ventas de los viticultores jerezanos en el mercado británico se vería compensado por el incremento de las exportaciones a Francia en esos años (Pan-Montojo González, 1994a:155). Hacia 1863 había aparecido en Francia la plaga de la filoxera (Camarero Bullón, 1984: 100), por lo que para poder mantener su producción, en los años siguientes esta nación tuvo que recurrir a las importaciones de vinos desde otros países de la cuenca mediterránea, lo que provocó el auge de la vitivinicultura en España, Italia y Argelia principalmente (Colomé Ferrer, 2001: 43-44). Concretamente, a partir de 1878 Francia se convirtió en el principal país receptor de las exportaciones españolas (Carnero Arbat, 1980: 67). Además, España, al igual que otros países, intentó ocupar entonces el lugar de Francia como principal productor de vino en los mercados internacionales, lo que propició también el aumento de sus ventas al exterior (Pan-Montojo González, 1994b: 170-171). No obstante, los vinos españoles se encontraban en una clara posición de desventaja, al estar gravados con aranceles más elevados que los establecidos para los vinos de sus competidores directos, lo que motivó la firma de un Tratado Comercial con Francia en 1882, que redujo los aranceles y propició el crecimiento de las exportaciones españolas (Carnero Arbat, 1980: 84-85). Sin



embargo, ésta y otras medidas, como la búsqueda de nuevos mercados en Cuba, Puerto Rico, Filipinas y América del Sur, no fueron suficientes para evitar la crisis que se estaba gestando en el sector vitivinícola en la provincia gaditana (Simpson, 1985: 183).

La filoxera, que había llegado a España en 1878 y a la zona del Marco de Jerez en 1894 (Piqueras Habas, 2005: 102 y 120), acentuó la crisis que el sector venía sufriendo desde algunos años antes, pues a la caída de los precios y de la producción hay que añadir que en esos años Francia comenzó a salir de la crisis y a recuperar sus mercados extranjeros, provocando el descenso de las exportaciones españolas (Carnero Arbat, 1980: 180-181).

Sin embargo, la situación de crisis en el sector no fue provocada únicamente por esta plaga. Concretamente, la provincia de Cádiz padeció varias crisis agrarias desde finales del siglo XIX que ponían en evidencia la debilidad de la agricultura (Bohórquez Jiménez, 2000: 487-509). Además, desde 1887 descendieron los precios del vino por un exceso de oferta, dando lugar a una disminución de los beneficios. En los años anteriores, se habían incrementado las plantaciones de viñedos para atender a la demanda de los países europeos y americanos, debido a la crisis de la viticultura en Francia (Camarero Bullón, 1984: 104). Se aumentó la superficie cultivada sin tener en cuenta elementos tan significativos como la mejora de los métodos productivos, el bajo nivel de consumo interno existente en España, el coste del transporte o la existencia de otros mercados. De esta forma, a finales del siglo XIX y comienzos del XX, cuando Francia comienza a recuperarse y a acudir a otros mercados, nos encontramos con un importante desequilibrio estructural debido al exceso de oferta en el sector del vino (Carnero Arbat, 1980: 180-181). En la región jerezana, solo los grandes productores pudieron afrontar, no exentos de dificultades, los altos costes derivados de la replantación y los cuidados de los viñedos, mientras que muchos pequeños vinicultores se vieron obligados a abandonar sus plantaciones y convertirse en jornaleros o a emigrar a otras regiones, pues cada vez se hacía más complicado lograr una rentabilidad satisfactoria de la actividad vitivinícola (Unwin, 2001: 390-391).

Ante las dificultades económicas que atravesaba el país debido a la crisis de finales de siglo, el gobierno español optó por una mayor intervención en la economía, por lo que se adoptaron medidas proteccionistas para defender la producción nacional, que consistían fundamentalmente en el incremento de los aranceles y derechos aduaneros, y en el abandono de muchos de los tratados comerciales que estaban vigentes por aquel entonces (González Ruiz, 2007: 477-479). Sin embargo, las nuevas tarifas aduaneras provocaron el rechazo de Francia a la política comercial española, lo que originó un mayor descenso de las exportaciones en aquel país, sobre todo de vino (González Ruiz, 2007: 480). González Ruiz (2007: 480-483) ha estudiado que, si bien es cierto que desde mediados de la década de los noventa la política proteccionista frenó los efectos de la crisis agraria finisecular, estas medidas acentuaron aún más la inestabilidad de algunos sectores, como el vitivinícola, y frenaron la modernización de la estructura socioeconómica del país.

Así pues, en este contexto y ante la invasión de la filoxera en los mercados españoles, la recuperación de los franceses, la saturación de los mercados internacionales y la mala

prensa que los vinos españoles habían adquirido por la adulteración de los caldos, las ventas de vino disminuyeron, dando lugar a la crisis de la vitivinicultura jerezana del último tercio del siglo XIX (Maldonado Rosso y Ramos Santana, 2010: 13).

### **3. SITUACIÓN DE LOS VINOS DEL MARCO DE JEREZ A COMIENZOS DEL SIGLO XX**

Como remedio a la crisis de finales de la centuria decimonónica en el sector vitivinícola, la mayoría de los exportadores de la zona del Marco de Jerez diversificaron su producción y ampliaron sus mercados (Maldonado Rosso y Ramos Santana, 2010: 13). Además, entre finales del siglo XIX y comienzos del XX, había surgido el movimiento conocido como *Regeneracionismo*, para impulsar el crecimiento del país y dinamizar la sociedad tras la crisis de 1898 (Paniagua Fuentes, 1995: 28). Pero aunque hubo varios intentos por implantar reformas sectoriales que mejoraran la situación del país, los desequilibrios se mantuvieron en esos años (La Parra López, 1997: 457-459).

Tendrían que pasar algunos años para que se registrara una mejora en la actividad comercial española, pues hacia la segunda década del siglo XX, por una parte el sector agrario supo adaptarse a los cambios que estaban teniendo lugar en los mercados interiores y exteriores, y por otra parte, la industrialización se expandió más allá de las regiones tradicionales de Cataluña, Asturias y el País Vasco (Garrido González, 2007: 487-517). Además, la aparición de nuevas industrias como las eléctricas y las químicas, permitieron un cierto desarrollo de la economía española (Haupt y Rojo Cagigal, 2007: 525-529). En resumen, podemos decir que el primer tercio del siglo XX constituye una etapa caracterizada por el esfuerzo, la inversión y el crecimiento económico (Tortella Casares y Núñez Romero-Balmas, 2011: 289-290). Entre 1914 y 1920, la neutralidad de España en la Primera Guerra Mundial afectó de manera desigual a los diferentes sectores de la economía española. Por una parte, las industrias que dependían de efectos de importación extranjera para el normal desarrollo de su actividad, sufrieron graves dificultades en esos años, y por otra parte, el conflicto propició un aumento de las exportaciones de los empresarios agrícolas, pues se incrementó la demanda de productos alimenticios desde los países beligerantes a los países neutrales (Caro Cancela, 1995: 89). En términos generales, el valor de exportaciones españolas se incrementó durante el conflicto, pasando de 881 millones en 1914 a 1.311 millones en 1919 (INE, 1922). No obstante, tras la finalización del conflicto la economía española volvió a acusar serios problemas derivados del descenso de la demanda, del incremento de la competencia internacional y de la ausencia de inversiones, dando lugar a desajustes en la producción, las redes de transporte y comunicaciones y en la distribución de la renta (Comín Comín, 2010: 287-291).

En esos años el descontento social era más que notable en España, pues a los conflictos que venían sucediéndose desde finales del siglo XIX, se sumaron las revueltas obreras por la llegada de la industrialización y los problemas con Marruecos (Tortella Casares y

Núñez Romero-Balmas, 2011: 288-289). La Guerra del Rif, que enfrentaba a España y Marruecos por el dominio de la bahía de Alhucemas, culminó con la gran derrota de Annual de 1921, que no hizo más que agravar la situación social y económica del país (Luis Martín, 1997: 492-494). La derrota española daría paso a una depresión económica en la que los grandes empresarios dejarían a un lado sus inversiones encaminadas a modernizar las estructuras económicas para centrarse en la búsqueda de medidas para superar esa nueva etapa de crisis (Harrison, 1983: 138-139).

No será hasta mediados de la década de los veinte, bajo la dictadura del General Primo de Rivera, cuando se registre cierto crecimiento en la economía española, gracias a las diversas medidas que se llevaron a cabo para reactivar la economía, tales como programas de obras públicas y electrificación, y la construcción y mejora de la red de carreteras y ferrocarriles (Harrison, 1983: 140). En esos años tuvo lugar un incremento del PIB, crecimiento que continuaría en los años siguientes, manteniéndose la situación más o menos estable hasta 1930, cuando se dejaron sentir los efectos de la gran depresión internacional (Comín Comín, 2010: 291-295).

En lo que a Cádiz respecta, ya sabemos que las últimas décadas del siglo XIX fueron bastante complicadas, pues la plaza gaditana había dejado de tener importancia en el comercio internacional. Sin embargo, en los albores del siglo XX tuvieron lugar varios intentos por mejorar y modernizar la ciudad, con el objetivo principal de recuperar el esplendor que había perdido en el último tercio del siglo anterior (Millán Chivite, 1993: 58). Son años en los que reina un espíritu emprendedor, pues se llevaron a cabo intentos de mejorar la actividad mercantil e incrementar las inversiones, lo que repercutirá positivamente en los negocios vitivinícolas de la zona del Marco de Jerez.

#### **4. CONCLUSIONES**

Este análisis preliminar nos acerca a las características del sector vitivinícola jerezano a lo largo del siglo XIX. Se trata de un siglo plagado de relevantes acontecimientos sociales, políticos y económicos que afectaron a la actividad comercial española y al proceso de industrialización y desarrollo. Además, las características particulares del país no favorecían el crecimiento o expansión industrial, por lo que las dificultades se acrecentaban aún más. Aún así, y algunos años más tarde que otros grandes países europeos, España logró desarrollar algunas industrias de diferentes sectores, como la industria algodonera, que fue la promotora del proceso de industrialización en España y además estimuló el desarrollo de otras industrias, la siderúrgica y la minera, que también fue un elemento crucial para el proceso industrializador, pues España logró alcanzar los primeros puestos a nivel mundial en la exportación y producción de minerales hacia la segunda mitad del siglo XIX.

También experimentó un gran auge la industria vitivinícola, sobre todo en la zona del Marco de Jerez, donde los empresarios vinateros fueron introduciendo innovaciones a lo largo del siglo XIX hasta convertir el negocio en uno de los más rentables hacia la década de los

setenta y ochenta. Del análisis realizado se desprende que existen dos fases claramente diferenciadas en el desarrollo de este sector, que coinciden con la evolución de la situación económica del país. En primer lugar, la transformación de la vitivinicultura tradicional en agroindustria vinatera moderna que había comenzado hacia finales del siglo XVIII, trajo consigo la introducción de numerosos avances que propiciaron un importante auge de la industria vitivinícola del Marco de Jerez a lo largo del siglo XIX. Concretamente, desde la década de los treinta, este negocio experimentó un crecimiento continuado, con un aumento de las exportaciones de vinos sin precedentes. Además, por aquellos años Cádiz seguía siendo la primera plaza mercantil de España, y los productos que más peso tenían entonces en la economía gaditana eran el vino y la sal. El segundo período, caracterizado por la inestabilidad, tuvo lugar a partir de 1870, cuando se dio la crisis del sector vitivinícola andaluz. El sector del vino sufrió entonces importantes transformaciones que afectaron a la estabilidad del negocio. Ya desde mediados de los sesenta, la crisis monetaria y financiera, unida a la crisis del sector vinatero y a la caída de la demanda de vinos de Jerez en Gran Bretaña, que había sido su principal mercado hasta entonces, agravaron enormemente la situación económica de la región, que no se recuperaría hasta bien entrado el siglo XX.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bohórquez Jiménez, D. (2000): "El viñedo en la Bahía de Cádiz durante la Restauración: Chiclana de la Frontera". En Maldonado Rosso, J. y Ramos Santana, A. (eds.), *Actas del I Encuentro de Historiadores de la Vitivinicultura Española*. Serie Encuentros Primavera en El Puerto, nº 2. Cádiz: Ayuntamiento de El Puerto de Santa María, pp. 487-509.
- Camarero Bullón, C. (1984): "A propósito de la <<crisis de filoxera>>: la actitud de la administración ante la invasión filoxérica y algunas precisiones estadísticas". En *Revista de Historia Contemporánea*, nº 3, pp. 99-123.
- Colomé Ferrer, J. (2001): "El sector vitícola español durante la segunda mitad del siglo XIX y el primer tercio del XX: el impacto de la demanda francesa, la crisis ecológica y el cambio técnico". En Carmona, J., Colomé, J., Pan-Montojo, J. y Simpson, J. (eds.), *Viñas, bodegas y mercados. El cambio técnico en la vitivinicultura española, 1850-1936*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, pp. 39-59.
- Carnero Arbat, T. (1980): *Expansión vinícola y atraso agrario. La viticultura española durante la gran depresión (1870-1900)*. Madrid: Servicio de Publicaciones Agrarias, Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura.
- Caro Cancela, D. (1995): "El problema de las subsistencias en el Jerez del trienio 1918-1920". En *Revista de Historia de Jerez* nº 1, pp. 89-101.
- Comín Comín, F. (2010): "El período de entreguerras (1914-1936)". En Comín, F., Hernández, M. y Llopis, E. (eds.), *Historia económica mundial siglo X-XX*. Barcelona: Crítica. pp. 285-329.

- Cózar Navarro, M. C. (2003): "El tejido empresarial en la ciudad de Cádiz". En *Revista de Estudios Regionales*, nº 67, pp. 139-166.
- Eiroa San Francisco, M. (1998): "La economía española del siglo XIX". En Paredes Alonso, J. (coord.), *Historia contemporánea de España (siglo XIX)*. Barcelona: Ariel, pp. 329-346.
- Fuentes Quintana, E. (6 de junio de 1988): "Los escenarios del atraso económico de España", *El País*. Recuperado el 1 de julio de 2018 de: [http://elpais.com/diario/1988/06/06/opinion/581551209\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1988/06/06/opinion/581551209_850215.html).
- Garrido González, L. (2007): "La modernización agrícola". En González Enciso, A. y Matés Barco, J. M. (coord.), *Historia económica de España*. Barcelona: Ariel, pp. 487-519.
- González Ruiz, L. (2007): "La economía en la crisis finisecular (1880-1913)". En González Enciso, A. y Matés Barco, J. M. (coord.), *Historia económica de España*. Barcelona: Ariel, pp. 463-484.
- Harrison, J. (1983): *Historia económica de la España contemporánea*. Barcelona: Vicens-Vives.
- Haupt, S. y Rojo Cagigal, J. C. (2007): "El desarrollo de la gran industria". En González Enciso, A. y Matés Barco, J. M. (coord.), *Historia económica de España*. Barcelona: Ariel, pp. 521-549.
- Huezt de Lempis A. (1996): "La situación de los vinos de Jerez, Oporto y Burdeos en los mercados europeos en la segunda mitad del siglo XIX". En Ramos Santana, A. y Maldonado Rosso, J. (eds.), *El Jerez-Xérès-Sherry en los tres últimos siglos*. Cádiz: Ayuntamiento de El Puerto de Santa María, pp. 103-127.
- INE (1922): *Anuario Estadístico de España, 1920*. Madrid: Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, Dirección General del Instituto Geográfico y Estadístico.
- La Parra López, E. (1998): "Alfonso XIII: los intentos de renovación del sistema (1902-1916)". En Paredes Alonso, F. J. (coord.), *Historia contemporánea de España (siglo XX)*. Barcelona: Ariel, pp. 409-430.
- Luis Martín, F. de (1998): "La quiebra de la monarquía (1917-1923)". En Paredes Alonso, F. J. (coord.), *Historia contemporánea de España (siglo XX)*. Barcelona: Ariel, pp. 431-460.
- Maldonado Rosso, J. (1999): *La formación del capitalismo en el marco del Jerez: de la vitivinicultura tradicional a la agroindustria vinatera moderna (siglos XVIII y XIX)*. Madrid: Huerga y Fierro Editores.
- (1996): "Génesis de las vinaterías jerezana y sanluqueña contemporáneas". En Ramos Santana, A. y Maldonado Rosso, J. (eds.), *El Jerez-Xérès-Sherry en los tres últimos siglos*. Cádiz: Ayuntamiento de El Puerto de Santa María y Unidad de Estudios Históricos del vino de la Universidad de Cádiz, pp. 11-28.
- (1995): "De mosto a vino: surgimiento y desarrollo de la industria vinatera en Andalucía. Siglos XVIII-XX". En Iglesias Rodríguez, J. J. (ed.), *Historia y cultura del vino en Andalucía*. Sevilla: Universidad de Sevilla y Fundación El Monte, pp. 91-104.
- Maldonado Rosso, J. y Ramos Santana, A. (2010): "Bodegueros de Jerez. Un importante ramo empresarial en la España contemporánea (siglos XVIII-XX)". En Ramos Santana, A. y

- Maldonado Rosso, J. (eds.), *Nueve bodegueros del marco del Jerez (siglos XVIII–XX)*. Cádiz: Quorum Editores, pp. 9-28.
- Pan-Montojo González, J. L. (1994a): *La bodega del mundo. La vid y el vino en España, 1800-1936*. Madrid: Alianza Editorial.
- (1994b): “El vino y la política comercial en la Restauración”. En *Revista Agricultura y sociedad*, nº 72, pp. 167-204.
- Paniagua Fuentes, F. J. (1995): *España: siglo XX (1898-1931)*. Biblioteca Básica de Historia, Madrid: Anaya.
- Rosés, J. R. (2007): “La primera etapa de la industrialización”. En González, A. y Matés, J. M. (coord.), *Historia económica de España*. Barcelona: Ariel, pp. 185-207.
- Tortella Casares, G. y Núñez Romero-Balmas, C. E. (2011): *El desarrollo de la España contemporánea. Historia económica de los siglos XIX y XX*, 3ª edición. Madrid: Alianza editorial.
- Unwin, T. (2001): *El vino y la viña. Geografía histórica de la viticultura y el comercio del vino*. Barcelona: Tusquets Editores.

II Congreso Virtual Internacional Economía, finanzas y contextos organizativos: nuevos retos  
(julio 2018)

## **EL METODO DIALECTICO MATERIALISTA Y SU IMPORTANCIA EN LA FORMACION DEL ECONOMISTA**

Lic. Arístides Gonzalo Pérez Romero  
Universidad de Holguín. Facultad de Ciencias Empres  
ariales y Administración Licenciado Economía Polític  
a.

Profesor Auxiliar del Dpto Economía.  
[arperom@uho.edu.cu](mailto:arperom@uho.edu.cu)

## RESUMEN

La Teoría Económica de Carlos Marx, expuesta en toda su magnitud en su obra cumbre, representó no solo una Revolución en la Filosofía, la Economía Política, sino además en la Pedagogía, en particular, en la didáctica, donde el enfrentamiento, se convirtió no solo en el campo de las ideas, sino que se enfrentó a todo un proceso educacional, basado en métodos rígidos, discriminatorios al sexo, a la raza, a la nacionalidad e impuestos para defender los intereses de la clase más rica e impedir el desarrollo del pensamiento del hombre en aquel contexto hostil de la sociedad capitalista.

En el trabajo, se relacionan algunos de los aportes de Carlos Marx, como su método dialéctico materialista, motor impulsor de la revolución, así como las leyes de la dialéctica, como leyes universales, pues, están presente en el desarrollo del pensamiento, la naturaleza y la sociedad. Las enseñanzas que legó a la clase obrera mundial, sobre la naturaleza contradictoria del modo de producción capitalista.

Expresó con claridad, sus ideas sobre las leyes económicas que rigen el desenvolvimiento del proceso económico, destacando que a cada formación económica social, le corresponde su propia ley económica fundamental, aquella que marca su nacimiento, desarrollo y desaparición, de la misma que expresa que cada sociedad, posee su propia ley de la población.

La principal enseñanza de la dialéctica materialista que nos dejó Carlos Marx, producto de su genial investigación, fue la forma en que estructuró su principal obra: El Capital, cuatro tomos, donde haciendo uso de su método dialéctico materialista, inicia su obra describiendo en detalle cada uno de las relaciones sociales de producción, que caracterizan la esencia del entonces naciente modo de producción capitalista, inicia su análisis por la relación más simple, pero que constituye la célula económica fundamental del capitalismo, en tanto, encierra todas las contradicciones que describirá en el desarrollo de su exposición. Esencia, que hoy en pleno siglo XXI, se encuentra detrás de cualquier proceso económico. Por supuesto, el capitalismo de aquellos tiempos, ocultaba la esencia explotadora del régimen capitalista a través de diferentes formas y Marx, las expuso en el tercer tomo de El Capital, relacionándolas con el actuar de las leyes económicas expuestas en el Tomo I. El Tomo II, lo dedicó a la exposición del movimiento que el dinero recorre para convertirse en capital en forma cíclica y expone como el ciclo se ve interrumpido por el estallido de crisis económicas y además, es capaz de caracterizar diferenciando sus fases como crisis, depresión, reanimación y auge o prosperidad, precisando, que sólo un proceso masivo del capital fijo, llevaría a la economía a la fase de recuperación.

Y culmina su análisis con la ley General de la acumulación y la tendencia histórica del capitalismo, donde da las razones que llevarían al capitalismo a desaparecer.

Los economistas contemporáneos, para mencionar los más leídos del siglo XX, Alfred Marshall, John May Keynes, Paul Anthony Samuelson y Milton Friedman, forman parte, de la evolución de la Economía Política que reinó hasta el siglo XIX. Ninguno hace referencia a la obra de Carlos Marx, pero sí tuvieron en cuenta sus análisis, por ejemplo, Marshall, considerado como el padre de la microeconomía, dado sus análisis del lugar de la economía de la empresa en la sociedad, relacionadas con la producción, oferta, demanda y precio. Keynes, padre de la macroeconomía, es el único que acepta y declara que las crisis económicas y el desempleo acompañan a la sociedad capitalista. Samuelson, mejora tanto la microeconomía como la macroeconomía. Friedman, en su afán de defender al capitalismo, retuerce la economía expuesta hasta ese momento y destruye la macro explicada por Keynes y se presta a desarrollar ideas de un neoliberalismo agresivo, destructor de todo obstáculo, sólo por satisfacer los intereses del gran capital.

Federico Engels calificó a la obra de Marx como "La biblia de los trabajadores" y Ernesto Guevara de la Serna, "el Che" calificó a la obra de Marx como "La biblia de los economistas"

Palabras claves: dialéctica, métodos, metafísica, pedagogía, didáctica.

• **Criterios de clasificación JEL** (Journal of Economic Literature). A22 Enseñanza universitaria. Wikipedia JEL y UNESCO 6 dígitos. 58 Pedagogía).



## SUMMARY

Carlos' Economic Theory Marx, exposed in all his magnitude in his work sum mit, not represented alone a Revolution in the Philosophy, the Political Economy, but also in the Pedagogy, in particular, in the didactics, where the confrontation, not became alone in the field of the ideas, but rather he/she faced an entire educational process, based on rigid methods, discriminatory to the sex, to the race, to the nationality and taxes to defend the interests of the richest class and to impede the development of the man's thought in that hostile context of the capitalist society.

In the work, they are related some of Carlos' contributions Marx, as their materialistic dialectical method, impeller motor of the revolution, as well as the laws of the dialectical one, as universal laws, because, they are present in the development of the thought, the nature and the society. The teachings that I bequeath to the world labor class, on the contradictory nature in the way of capitalist production.

It expressed with clarity, their ideas on the economic laws that govern the development of the economic process, highlighting that to each socioeconomic formation, it corresponds him their own fundamenteconomic law, that that marks their birth, development and disappearance, of lamisma that expresses that each society, it possesses their own law of the population.

The materialistic main teaching of the dialectical one that Carlos left us Marx, product of his brilliant investigation, the form in that it structured its main work was: The Capital, four volumes, where making use of their materialistic dialectical method, it begins their work describing in detail each one of the social relationships of production that you/they characterize the essence of the then nascent way of capitalist production, it begins their analysis for the simplest relationship, but that it constitutes the fundamental economic cell of the capitalism, as long as, it contains all the contradictions that it will describe in the development of their exhibition. Essence that today in the middle of XXI century, it is behind any economic process. Of course, the capitalism of those times, hid the operating essence of the capitalist régime through different forms and Marx, it exposed them in the third I take of The Capital, relating them with acting of the economic laws exposed in the Volume I. The Volume II, he/she dedicated it to the exhibition of the movement that the money travels to become capital in recurrent form and it exposes as the cycle it is interrupted by the explosion of economic crisis and also, it is able to characterize differentiating its phases like crisis, depression, reanimación and peak or prosperity, specifying that only a massive process of the fixed capital, would take to the economy to the recovery phase.

And their analysis culminates with the General law of the accumulation and the historical tendency of the capitalism, where he/she agrees with.

The contemporary economists, to mention the read in the XX century, Alfred Marshall, John May Keynes, Paul Anthony Samuelson and Milton Frenma, is part, of the evolution of the Political Economy that reigned until the XIX century. None makes reference to Carlos' work Marx, but yes they kept in mind their analyses, for example, Marshall, considered as the father of the microeconomía, given their analyses of the place of the economy of the company in the society, related with the production, it offers, it demands and price. Keynes, father of the macroeconomics, is the only one that accepts and he declares that the economic crises and the unemployment accompany to the capitalist society. Samuelson, improves as much the microeconomía as the macroeconomics. Frenma, in its desire of defending to the capitalism, twists the exposed economy until that moment and it destroys the macro explained by Keynes and you ready to develop ideas of an aggressive neoliberalismo, destructive of all obstacle, only to satisfy the interests of the great capital.

Federico Engels qualified to Marx's work like "The Bible of the workers" and Ernesto Guevara of the Serna, "the Che" it qualified to Marx's work like "The Bible of the economists"

Key words: dialectical, methods, metaphysics, pedagogy, didactics.

"Classification approaches JEL (Journal of Economic Literature). A22 University Teaching. Wikipedia JEL and UNESCO 6 digits. 58 pedagogy).

## DESARROLLO

Es conocido que los estudios de Carlos Marx y Federico Engels, revolucionaron toda la filosofía, la Economía Política, y nació la teoría de un comunismo científico, sin embargo, se ha escrito poco sobre los aportes de Marx y Engels a la Revolución en la pedagogía, que en aquella época, la pedagogía respondía a los intereses de la clase dominante: la burguesía, cuyo único interés era y es fortalecer su dominio económico y social, sin descartar el uso de cualquier medio, además aprovechando la fuerza que las ideas religiosas que predominaron hasta el régimen feudal, apoyaban que el método extendido en la pedagogía burguesa fuera el metafísico, donde lo ideal se imponía como elemento determinante sobre lo material.

La metafísica, estudia todo lo que tiene que ver de alguna forma con Dios, caracterizándose como ciencia, como el sostén de la sabiduría de todo lo que no podemos percibir mediante los cinco sentidos y que solamente la parte mental del cuerpo humano podrá comprender, y en este sentido, desde el régimen esclavista, le competen tres campos de estudio: La Ontología, la Teología y la Gnoseología, cada una como ciencia se resumen en la metafísica.

### Ontología

Es la ciencia que estudia el Ser con su característica de ser incambiable, libre de modificaciones, pues la única movilidad que presenta es la opuesta: no-ser, que es un estado, del que no se puede conocer porque si no es, no existió y no se podrá percibir por ninguna vía de captación. Si hablar como existencia de hecho le estamos dando Ser y llegaríamos a ser, es. Todo Es. El no ser no existe. Cuando ese Es, se manifestará a sí mismo y se transformará en la Acción que constituye la primera consecuencia que se desprenderá del hecho de ser o existir.

### Teología

Reconoce a Dios como el Ser Máximo y supremo, estudiándolo en manifestación, en dirección hacia el "yo soy". En el principio sólo existía el Ser, en la forma de una persona. Aquella miró a su alrededor y no vio nada excepto su propio ser. Y dijo fue "yo soy"; así fue cómo pronunciando Su nombre, "Yo". La escolástica, el pensamiento teológico-filosófico dominante en época medieval, una subordinación absoluta y rígida de la razón a la fe. Este pensamiento dominó en la instrucción y formación de cualquier enseñanza, incluyendo las universidades.

### Gnoseología

Ciencia que estudia el conocimiento en sí mismo, como principio universal, llevando de forma consecuente al descubrimiento de la Ontología y la Teología. De igual forma escudriña en el campo de la acción que mueve en la manifestación la Teología, que a su vez ha sido movida por la Ontología. El Ser y su estudio; por lo que la Ontología trajo como consecuencia la existencia y el estudio de Dios; la Teología, dando lugar al conocimiento: la Gnoseología.

Durante el siglo XIX, el método metafísico, predominaba en la pedagogía burguesa, los objetivos de la educación, así como sus concepciones, se concebían en la metafísica, los problemas en el proceso educativo, se explicaban sobre bases y propiedades invariables, con la expresión de una definición sagrada y bajo la dirección de leyes naturales, eternas e invariables.

Carlos Marx inicia la Revolución en la Filosofía de la época, cuando expone la diferencia del método dialéctico de Hegel, basado en la idea, aportando su propio método dialéctico materialista, que revoluciona además a la Pedagogía como ciencia y en particular a la didáctica.

La elaboración y exposición del método dialéctico materialista, es expuesto por Marx, de forma lógica y con ejemplos de análisis concretos en su investigación sobre el modo de producción capitalista, en su obra cumbre: El Capital.

Así se describe el método dialéctico

1.-Aporta dos descubrimientos que constituye la cúspide del método dialéctico materialista:

- La relación entre el ser y el pensar, donde expone y defiende que lo primario es el ser y lo secundario es la conciencia. Al referir el papel secundario del pensar con relación al ser, lo que sirve de punto de partida no es la idea, sino la manifestación externa, exclusivamente de la conciencia.
- Expone tres leyes de la dialéctica, presentes en el desarrollo del pensamiento, la naturaleza y la sociedad: la ley de la unidad y lucha de contrarios, la ley de la negación de la negación y la ley de los cambios cuantitativos en cualitativos.
- Lo que importa es descubrir la ley de los fenómenos que domina, que dirige el proceso, en una época dada: la ley económica fundamental.
- La ley que rige sus cambios, su evolución, es decir, el tránsito de una forma a otra, de uno a otro en un orden de interdependencia.
- El esclarecimiento de las leyes especiales que presiden el nacimiento, la existencia, el desarrollo y la muerte de un determinado organismo económico social y su sustitución por otro más elevado.

- Las formas definitivas y las relaciones de interdependencia que brotan de las leyes.
- Expone los efectos en que se manifiesta dentro de la vida social.
- Demuestra la necesidad de determinados órdenes de relaciones sociales y su correspondencia con el desarrollo de las fuerzas productivas.

2.-Seleccionar y exponer del modo más impecable, los hechos que le sirven de punto de partida y de apoyo en la investigación y para ello:

- La necesidad del orden presente.
- La necesidad de movimiento de un orden nuevo hacia el que aquél tiene inevitablemente que derivar.
- Concibe los cambios en la sociedad como un proceso histórico-social regido por leyes.
- Como causa de estos cambios, solo concibe sus contradicciones internas, solo hay que exponerlas.
- Tales leyes existen independientes de la voluntad, la conciencia y la intención de los hombres, pero además, determinan su conciencia, voluntad e intenciones.

3.-Muestra el comportamiento de la crítica en la investigación de los fenómenos económicos y sociales:

- La crítica tiene que limitarse a comparar y contrastar un hecho no con la idea, sino con otro hecho.
- Lo que a la crítica le importa es, sencillamente, que ambos hechos sean investigados de la manera más escrupulosa posible.
- Destacar que formen real y verdaderamente, el uno respecto al otro, distintos momentos de desarrollo,
- La serie en que aparecen enlazados los órdenes, la sucesión y articulación en que enlazan las distintas fases del desarrollo.

4.-Para Marx cada época histórica tiene sus propias leyes.

5.-La vida económica y su desarrollo, provoca cambios en las relaciones sociales y las leyes que las rigen.

6.-Nos legó que en las investigaciones económicas y sociales, no se pueden ignorar la existencia de las leyes económicas.

7.-Nos legó además, el conocimiento de la existencia histórica de una formación económico social, que permite analizar sus partes interrelacionadas: las relaciones sociales de producción que constituye la base económica (determinante) y la superestructura (Estado, sus instituciones y las formas de manifestarse la conciencia social: la religión, política, ateísmo, etc)

Trazándose como mira investigar y explicar el orden económico capitalista con este criterio, Marx se limita a formular con el máximo rigor científico la meta que toda investigación exacta de la vida económica debe proponerse: descubre y expone en detalle la ley económica fundamental del capitalismo.

El propio Marx expresa:

"Mi método dialéctico no sólo es fundamentalmente distinto del método de Hegel, sino que es, en todo y por todo, la antítesis de él para Hegel, el proceso del pensamiento, al que él convierte incluso, bajo el nombre de idea, en sujeto con vida propia, es el demiurgo de lo real, y esto la simple forma externa en que toma cuerpo para mí, lo ideal no es, por el contrario, más que lo material traducido y traspuesto a la cabeza del hombre." <sup>1</sup>

Reconoce el mérito de Hegel por ser el primero en exponer su método dialéctico, que aunque aún llevando el ropaje de la mistificación, expuso de forma amplia y consciente sus formas generales de movimiento.

"La dialéctica mistificada llegó a ponerse de moda en Alemania, porque parecía transfigurar lo existente. Reducida a su forma racional, provoca la cólera y es el azote de la burguesía y de sus portavoces doctrinarios, porque en la inteligencia y explicación positiva de lo que existe, se abriga a la par la inteligencia de su negación, de su muerte forzosa; porque, crítica y revolucionaria por esencia, enfoca todas las formas actuales en pleno movimiento, sin omitir, por tanto, lo que tiene de perecedero y sin dejarse intimidar por nada" <sup>2</sup>

La Historia ha demostrado que el descubrimiento del método dialéctico materialista, liberó a la pedagogía, la didáctica y a la enseñanza de la economía en particular del método metafísico y la vincula con los procesos concretos de la realidad, tanto psíquica como social, supera el hábito de analizar las causas y efectos de forma independientes, de considerar la invariabilidad de los fenómenos y procesos, de las propiedades y aptitudes de los educandos. La educación ha sido y es variable, se desarrolla, se transforma, se especializa, bajo la acción de sus propias contradicciones en el proceso, lo cual, es incompatible con el método metafísico.

El método dialectico materialista, inicia la Revolución en la enseñanza de la economía y muestra toda su riqueza precisamente con la relación de interdependencia y desarrollo que muestra hoy la la pedagogía y la didáctica en su relación con la psicología como ciencia.

La didáctica, no es una ciencia independiente, sino que forma parte importante de la Pedagogía, es el tratamiento de los problemas e interrogantes que plantea la actividad instructiva, la reflexión sistemática sobre la naturaleza del conocimiento, sobre las causas de la adquisición por nuestra parte de nuevos saberes, nuevas actitudes y nuevas destrezas, exige un esfuerzo enormemente mayor que la simple práctica rutinaria de la enseñanza, mientras que la psicología explica el comportamiento y el cuadro síquico de los educandos, complementado por el trabajo de la didáctica y la pedagogía.

Por otro lado, la formación del economista, exige involucrarlos en proyectos de investigación, donde tengan la oportunidad de transitar y conocer los distintos procesos naturales del desarrollo económico, ya sea a nivel microeconómico o macroeconómico, es donde, el estudiante descubre las contradicciones que explican la necesidad del perfeccionamiento o la presencia de un nuevo proceso. En cualesquiera de los sistemas económicos: Finanzas, Recursos Humanos, comercial, Cuentas Nacionales, Operaciones y en el campo de la teoría económica, se precisa de la investigación científica.

Marx, deja para nuevas generaciones de economistas, la idea que a diferencia de otras ciencias, las cuales, pueden utilizar herramientas o reactivos químicos que les permita descubrir y analizar los procesos físicos o químicos, en el análisis de los procesos económicos, solo se cuenta con la capacidad de abstracción.

La capacidad de abstracción, como único medio de investigación, posibilita el análisis de las partes y sus nexos internos en una relación de causa y efecto, en un orden lógico e histórico; lo que permitirá al finalizar sintetizar lo investigado, aquí uno de los métodos teóricos fundamentales a utilizar es el método histórico lógico, la relación contenido y forma, esencia y fenómeno. El objetivo no es sólo describir cómo se ha comportado el proceso a investigar en los períodos estudiados, las condiciones económicas, políticas y sociales que influyeron en los cambios, a través de que formas se expresa, sino que hace falta también conocer la lógica de su desarrollo, qué elementos de esencia incidieron en los cambios operados en cada etapa, cuales leyes acompañan el cambio.

Como se observa, por si solo ni el método histórico, ni el lógico por separado, proporcionarían la posibilidad al investigador penetrar a la esencia del fenómeno y de poder sintetizar lo investigado, se quedarían en pura especulación de los hechos sin los conceptos elaborados.

Como expone el propio Marx:

"Claro está que el método de exposición debe distinguirse formalmente del método de investigación, la investigación ha de tender a asimilarse en detalle la materia investigada, a analizar sus diversas normas de desarrollo y a descubrir sus nexos internos, sólo después de coronada esta labor, puede el investigador proceder a exponer adecuadamente el movimiento real. y si sabe hacerlo y consigue reflejar idealmente en la exposición la vida de la materia, cabe siempre la posibilidad de que se tenga la impresión de estar ante una construcción a priori (IX)"<sup>3</sup>

"En el análisis de las formas económicas de nada sirven el microscopio ni los reactivos químicos. El único medio de que disponemos, en este terreno, es la capacidad de abstracción"<sup>4</sup>

En particular, en las investigaciones económicas y en la enseñanza superior de las especialidades de Economía, es muy importante, la aplicación del método dialectico materialista, pues de ellas, se desprenden tres conclusiones de principios en el desarrollo de la pedagogía:

En primer lugar:

Como dice el propio Marx:

La investigación de los problemas pedagógicos, exige precisamente un método lógico de este tipo, cuya esencia solo constituye respecto al método histórico, una forma histórica disfrazada. Esto constituye una conclusión que posibilitaría solucionar correctamente muchos de los problemas pedagógicos y didácticos.

En segundo lugar:

Por otro lado, cabe destacar, la importancia que posee el método dialectico materialista para el desarrollo de las investigaciones en los diferentes campos, en particular en la economía, cualesquiera de las ciencias que se instruyen y educan a los educandos, no importa la enseñanza, cumplen con éxito el camino del método del conocimiento trazado por Carlos Marx:

Concreto sensible		Abstracto		concreto pensado
Empírico	⇒	Análisis	⇒	síntesis

Lo concreto sensible, capta a través de la observación simple, empírica, el problema lleno de contradicciones, solo que para conocer las contradicciones, su naturaleza, sus causas, se separan, se dividen, se seleccionan hasta lograr la caracterización, por lo que se estaría en condiciones de emitir los conceptos correspondientes, es decir, se realiza la síntesis de lo investigado.

La distinción de estas dos direcciones del pensamiento, el conocimiento del doble sentido, del concepto concreto (sensible, empírico y el pensado) se convierte en una regla metodológica fundamental de la pedagogía. La previene de un uso superficial del hecho no analizado como unidad de la diversidad y de un empirismo estrecho. La protege de un método unilateral de abstracción, que suministra solo sutiles definiciones simples. Al recomendar un procedimiento de pensar en dos direcciones, vincula las investigaciones con la realidad y permite comprenderla en toda su magnitud.

En tercer lugar:

Es la relación entre la Teoría y la Práctica, el método dialectico materialista, posibilita el desarrollo de ambas pero en una relación de interdependencia, donde la Teoría se nutre de la Práctica y esta a su vez, se fortalece con la conceptualización teórica de las relaciones, sus contradicciones y categorías que la caracterizan.

El hecho de que Carlos Marx, con su método dialectico materialista provocara la Revolución en la Pedagogía, aporta lo más novedoso de la época, le imprime a la pedagogía un contenido clasista, y un fuerte contenido ideológico, las investigaciones expuestas en su obra cumbre *El Capital*, llevaban siempre el claro objetivo de denunciar el mecanismo diabólico del modo de producción capitalista, por su esencia explotadora y denunció sus descubrimientos más relevantes, instruyendo a la clase obrera asalariada de la naturaleza destructora del capitalismo y de la necesidad de la organización de la lucha desde un partido revolucionario. Sus investigaciones científicas expuestas en *El Capital*, gracias al método dialectico materialista, las desglosa en detalles, siempre cuidando los análisis más sencillos y las reflexiones más analíticas para su comprensión, es el momento para insertar unas líneas de Marx al respecto, cuando en la segunda edición de *El Capital* Tomo I, reescribe lo escrito sobre la forma de valor:

"El capítulo I, 3 (la forma del valor) ha sido totalmente modificado: así lo exigía, entre otras cosas, la doble exposición que de esta teoría se hace en la edición anterior. Advertiré de pasada que la iniciativa de aquella doble forma de exposición se debe a mi amigo el doctor L. Kugelmann, de Hannóver. Estaba yo en su casa pasando unos días, en la primavera de 1867, cuando me enviaron de Hamburgo los primeros paquetes de pruebas de mi obra, y fue él quien me convenció de que para la mayoría de los lectores sería conveniente completar el análisis de la forma del valor con otro de carácter **más didáctico**"<sup>5</sup>

Los principales aportes de Carlos Marx al conocimiento de la esencia y las formas del modo de producción capitalista, muestran la aplicación de su método dialectico materialista y de una didáctica especial dirigida principalmente a la aceptación y comprensión de la clase obrera asalariada de la esencia explotadora del régimen capitalista y el uso de sus diferentes medios.

Muestra una nueva Economía Política como la Ciencia que estudia el conjunto de las relaciones sociales de producción, distribución, cambio y consumo, así como las leyes y las categorías económicas que le corresponden, en su interrelación con el desarrollo de las fuerzas productivas.

- Dejó un análisis integral en una relación causa y efecto y en un orden lógico e histórico del desarrollo de la oferta, demanda y precio.
- Descubre la ley de la plusvalía como la que demuestra el nacimiento, desarrollo y desaparición del capitalismo.
- Explica que la fuente de la riqueza de la sociedad está en el trabajo y la tierra.
- Expone que el trabajo del obrero asalariado es la fuente creadora de valores que enriquecen a la clase capitalista.
- De ahí, las relaciones de explotación entre el obrero y el capitalista.
- Deja para el mundo empresarial los indicadores de eficiencia económica de la actividad productiva.
- Así como el mecanismo económico que por un lado fortalece la economía capitalista y por el otro, eleva la explotación de la clase obrera.
- Mientras que en la clase más rica se acumula la riqueza, en la clase obrera, se acumula pobreza, hambre y pauperismo.
- Demostró que el sistema capitalista es y será incompatible con los intereses de la clase obrera asalariada.
- Previó la inevitable internacionalización de las relaciones de producción capitalista.

Las concepciones sobre economía, continuó su avance a finales del siglo XIX y durante todo el siglo XX.

Es creada la corriente neoclásica o marginalista a finales del siglo XIX y principio del XX, entre varios economistas de la época, se destaca Alfred Marshall, de origen inglés, sus aportes a las ideas económicas sobre la oferta y la demanda, la determinación de costes de producción y precios de venta, la elasticidad de los precios, el funcionamiento de los mercados y la utilidad marginal. Su obra principal, "*Principios de economía*", publicado en 1890, se convirtió durante muchos años en el

principal libro de texto en las facultades de todo el mundo. Los escritos de los neoclásicos, aunque no referencian las ideas económicas de Marx, sí abordan los análisis de relación oferta, demanda, precio.

En el periodo de la crisis de 1929 -1933, nace un nuevo economista, John M. Keynes, sus ideas constituyen un análisis de la demanda efectiva y su incidencia en las variaciones del nivel de producción y empleo. Rompía así con la doctrina oficial existente y con la ley de los mercados, cambiando completamente la visión que existía sobre la macroeconomía. Por primera vez, es reconocido por un economista no marxista que al capitalismo, le es característico periódicamente el estallido de las crisis económicas y la aparición del desempleo. Publica su libro *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*, que alteró radicalmente la visión sobre el funcionamiento de las economías modernas.

Keynes propone una economía mixta, entre el sistema de economía de mercado y el sistema de economía planificada, hubo quien lo calificó de comunista, lo cierto es que sus ideas se basaban en el papel económico del Estado, aplicar una política financiera diferente, donde se lograra el multiplicador del dinero y el de inversión con una efectiva política fiscal e incentivar el crecimiento de la economía y la disminución del desempleo.

En los años 70, surge un nuevo escenario económico donde aparecen paralelas una alta inflación y el desempleo, es lo que se denominó "estanflación".

Esta nueva situación no era explicada por las teorías keynesianas y surge la corriente monetarista, perteneciente a la Escuela de Chicago que reivindicaba el liberalismo neoclásico de Adam Smith, desarrollando nuevas ideas sobre el liberalismo, es decir, el neoliberalismo.

Estas ideas contradicen las teorías keynesianas, resaltan el papel del mercado y defienden la idea de limitar las acciones del Estado a la política monetaria y fiscal, haciendo un uso combinado del interés bancario, el dinero y los impuestos. Su mayor exponente fue Milton Friedman.

En el periodo posterior a la segunda guerra mundial, se destaca un economista estadounidense Paul Anthony Samuelson, representante de la "síntesis neoclásica", que representa una fusión de un conjunto coherente de la economía de Keynes con la de sus predecesores. Enriqueció las teorías de la microeconomía y la macroeconomía e su libro *Economía*, consultado por años en diferentes universidades del mundo.

## CONCLUSIONES

Carlos Marx, aportó a la ciencia el método dialectico materialista y desató una cadena de cambios en las ideas filosóficas, económicas, pedagógicas, políticas e ideológicas, de ahí su valía para la lucha de la clase obrera no sólo de aquellos tiempos, sino también para la lucha de los nuevos tiempos.

Como dijera Federico Engels, "fue el hombre más odiado por sus enemigos", pero el más querido por la clase obrera mundial. Su obra trasciende no solo Europa, no solo su siglo, sino que perdurará para siempre y por siempre.

La pedagogía de hoy, agradece los aportes de Carlos Marx ante un método metafísico que amenazaba con extenderse. Hoy la pedagogía se enriquece, pues está en constante perfeccionamiento.

En pleno siglo XXI, se puede afirmar que en la obra cumbre de Carlos Marx se aprecia, lo que se nombra la didáctica especial, pues, su objetivo fue instruir a la clase obrera en el conocimiento del por qué mantener una lucha contra el Capitalismo o como sistema y no contra el capitalista como hombre.

## REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

1. Marx Carlos. Tomo I. POSTFACIO A LA SEGUNDA EDICION. P.11 (soporte magnético)
2. Marx Carlos. Tomo I. POSTFACIO A LA SEGUNDA EDICION. P.12 (soporte magnético)
3. Marx Carlos. Tomo I. POSTFACIO A LA SEGUNDA EDICION. P.11 (soporte magnético)
4. Marx Carlos. Tomo I. PROLOGO A LA PRIMERA EDICION. P.1. (soporte magnético)
5. Marx Carlos. Tomo I. POSTFACIO A LA SEGUNDA EDICION. P.1.pág.5 (soporte magnético)



## BIBLIOGRAFIA

1. Abdullina.O.A. y Otros. Pedagogía Editorial libros para la Educación la Habana 1981:150-185
2. Alonso, J.(1992) Motivar en la Adolescencia. Teoría, Evaluación e Intervención. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid.
3. Alvarez, C. La Escuela en la Vida. CEES. "Manuel F. Gran" Universidad de Oriente.1995
4. Alvarez,C Metodología de la Investigación Científica. CEES "Manuel F. Gran" Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, 1995.
5. Alvarez,C Fundamentos de Didáctica de la Educación Superior. Universidad de Oriente, 1995.
6. Asieev.V.G. Problema teórico de la Psicología de la Personalidad. Editorial Pueblo y Educación 1988 La Habana, pp 18-34
7. Castañeda H. Angel E. El Diseño curricular de carreras de Ingeniería y el impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Educación Universitaria. No 2, 1999. U. De Matanzas. Cuba.
8. Cárdenas, J. (1994). ¿Estamos aptos para pensar? Educación y Pedagogía. Universidad de Salle, año I, No. 2, Colombia.
9. Carreteras, M. (1995). Constructivismo y Educación. Editorial AIQUE. Didáctica.
10. Castro, J. (1996). Mediación, aprendizaje y habilidades del pensamiento. Instituto Politécnico Nacional, México.
11. Cátedra" Manuel F. Gran".(1995).Conferencias de didáctica. Maestría en Ciencias de la Educación Superior. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba, Cuba.
12. Marx, C. (1974). El Capital Tomos I, II y III. Editorial Pueblo y Educación.
13. Marx, C. (1974) Historia Crítica a la Teoría de la Plusvalía. Editorial Pueblo y Educación.
14. Marx, C. (1974) Obras escogidas en dos tomos. Editorial Progreso.
15. Marx, C. (1974) Fundamentos críticos de la Economía Política. Editorial Pueblo y Educación. 1974
16. S/N. (1977) Enfoque Integral de la Labor Educativa con los estudiantes. Edi. Félix Varela. La Habana.

## “EDUCACIÓN LABORAL Y ECONÓMICA ANTE LOS NUEVOS ESCENARIOS DE LA ECONOMÍA”

**MSc. Ángel B. G. Peralta Arbella<sup>1</sup>**

**MSc. Dayamí Danyelis Gelabert Veliz<sup>2</sup>**

Profesores de Economía Política. Facultad de Ciencias Empresariales y Administración

Universidad de Holguín, Cuba

### Resumen

El presente artículo tiene como propósito explicar la importancia y necesidad de la educación laboral desde una perspectiva económica y laboral. La educación económica tiene nexos muy cercanos con las demás direcciones del proceso formativo, especialmente con la educación laboral, la educación política y la educación moral, entre otras. Diferenciar el contenido de la educación laboral y la educación económica; así como, sus nexos con estas direcciones del proceso formativo, en un contexto de profundos cambios e incertidumbre, exige a los centros formadores, la elevación de su nivel teórico y metodológico, sin embargo, los estudios realizados han probado la existencia de limitaciones en su realización práctica.

Palabras claves: Educación económica-educación laboral-conciencia económica-cultura económica-cultura laboral

### Abstract

The purpose of this article is to explain the importance and necessity of labor education from an economic and labor perspective. Economic education has very close links with the other directions of the training process, especially with labor education, political education and moral education, among others. Differentiate the content of labor education and economic education; as well as, its links with these directions of the training process, in a context of profound changes and uncertainty, requires the training centers, the elevation of their theoretical and methodological level, however, studies have proven the existence of limitations in their practical realization.

Key words: economic education-labor education-economic conscience-economic culture-working

---

<sup>1</sup> MSc. Ángel B. G. Peralta Arbella, profesor de Economía Política en la Universidad de Holguín con más de 49 años de experiencia en la docencia y graduado de Maestro Primario (1972), del Profesorado Básico de Historia (1977) y el Profesorado Superior de Historia (1982); especializado en Economía Política (1985); Master en Desarrollo Social Caribeño (2003) ha investigado acerca de la educación económica durante varios años y escrito diferentes artículos, ha tutorado tesis de pregrado y de maestrías sobre el tema, e impartido posgrado acerca de la cultura económica. **Email:** [peralta@uho.edu.cu](mailto:peralta@uho.edu.cu)

<sup>2</sup> MSc. Dayamí Danyelis Gelabert Veliz, profesora de Economía Política en la Universidad de Holguín, Cuba. Con 16 años de experiencia en la docencia, graduada en Marxismo-leninismo e Historia (2002) y en Derecho (2015), Master en Administración (2015), investigadora de del tema educación económica de los estudiantes universitarios, ha escrito artículos y presentado ponencias sobre el tema en diferentes eventos y realiza el doctorado sobre la temática de referencia. **Email:** [dgelaver@uho.edu.cu](mailto:dgelaver@uho.edu.cu)

## INTRODUCCIÓN

“Educar es depositar en cada hombre toda la obra humana que le ha antecedido: es hacer a cada hombre resumen del mundo viviente...” (Martí Pérez, José, 1883)

La efectividad del trabajo formativo demanda esclarecer las diferencias y puntos de contactos entre la educación laboral y la educación económica, así como, sus vínculos con otras direcciones del proceso, como son la educación política, moral, jurídica, ambiental, estética, entre otras.

Los años siguientes a la Segunda Guerra Mundial han sido signados por profundos cambios en los sistemas productivos y por consiguiente, en el trabajo y los sistemas educativos; se instaura un nuevo modelo productivo, sustentado por la revolución científico técnica, el cual ha implicado todo un proceso de reestructuración en búsqueda de elevar la competitividad y la eficacia mediante el desarrollo acelerado del potencial científico-técnico.

La característica esencial de este proceso es la creación de una estructura económica propia de la producción intensiva en la que se privilegian las ramas de tecnología avanzada como la industria aeroespacial, la producción de técnicas de cómputo y electrónica, la producción de micro procesadores y de técnica de robótica, la industria química, las técnicas de comunicaciones y la biotecnología.

El nuevo patrón productivo que se ha venido gestando desde los años 70 del pasado siglo hasta la actualidad, privilegia la calidad del recurso humano como un elemento decisivo de competitividad, la cual está asociada a las características del patrón tecnológico emergente, impulsado por la difusión de las tecnologías de la información y las comunicaciones, basada en la microelectrónica y en la calidad del recurso humano como el soporte principal del nuevo modelo gerencial y administrativo.

Las instituciones educativas, entre ellas las universidades, ocupan un importante lugar ante los retos que las transformaciones a realizar y en proceso plantean, no solo en su aspecto financiero y técnico, sino además, en la mente de las personas, especialmente en los estudiantes de carreras técnicas y económicas y, en los trabajadores.

### 1. EDUCACIÓN POLITÉCNICA Y LABORAL

Los sistemas educativos que preparan la nueva fuerza laboral, a pesar de que se basan en ideas pedagógicas de avanzada, las que están en concordancia con las exigencias de la convivencia social y las competencias necesarias para el desempeño en el puesto de trabajo, no pueden dejarse llevar por la mentalidad instrumental, positivista y pragmática de ciertos enfoques contemporáneos, dado que la preparación técnica del trabajador deberá estar acompañada del aspecto social y humanista.

No obstante la importancia del tema, son escasos los estudios sobre las semejanzas, diferencias y nexos entre la educación laboral y la educación económica y de estas con otras dimensiones del proceso formativo.

Educación laboral y educación económica son dos direcciones (o dimensiones, como otros prefieren) del proceso formativo que se complementan y existen formando una unidad, pero conservando su relativa independencia. La educación politécnica y laboral constituye aspecto esencial en la formación de las nuevas generaciones, está encaminada a la preparación de los educandos para el trabajo activo, creador y productivo. Como se conoce, el contenido de la misma está basado en el logro de la unidad indisoluble de tres factores:

- Primero, el conocimiento de las bases de las ciencias contemporáneas
- Segundo, el conocimiento directo y práctico por los alumnos de la producción y del funcionamiento de los equipos y maquinarias; la aplicación de las bases de la ciencia moderna a los procesos tecnológicos en las principales ramas de la economía.
- Tercero, el aprendizaje laboral y politécnico, con la adquisición de hábitos y habilidades, físicas y mentales, que constituyen los elementos invariables de la producción moderna, mediante la práctica de producción en los talleres de las escuelas, los centros de trabajo, el trabajo productivo agrícola y socialmente útil.

La educación politécnica y laboral está encaminada al desarrollo de un sistema de conocimientos laborales, habilidades, hábitos y convicciones; además, en el contenido de la misma, ocupa un lugar importante el desarrollo de una elevada disposición de los alumnos hacia el trabajo, la formación y tratamiento de las cualidades volitivas necesarias para que desempeñen exitosamente su tarea laboral, es decir, el esfuerzo a realizar, la constancia, la disciplina, la perseverancia y los hábitos de orden e higiene en su puesto de trabajo. También ocupa un lugar importante las cualidades morales que se desarrollan: el amor por el trabajo, el respeto y la admiración por los trabajadores, el colectivismo, la ayuda mutua, la alegría y la satisfacción por el trabajo realizado.

Los diversos aspectos que incluyen la realización del principio politécnico de la enseñanza y de la educación para el trabajo, contribuyen decisivamente a la elección consciente de la profesión futura de los jóvenes, a su reafirmación una vez iniciada la carrera universitaria y, después de graduado se refleja en su estabilidad laboral y en la eficacia de su labor.

La educación laboral persigue cultivar la laboriosidad, dominar el arte profesional, los hábitos y la destreza productiva que se revelan en la actitud consciente creadora ante el trabajo, en su sentido más específico.

La educación económica es una de las direcciones de la formación integral del educando, la misma se encuentra vinculada con la demás direcciones del trabajo formativo por objetivos comunes que tienen su punto de coincidencia en la preparación económica y laboral del estudiante, pero no deben ser confundidas por esto, ya que cada una de ellas tiene su finalidad específica.

La educación económica tiene como objetivo formar un sistema de ideas, cierta mentalidad económica acorde a las edades de los educandos sobre el sentimiento y la convicción de sentirse creadores y beneficiarios de la riqueza del país; el reconocimiento del trabajo como el primer deber social y el aprecio a todo trabajo socialmente útil; sobre el papel y lugar que ocupa la producción

social en la vida de cada miembro de la sociedad; e inculcar valores propios de la sociedad en que vive y transforma.

La Educación económica, al ser un importante medio para la formación integral del hombre, está unida y en relación dialéctica con otras direcciones de la educación, como son:

- La Educación política, dado que las relaciones entre las distintas clases y grupos sociales tienen como núcleo básico su posición económica, por ello, la defensa de las políticas y normativas trazadas, estará en dependencia de la comprensión por parte del trabajador de su lugar y papel en el sistema de relaciones económicas de las que forma parte.
- Lo anterior está muy unido a la educación moral, la cual tiene como objetivo educar al hombre en el amor al trabajo. Entre las tareas de la educación moral se encuentra la educación en el significado del trabajo y en las tradiciones laborales del pueblo.
- La educación estética es inseparable del trabajo político y de la educación moral, pues el aprecio de lo bello de la actividad laboral no sólo es en su aspecto físico, sino también en lo social, en lo espiritual, es parte de una cultura laboral socialmente competitiva. La calidad de la producción y los servicios, su excelencia, están vinculados a detalles que se perciben sólo a través de una alta sensibilidad estética, de ahí la importancia de la educación estética en la formación para el trabajo.
- No menos importante es la educación física, ya que todo trabajo exige esfuerzo físico e intelectual, capacidad de reaccionar, concentración.

## **2. EDUCACIÓN ECONÓMICA**

La prepararlos para el trabajo activo, creador y productivo exige que el sistema de educación tenga un consecuente carácter politécnico, laboral y económico, lo cual contribuye a desarrollar la laboriosidad, a dominar el arte profesional, los hábitos y las destrezas productivas con sentido de ciudadano productor.

La educación económica tiene como objetivo enseñar al hombre a operar en su mente con categorías económicas, dado que estas categorías son el lenguaje de las relaciones económicas de producción, por tanto, tienen un carácter económico-social. Persigue también formar cualidades de la persona tales como la austeridad, el sentido de organización, de cooperación, espíritu de iniciativa. Dicho en otros términos, la educación económica se propone la formación de un productor con una adecuada cultura económica.

Existen muchas definiciones de educación económica, pero los autores del presente trabajo consideran que la siguiente, sin dejar de abarcar los puntos esenciales del objeto definido, la sintetiza como el: "Conjunto de influencias con marcada proyección axiológica dirigido a la apropiación de conocimientos sobre la economía, el desarrollo de capacidades y habilidades para el proceder en el trabajo, así como la formación de actitudes laborales que se correspondan con su lugar y papel en el sistema de relaciones de producción de las cuales forma parte, lo que se revela en sus modos de actuación como expresión de un determinado nivel de cultura económica. (Grave

de Peralta, y María Victoria, 2012)

Para comprender el contenido y funciones de la educación económica se precisa determinar qué se entiende por economía. El concepto economía tiene diferentes significados: Es sinónimo de ciencia económica, en otro sentido, se utiliza para designar un sistema económico específico de un país, región o época y, por último, significa administración recta, prudente de los bienes, el ahorro de tiempo, materiales, trabajo.

Sin embargo, se prefiere una noción más amplia e integradora, vinculada a la actividad económica y las relaciones que la misma implica, es decir: relaciones económicas que incluyen las relaciones de propiedad, distribución y consumo; las relaciones económicas de carácter técnico u organizativo (sobre organización del trabajo y los puestos de trabajo, los sistemas de salarios, el régimen de trabajo y descanso y otros) y, las relaciones económicas de superestructura (políticas, normativas y demás), tanto en la producción de bienes como de servicios. Es decir, “economía es el conjunto de relaciones económicas, técnicas y de superestructura que se establecen en el proceso de producción, distribución, cambio y consumo de los productos y servicios realizados” (Peralta, 2013)

La formación laboral con énfasis en lo técnico específico del puesto de trabajo ha sido centro de los enfoques de formación de la fuerza de trabajo, dejando soslayado lo concerniente a las relaciones sociales de producción de nivel superestructural y económico. El estudio de estas teorías ha permitido inferir que estas asumen la economía como una ciencia estrictamente pura, una ciencia técnica, alejada de cualquier condicionante histórico-social.

La educación económica tiene como objetivo formar un sistema de ideas, cierta mentalidad económica sobre:

1. Comprender el papel y lugar que ocupa la producción social en la vida de cada miembro de la sociedad.
2. Desarrollar el sentimiento y la convicción de sentirse creadores y partícipes de la riqueza del país.
3. Reconocer el trabajo como el primer deber social y el aprecio a todo trabajo socialmente útil, sea manual o intelectual.
4. Comprender las razones de los cambios que se producen en el sistema productivo y los mecanismos de su regulación; así como, estar consciente de su papel en determinadas coyunturas.
5. Desarrollar hábitos correctos de consumo y una actitud crítica ante el consumismo y el despilfarro.
6. Desarrollar la dimensión laboral de los valores
7. Contribuir a su formación económica y profesional

A partir de estos objetivos, la educación económica cumple diferentes funciones:

La función educativa: esta se ve realizada en la preparación que se brinda a niños, jóvenes y adultos sobre las cuestiones económicas y constituye todo un sistema de educación económica. Debe jugar un importante papel en la orientación profesional de los jóvenes y en su preparación

para ser cada día, agentes activos del desarrollo de su país, teniendo en cuenta los intereses económicos y políticos de toda la nación.

2. La función cognoscitiva se ve realizada en la actividad científica de los especialistas que diseñan las bases de la teoría económica y la actividad práctica diaria de todos los que tienen que ver con la economía. Su papel consiste en el conocimiento de los procesos profundos de la economía y el mecanismo adecuado de su dirección, el conocimiento y empleo de las leyes económicas, revelar los vínculos sustanciales entre la vida económica y otras esferas. Formar una concepción científica de la vida económica y una actitud emprendedora ante la solución de los problemas.

La función reguladora consiste en brindar las bases teóricas-metodológicas para el establecimiento de las normas y reglas a través de las cuales las relaciones económicas se regulan. Las directivas, los planes y programas económicos, entre otros, son medios de realización de la vida económica. Pero su elaboración y cumplimiento es obra de los hombres, de sus conocimientos, sus intereses, su actividad, de su conciencia.

4. La función socio-transformadora se manifiesta en la forma en que prepara y moviliza a los trabajadores para que participen de forma activa y consciente en la solución de los problemas económicos y en el desarrollo de su país.

5. La función valorativa se ve realizada a través del análisis de la superioridad de los mecanismos, métodos, normas y tecnologías nuevas en la organización, planeación y dirección de la producción y los servicios con respecto a los ya envejecidos; así como, en lo referido a la justicia y equidad distributiva; la participación obrera en la organización y dirección de la producción, la elevación de la calidad de vida como resultado del crecimiento económico, entre otros aspectos.

### **3. ESCENARIOS DE LA EDUCACIÓN ECONÓMICA**

La preparación para el trabajo y, en particular la educación económica, ocurre en tres escenarios principales: la familia, la escuela y la entidad laboral.

La familia es el primer escenario donde se educa, a través de ella se trasmite la herencia cultural y se retroalimentan cualidades ciudadanas en el orden ético, estético, político, laboral, entre otros aspectos.

Sí queremos que se comprenda cómo funciona la economía nacional, debemos lograr que entiendan la economía familiar. Esta posee un presupuesto, su fuente es el salario u otros ingresos provenientes del trabajo honrado; luego, en su distribución es bueno darles cierta participación a los menores y enseñarles que la satisfacción de las necesidades siempre tiene un orden de prioridad, donde las necesidades colectivas de la familia son primero que las individuales.

Algo muy significativo, en relación con el presupuesto familiar, es demostrar que los menores también pueden aportar: siendo ahorrativos, cuidando los bienes del hogar y personales; ayudando en las tareas del hogar. Se recomienda que los menores conozcan los centros de trabajo de sus padres, el contenido específico de su labor, lo que se produce, cómo se organiza una jornada laboral y en fin, todo lo que sea posible mostrarles.

El aprovechamiento óptimo de las potencialidades educativas de la familia, en el orden económico, depende del nivel de preparación de la misma para tales fines y en este sentido tiene un papel relevante la escuela.

La escuela sirve de eslabón de unión entre la familia y el medio laboral, ella es un importante escenario de la educación económica, a la misma le corresponde un papel rector, ya que, además de ser su encargo social, precisamente para poder cumplirlo, es dotada con los recursos humanos y materiales indispensables para ello. En los niveles primario y secundario, el sistema de actividades docentes, extra docentes y extra escolares poseen un gran potencial para esta labor. Caso particular es el del joven universitario ya que posee un nivel de formación en el que la familia, la escuela, el barrio y los grupos informales han tenido ya cierta influencia. En el nivel superior, la educación económica se realiza a través de los contenidos de las asignaturas, la práctica pre profesional, el trabajo investigativo estudiantil, entre otras actividades.

En el orden económico, la comunidad universitaria brinda amplias posibilidades educativas que fluyen a través de los procesos sustantivos que se desarrollan en la misma, en estrecha relación de la instrucción y la educación; la teoría y la práctica. No debe faltar, como estrategia o idea rectora, la educación económica como resultado de un enfoque multidisciplinario.

El medio laboral, independientemente del tipo de empresa que sea, es otro de los escenarios de la educación económica. Las empresas son, por muchas razones, eslabones fundamentales de la formación económica y laboral, dado que en ellas se inician las relaciones de producción, tanto de tipo técnico, como económico y se concretan las políticas y normativas establecidas por los organismos superiores. Además, los vínculos de los hijos de los trabajadores con el centro de trabajo de sus padres contribuyen a la orientación vocacional de niños y jóvenes.

Además de estos escenarios, en la educación económica de niños y jóvenes participan diferentes actores, como son: los medios de difusión masiva (radio, televisión, prensa escrita), la literatura infantil y juvenil, Internet, los grupos informales de vecinos, estudiantiles, entre otros.

#### **4. EDUCACIÓN, CONCIENCIA Y CULTURA ECONÓMICA**

Para que las acciones formativas sean asimiladas deben penetrar en la espiritualidad de los educandos y formen parte de sus modos de actuación, por esto, se precisa relacionar educación, conciencia y cultura económica.

La existencia de la sociedad presupone la producción material y esta, el trabajo, la cooperación entre los hombres, por medio de estas se forman y expresan opiniones económicas. Es decir, estas ideas, puntos de vistas, tienen sus orígenes en la economía y su caldo de cultivo es la producción de bienes y servicios, por lo que la relación recíproca entre de los criterios económicos y el medio laboral se produce de forma objetiva, como una necesidad.

En el proceso de cooperación laboral la sociedad asimila y comprende a la producción material y surgen los puntos de vista y opiniones económicas, los cuales son la toma de conciencia de la economía. Este sistema de puntos de vista y opiniones económicas tiene entre sus particularidades, sus nexos específicos (directos) con la economía, viven en la economía. El



sistema de puntos de vista y opiniones económicas, son en esencia, el lenguaje de las relaciones económicas de producción, como afirmó N. Nesterenko (1982).

A partir de estas ideas se puede definir la conciencia económica como "... el reflejo de la vida económica, las relaciones de producción, distribución, cambio y consumo de los bienes materiales. Es la toma de conciencia de la actividad económica y las relaciones que la misma implica en forma de representaciones, sentimientos, estados de ánimo, ideas, puntos de vistas, concepciones, teorías a través de los cuales se expresan los intereses económicos de las clases, grupos sociales y la sociedad. Este reflejo brota directamente de la base económica" (Grave de Peralta, 1992)

Por su parte, la cultura es considerada un mecanismo adaptativo de las personas a la naturaleza y la sociedad; está constituida por un conjunto de valores materiales y espirituales creados por la humanidad en el curso de la actividad humana, estos forman un horizonte cultural que sirve de prisma valorativo de la realidad y su proyección de futuro.

La cultura económica se refiere a la economía en general, pero el concepto economía, como ya se dijo, tiene diferentes significados. Lo económico abarca un conjunto de relaciones económicas (de producción, distribución, cambio y consumo), relaciones técnicas-organizativas y relaciones de superestructura. Así, por su contenido la cultura económica "es el nivel de desarrollo alcanzado por personas y grupos sociales con respecto a las relaciones económicas, que se expresa en sus ideas, conducta y actuación; así como, en su modo de vivir, sus hábitos, costumbres, tradiciones, tanto en el medio laboral como en otros escenarios de la sociedad y, que se van formando desde la niñez bajo la influencia de la educación y sus experiencias personales" (Grave de Peralta, 2003)

Entre las características esenciales de la cultura económica tenemos:

- ❖ Se forma en el sistema de relaciones sociales que están históricamente condicionadas.
- ❖ Trasciende a toda actividad humana.
- ❖ Se revela a través de los conocimientos, las habilidades, capacidades, destrezas, modos de actuación.
- ❖ Se expresa en la creación y conservación de valores materiales en relación con los valores éticos económicos y espirituales en general.

En resumen, Educación, conciencia y cultura económica son conceptos estrechamente interrelacionados, la primera está orientada a la apropiación de conocimientos sobre la economía que reflejan la comprensión de las esencias para entender sus manifestaciones, y en tal sentido actúen en la cotidianidad familiar, laboral y social.

La conciencia, como formación espiritual, es originada y determinada por la actividad y las relaciones laborales; por su parte, el contenido de la cultura económica se expresa en las ideas, conducta y actuación; así como, en su modo de vivir, sus hábitos costumbres, tradiciones y el desarrollo de capacidades.

## **CONCLUSIONES**

Estudios realizados por los autores del presente trabajo, en escuelas primarias, escuelas

secundarias, politécnicas y en carreras universitarias, sobre la teoría y práctica de la educación económica en Cuba y otros países, han permitido llegar a las siguientes conclusiones:

- La educación laboral y económica difieren en que la primera está más relacionada con los aspectos técnicos del proceso productivo, mientras que la segunda, se centra en el aspecto socioeconómico, es decir, en las relaciones económicas de producción y sus nexos con la superestructura social a través de las estrategias y políticas económicas de desarrollo.
- La preparación para el trabajo es el punto de coincidencia de las diferentes direcciones del proceso docente-educativo, en el que la educación laboral y económica desempeñan un papel activo e integrador.
- La escuela es un eslabón que puede integrar las acciones a desarrollar por los diferentes escenarios, a través de los vínculos familia-escuela-entidad laboral.
- Los contenidos de las asignaturas, las actividades extraescolares y extra docentes tributan al conocimiento de la economía, si existe una estrategia de formación económica con tal propósito.
- Las actividades extraescolares y extra docentes (extensionistas, investigativas y académicas en las universidades), ofrecen amplias posibilidades para el conocimiento de la economía del territorio y el país; para vincular la teoría con la práctica.
- Existe la necesidad de crear modelos educativos, diseñar estrategias, procedimientos para la inclusión y realización de la educación económica en la práctica educativa.
- Lo anterior exige el desarrollo una concepción teórica metodológica sobre la educación económica que permita su inclusión el sistema de trabajo docente.

## **BIBLIOGRAFÍA**

1. Álvarez de Zayas, Carlos Manuel (2005) La escuela en la vida. 3ra edición. Digital.
2. AMERI, Segundo Foro de Cultura, Monterrey, Nuevo León: "Cultura Laboral Tercer Milenio" <http://www.shrmglobal.org/publications/ameri/cultura0200.htm> Consultado 14/01/11 a 13:25
3. Artiles, L. y Artiles, S. (2005). Gestión del conocimiento y cooperación internacional en el ámbito universitario. Curso-Taller. Gestión del conocimiento para la cooperación y movilización de recursos en ambiente académico. (Formato digital) Lima, 23-26 de mayo 2005.
4. Cabrera, Elejalde Olga (2007) ¿Qué Cultura Económica necesitamos hoy? Digital.

5. Cabrera, Elejalde Olga (2009) Cultura económica y desempeño pedagógico profesional. Ed. Pueblo y Educación, La Habana
6. Franco, Carlos (1988) La educación económica de los trabajadores. Editorial Ciencias Sociales, La Habana.
7. Grave de Peralta Arbella, Ángel B (2003) La nueva cultura laboral cubana. Tesis de Maestría, FLACSO, Universidad de La Habana
8. Jabonero Blanco, Mariano Revista Iberoamericana de Educación Número 2 - Educación, Trabajo y Empleo. Mayo-Agosto 1993
9. Makarenko, A. S (1978) Conferencias sobre educación infantil. Editorial Pueblo y Educación, La Habana, Cuba
10. Martí Pérez, José Ideario Pedagógico. Editorial Pueblo y Educación, La Habana, Cuba, 1978
11. Nesterenko, G "La sociedad y el mundo espiritual del hombre" Editorial Progreso, Moscú, 1978
12. Rojas Sánchez, Norge Estrategia para desarrollar la educación económica de los estudiantes de la carrera Cultura Física de Holguín. Tesis presentada en opción al Título Académico de Máster en Ciencias de la Educación. Universidad Pedagógica de Holguín "José de la Luz y Caballeros" (2008)
13. Stuart Bruce, María Victoria La educación económica en el sistema integrado de la labor educativa de la carrera licenciatura en economía de la Universidad de Holguín" , tesis en opción al título académico de máster en ciencias sociales y axiología (2012)
14. Popov, V.D (1981) Conciencia Económica: esencia, formación y papel en la sociedad. Moscú, Editorial Mujal (en ruso).
15. Proenza Reyes, Malena La formación económica de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Derecho de la Universidad de Holguín. Tesis en opción al título de máster en ciencias de la educación superior, 2012
16. Carralero Hidalgo, Lisandro La educación económica en el proceso de formación de los estudiantes de técnico medio en comercio. Tesis presentada en opción al grado científico de doctor en ciencias pedagógicas. Holguín, 2013.
17. Cabrera Elejalde, Rosa "Estrategia de Superación Profesional Interdisciplinaria para la apropiación de la cultura económica por los docentes de la Facultad de Profesores para la Enseñanza Media Superior" Tesis presentada en opción del Grado Científico de Doctor en Ciencias Pedagógicas. La Habana, 2006

## RETOS DE LA DIVULGACIÓN ECONÓMICA EN EL DISCURSO INFORMATIVO

Aida María de Vicente Domínguez  
 Universidad de Málaga  
[aidamaria@uma.es](mailto:aidamaria@uma.es)

**Resumen:** El objeto de la investigación es dar a conocer cuales son las disfunciones que se producen en la construcción de la realidad periodística de los acontecimientos económicos identificadas por expertos e investigadores en este campo de estudio. Déficits en el discurso informativo que son necesarios abordar porque la información económica que se publica influye en la toma de decisiones. ¿Cuáles son las principales disfunciones? ¿Qué motivos son generadores de estos déficits? Es la panorámica que se pretende ofrecer y que se considera de interés en el sector académico para paliar estas praxis en los futuros profesionales de la información. Datos también efectivos para periodistas en activo no especializados en periodismo económico y para que los ciudadanos adopten una actitud crítica ante la información recibida tomando como referencia estas carencias informativas.

**Palabras claves:** economía, periodismo, comunicación, disfunciones.

### 1. INTRODUCCIÓN

La cobertura de los acontecimientos sobre tasas de interés, inversión, ingresos, desempleo, demanda, inflación, deuda, ahorro, cambio de deuda u otros hechos económicos requieren cumplir con rigor los fundamentos del periodismo especializado. La actualidad económica mostrada en los medios de comunicación influye en la toma de decisiones. Efecto que implica como requisito fundamental eliminar la incertidumbre. Una cobertura con imprecisiones puede implicar que se adopte una decisión inadecuada a partir de los datos consultados en los *mass media*.

Una panorámica de los déficits informativos presentes en la construcción periodística de estos hechos se considera de interés en el sector académico para paliar estas praxis en los futuros profesionales de la información. Datos también efectivos para periodistas en activo que no se han formado en periodismo económico y para que los ciudadanos tomen conciencia de estas carencias en las piezas informativas que les permita adoptar una actitud crítica. En este contexto, se pretende ofrecer una primera recopilación de los retos a superar en la divulgación sobre economía en los *mas media* a través de las aportaciones de investigadores precedentes. Un material que será completado en pesquisas futuras.

### 2. DISFUNCIONES EN EL PERIODISMO Y LA COMUNICACIÓN ECONÓMICA

La simplicidad de la información económica proyectada en los medios y el deber de informar con rigor fue analizada por Arrese (2006) con el objeto de identificar las tensiones “que aquejan al ejercicio de esta especialización periodística” (p.42).

Muchos especialistas, explica Arrese (2006), coinciden en que se produce un buen trabajo de *microreporting* (convirtiendo la actualidad económica en una sucesión de indicadores, cifras o análisis de coyuntura empresarial como hechos aislados), pero no se *macroreporting* (interpretando dichos indicadores con los acontecimientos en el tiempo y reverenciándolos con el entorno político, social y humano de la actualidad para que sean comprendidos). Carencia informativa que también advertía una década anterior:

Herbert Stein, a mediados de los años setenta, comentaba que los medios de comunicación realizaban un buen trabajo de “micro-reporting”, pero no de “macro-reporting”<sup>1</sup>. La prensa y, todavía en mayor medida la televisión, se ocupan en exceso del corto plazo, convirtiendo la actualidad económica en una sucesión de indicadores, cifras, análisis de coyuntura empresarial- en una “economía de sube y baja”-, que muchas veces ayudan poco, cuando

---

<sup>1</sup> Stein, H. (1975). Media Distorsions: a Former Official 's View”, *Columbia Journalism Review*,, March/April, p. 37.

no entorpecen, a la comprensión de sus verdaderos mecanismos de funcionamiento de la economía, los negocios y las finanzas (Arrese, 2000: 321).

Esteve y Fernández del Moral (1999) también aluden a este déficit e identifican otras disfunciones existentes como el uso de términos muy técnicos, tan sólo comprensibles para expertos o iniciados en este sector, que precisan de una rigurosa codificación, o “la frivolidad de la información sobre personas y hechos de actualidad económica, convirtiendo las páginas de esta sección en un anecdotario más propio de publicaciones del corazón” (p.217). Asimismo, indica otros dos peligros en la producción de la información económica:

- Favorecer determinados intereses usando la publicidad encubierta. Una mala praxis sobre la que Edo (2011) argumenta: “Los intereses comerciales están por encima del deber de informar. Hoy, la información se compra y se vende. El periodista en general, y el especializado en particular, ha perdido independencia y autonomía” (p.608).
- Elaborar una información endogámica, enfocando el discurso hacia las mismas fuentes de las que se nutre sin construir un discurso comprensible para un público en general.
- Falta de tratamiento en la información al transmitir lo que las fuentes les proporcionan con el objeto de satisfacerlas. Una práctica periodística denominada por Colombo (1998) “noticia acatamiento”, acatar la información procedente de la fuente sin contrastarlas ni modificarla, o por Martínez Soler (citado en Esteve y Fernández del Moral, 1999: 217) “información subsidiaria”.

Las fuentes es lo que da rigurosidad a la información puesto que su diversidad es lo que aporta credibilidad al hecho acontecido. La elevada presencia de fuentes oficiales en el periodismo especializado es uno de las principales disfunciones alertadas por especialistas e investigadores que han demostrado su elevada presencia a través de estudios empíricos. Una disfunción presente en el periodismo económico y que Soria (citado en Fernández del Moral, 2004: 302- 303) ya alertaba en el I Congreso de periodistas de Información Económica advirtiendo que el informador de economía tenía que superar enfermedades como:

- La “notitis” (dependencia de lo que se comunica oficialmente).
- La “simulación” (información sobre acciones aparentes presentadas por las fuentes).
- La “filtrodependencia” (manipulación por parte de los filtradores de exclusivas).

La elección de los hechos económicos que pasan el filtro frente a la ingente cantidad de acontecimientos económicos que suceden cada día es criticada, señala Arrese (2004), por tender a seleccionar lo negativo. Si bien, considera que en esta especialidad informativa no se tiende tanto a magnificar lo negativo sino, en ocasiones, a mostrar cierta simpatía hacia el éxito empresarial:

Normalmente, los medios no sólo dedican más atención a las «malas noticias» - problemas económicos, previsiones no cumplidas, crisis, etc.- sino que además tienden a «dramatizar» en exceso la realidad. Estas son algunas de las críticas habituales hacia la cobertura periodística de los temas económicos de actualidad. [...] Pero ciertamente, no es el periodismo económico, frente a otras especializaciones, muy dado a magnificar lo negativo. Es más, en ocasiones, sobre todo en áreas como el de la información sobre empresas, la crítica puede ser más bien de la existencia de una excesiva simpatía hacia el éxito empresarial y una cierta ceguera ante las miserias de los negocios” (p. 297).

Ortiz (citado en Ford, 2002) analizó “la naturalización, deshistorialización y despolitización de la transformación- mediatizada (y mundializada)- del mercado en mito a través de tres factores” (p. 75-76) que desarrollan el ocultismo económico:

- Su humanización: el mercado tiene estados de ánimo – optimismo / pesimismo - y hasta puede «estar inquieto».

- Su oscuridad: es misterioso, se expresa esotéricamente, de modo incomprensible, y por lo tanto solo puede ser interrogado por algunos predestinados (los economistas) en sus oscuros indicadores: fluctuación económica, riesgo país, etc.
- Sus errores y consecuencias trágicas: desempleo, inflación, desvalorización de la moneda, etc. Ford entiende que este ocultismo económico se pone de manifiesto en las constantes quejas de que las informaciones económicas van destinadas solo a los pocos lectores, y que esta insatisfacción revela a su vez, la presencia de un mercado como un constructor ideológico y la incapacidad de muchos medios para explicar la economía por encima de los lectores privilegiados de la información económica.

### 3. DÉFICTIS EN LA INFORMACIÓN GENERALISTA Y LAS TERTULIAS AUDIOVISUALES

Fernández del Moral (2004) aborda estas disfunciones mostrando algunas de malas praxis usadas en diversos formatos informativos. La aspiración de las revistas generalistas, indica, “por captar el interés de un mayor sector de audiencia ha hecho que algunas revistas consideradas como «serias» hayan optado por la espectacularidad informativa en detrimento del rigor profesional” (p. 269). Y sobre la cobertura informativa de los acontecimientos económicos en la prensa generalista destaca dos déficits (p. 267):

- No transcribir el significado de las siglas porque consideran que son conocidas por todos el lectores.
- La elevada presencia que tienen las noticias sobre coyuntura económica frente a los análisis de los hechos narrados, no enriqueciendo las piezas comentarios u análisis que fomenten la comprensión de los contenidos informativos.

Dos disfunciones a las que añade otras dos expuestas por Monteiro de la Fuente (1985: 385):

- La elevada presencia de tecnicismos que sólo son comprensibles para lectores iniciados.
- La escasa presencia de recursos gráficos que despierten la curiosidad del lector y “supongan un atractivo para el lector”.

La mala praxis identificada en los medios de comunicación audiovisuales hace referencia a las tertulias y mesas redondas que se emiten sobre asuntos económicos porque tienden, en ocasiones, al espectáculo mediático y expone que en las tertulias “se añade el inconveniente de que, en la mayoría de las ocasiones, los «tertulianos» no son expertos en temas económicos sino periodistas generalistas que no conocen en profundidad los temas que se analizan en el programa” (p. 282).

### 4. LA CRÓNICA BURSÁTIL

Centella (2017) en su tesis doctoral aborda “los posibles incumplimientos derivados de factores internos o externos a la labor propia del periodista” (p. 162) en las crónicas bursátiles. Un estudio que vuelve a corroborar que se producen los mismos déficits alertados décadas atrás. Resultados que muestran la necesidad de realizar materiales que frenen su uso en la construcción periodística de esta realidad. En concreto, algunas de las principales disfunciones identificadas en la transmisión de información sobre la crónica bursátil son:

- Empleo de tecnicismos sin explicar al considerar que el lector los comprende. Una praxis que se produce, señala Centella (2017), por el distanciamiento del periodista con el público al que se dirige. Praxis que puede provocar “una dispersión del interés al rechazar las audiencias aquellos elementos que generan un lenguaje confuso y con predominio de elementos técnicos alejados del lenguaje cotidiano” (p. 166).

- Frivolidad en la información atendiendo a las malas noticias acontecidas en los entornos financieros y dramatizar el hecho noticioso:

Dramatizar el texto puede provocar en el lector una distorsión de la verdadera tendencia que presenta el mercado y llevarle a planteamientos erróneos [...]. Los escándalos o estafas sonadas que en momentos concretos afectan al parqué son terreno abonado para que el periodista resbale en planteamientos que se alejan de lo puramente noticioso (p.166).

- La tentación de una publicidad encubierta en la pieza informativa con el fin de agradar a quienes son las fuentes habituales o les patrocinan la sección disimulando o maquillando datos:

si el encargado de patrocinar la sección es una entidad financiera, como ocurre en numerosos periódicos, no se debe caer en la tentación de olvidar un mal dato de ésta en el parqué o esconderlo y relegarlo tan sólo a su aparición en las tablas de valores. [...] También la propia empresa informativa, que en ocasiones pertenece a grupos de comunicación que cotizan en Bolsa, puede ser la protagonista de un mal dato. Este hecho hace que en el comentario se olvide el matiz o se opte por orientar la redacción del mismo hacia otras variables y temas (p. 167).

- Afectar al funcionamiento del mercado con una información no del todo correcta. Disfunción generada no por desconocimiento sino para “favorecer determinados movimientos antinaturales de la cotización de un determinado valor. Intencionalidad en la acción, pero también por la omisión o dejadez de las obligaciones esenciales contraídas por cualquier periodista” (p. 167).

- Dar interpretaciones u opiniones sobre valores negociados cuando el periodista las desconoce, no está seguro de ellas y que en ocasiones “llegan de analistas que actúan como voces interesadas con el fin de agitar determinados estados de ánimo en el parqué (p. 168).

En 1997 Mirón ya exponía en su tesis doctoral que la información bursátil precisa de auténticos expertos que no puedan ser influidos o que induzcan a error por su desconocimiento. La disfunción generada por la falta de especialización la mostraba a través de una cita de Kostolany, experto en Bolsa: “Es muy importante interpretar la noticias y esto no se hace mucha más veces equivocadamente. La falsa interpretación de las noticias es la más peligrosa<sup>2</sup>” (citado en Mirón, 1997: 354).

## 5. CONCLUSIÓN

La panorámica ofrecida sobre las disfunciones de la divulgación económica en el discurso informativo, que será ampliada en estudios futuros, refleja la necesidad de adoptar medidas. Soluciones efectivas para paliar estas deficiencias en la construcción periodística de los acontecimientos económicos en el discurso informativo que son alertadas desde hace más de década. Deficiencias que pueden agruparse en cuatro bloques: déficits en la configuración de la agenda informativa (selección de noticias sobre economía); déficits éticos (uso de las fuentes y servilismos); déficits técnicos en la producción del discurso informativo (ausencia de contextualización, transcripción de las siglas, explicación de los tecnicismos, escasa presencia de recursos gráficos, errores conceptuales o frivolidad de la información); y déficits formativos (falta de especialización del profesional de la información en economía).

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arrese, A. (2000). El desencuentro entre Periodismo y Economía. *Revista empresa y humanismo*, Vol. 2, Nº. 2, pp. 309-336

---

<sup>2</sup> Kostolany, A. (1987). *Estrategia bursátil. La mejor guía para inversores y especuladores*, Ed. Planeta: Barcelona, p. 40

Arrese, A. (2006). Entre la simplicación y el rigor. *Cuadernos de información*, 19, pp. 42-49.

Centella, D. (2017). *La información bursátil en la prensa española. La literatura del comentario de Bolsa*. Tesis doctoral, Universidad Rey Juan de Madrid: Madrid.

Colombo, F. (1998). *Últimas noticias sobre periodismo*. Anagrama: Barcelona.

Edo, C. (2011). Periodismo económico: estándares informativos de calidad y perfil del periodista especializado. En Carlos Suárez, J. C. (ed.), *La ética de la comunicación a comienzo del siglo XXI: I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación*, libro de actas. Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, 29, 30 y 31 de marzo de 2011. Sevilla: Universidad de Sevilla

Esteve, F; y Fernández del Moral, J. (1999). *Áreas de especialización Periodística*. Fragua: Madrid.

Fernández del Moral, J. (2004). *Periodismo especializado*. Ariel: Barcelona.

Ford, A. (2002). Toma this, América Latina: contextos de la exclusión o de la domesticación. *Revista Diálogos*, Nº 65. Lima, Noviembre. Perú. pp. 73-83.

Kostolany, A. (1987). *Estrategia bursátil. La mejor guía para inversores y especuladores*, Ed. Planeta: Barcelona.

Mirón, L. M (1998). La información económica. Concepto, características y marco. Tesis doctoral. Tesis doctoral. Departamento de Periodismo, Universidad Complutense de Madrid: Madrid.

Monteira, F. (1985). El lenguaje formal y la edición. En AA.VV, *informar sobre economía II*, APIE: Madrid.

Soria, C. (1999). La ética de la información económica. En *Ética y problemas del periodismo económico*. Actas del I Congreso Nacional de Periodistas de Información Económica, Cámara de Oviedo, Oviedo, pp. 35- 65.

Stein, H. (1975). Media Distorsions: a Former Official's View". *Columbia Journalism Review*, March/April, pp. 37- 41.



## ESTUDIO A NIVEL MUNDIAL SOBRE LA EMISIÓN DE GASES DE EFECTO

**Dr. D. José Ruiz Chico<sup>1</sup>.**

Dpto de Economía General (Universidad de Cádiz). Facultad de Ciencias  
 Sociales y de la Comunicación. Universidad de Cádiz. (jose.ruizchico@uca.es)

### **Resumen**

El medio ambiente constituye una preocupación importante, respecto al reto que supone la sostenibilidad del planeta. Un aspecto relevante es el control de la emisión de los gases de efecto invernadero. Los gases de efecto invernadero existen de forma natural en la atmósfera. El rápido aumento de su concentración lo que los ha convertido en una amenaza para el clima en particular y la economía en general. En este trabajo se estudiarán estas emisiones en el sector agrario, analizando sus inputs y sus outputs desde un punto de vista económico. Para ello, se han realizado diversos análisis en una muestra de 48 países de todo el mundo utilizando datos de la FAO como fuente principal. Para concluir, se puede comprobar la relación entre la evolución del peso de la agricultura y la emisión de estos gases.

**Palabras clave:** Agricultura – contaminación - desarrollo - gases de efecto invernadero - sostenibilidad.

**Clasificación JEL:** Q00, Q18, Q50.

### **Abstract**

The environment is an important concern regarding the challenge of the sustainability of the planet. A very important aspect is the control of the emission of greenhouse gases. Greenhouse gases exist naturally in the atmosphere. The rapid increase in their concentration has made them a threat to the climate in particular and the economy in general. In this work, we will study these emissions in the agricultural sector, studying their inputs and outputs from an economic point of view. For this, several analyzes have been carried out in a sample of 48 countries around the world using data from FAO as the main source. To conclude, we can verify the relationship between the evolution of the weight of agriculture and the emission of these gases.

**Keywords:** Agriculture – contamination - development - greenhouse gases - sustainability.

### **1. Introducción.**

El sistema climático del planeta está condicionado por, entre otras variables, las emisiones provenientes del consumo de combustibles de origen fósil, que provocan grandes consecuencias para la sostenibilidad del planeta. Principalmente genera un calentamiento global que tiene impactos ambientales importantes (De Lara, 2007; Narbona, 2006; García, 2011; Verdú, 2013; Duarte, 2014). La agricultura puede ser el sector económico que depende de las condiciones naturales en general, y más en concreto del clima (Feal, 2004; Duarte, 2014). Esto supone que sus cambios tendrán importantes consecuencias en el mismo, a raíz del aumento de las temperaturas y de la modificación de los ciclos de lluvia. El aumento de las sequías dificultará la agricultura en ciertas regiones.

García et al (2006), García (2011) y Linares y Pintos (2013) destacan el consenso existente sobre que el calentamiento global ha sido provocado por el incremento de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero. Estas emisiones aumentaron rápidamente con la

---

<sup>1</sup> Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Economía General de la Universidad de Cádiz. Doctor por la Universidad Politécnica de Madrid y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Extremadura.

Revolución Industrial en el siglo XIX y los cambios en la utilización de la tierra. Sin embargo, una parte importante de esas actividades productoras de gases son imprescindibles en la actualidad económica (Hernández, 1999; Ciscar, 2005).

Novoa *et al.* (2000) e Iglesias *et al.* (2011a, 2011b) argumentan que sería simplista afirmar que la agricultura es una víctima más del cambio climático, puesto que también genera gases de efecto invernadero, como consecuencia de los cambios en el uso del suelo y la mera producción agraria. Sin embargo, la agricultura extensiva afecta positivamente al cambio climático y reduce también estas emisiones al eliminar prácticas tradicionales como la quema de cultivos agrarios. Del mismo modo, la agricultura ayuda a la protección del clima, pues mantiene las reservas de carbono del suelo, mejorándolas incluso con la formación intrínseca de humus, requiriendo menos energía (Cerdá, 2012) y produciendo biomasa ecológica para fines energéticos.

Bajo este planteamiento, la agricultura puede favorecer sustancialmente la remisión de los efectos del cambio climático y las consecuencias provocadas por la contaminación atmosférica a través de un uso más eficaz de la energía y de la producción de energías renovables (Sanz y Anibarro, 2014). En este sentido no se debe obviar que este sector genera también energía como biocombustibles y biomasa (Cerdá, 2012). También se puede incidir muy positivamente en el cambio climático con la implantación de nuevas técnicas más modernas que reduzcan las emisiones de gases a la atmósfera y contribuyan entonces a su sostenibilidad (García, 2011; López, 2013).

El IPCC (Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático) cuantifica las emisiones relacionadas directamente con la agricultura entre el 10 % y el 12 % aproximadamente. Se estima que la contribución agraria a las emisiones de efecto invernadero estaría entre 6500 y 8500 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente. En el caso de Europa, se daría un porcentaje de emisiones de gases de efecto invernadero por debajo de la media mundial (Aproximadamente un 9%). Desde 1990 la agricultura redujo las emisiones un 11 % en la UE-15 y un 20 % en la UE-27 (Jiménez y Nieto, 2010; Cardona y Pérez de Ayala, 2007; Linares y Pintos, 2013). En definitiva, se demanda un nuevo escenario para el cambio que garantice la sostenibilidad del planeta (Jiménez, 2009; Narbona, 2006; Verdú, 2013).

Martínez *et al.* (2011) dejan clara en este sentido la toma de conciencia colectiva general sobre los problemas concernientes a la sostenibilidad energética, principalmente en los últimos cuarenta años (Marquardt, 2006). Bajo este planteamiento, este documento pretende analizar la emisión de gases de efecto invernadero por el sector agrario a nivel mundial, desglosado por países, para distinguir diferentes perfiles de comportamiento entre los países desarrollados y los que están en vías de desarrollo, vinculando para ello inputs y outputs del proceso productivo. En este contexto, en este mismo epígrafe se ha descrito el problema objeto de estudio. En el siguiente apartado se plantea la metodología seguida. Los resultados obtenidos aparecen agrupados en un epígrafe en los que se presenta el análisis estadístico de las variables estudiadas. La comunicación concluye con las correspondientes conclusiones y la bibliografía consultada.

## **2. Metodología.**

A continuación se exponen los métodos seguidos para la consecución de los objetivos planteados y la caracterización de los países incluidos en la muestra. Desde una perspectiva clásica, los países difieren entre sí según la dotación de los tres factores productivos principales: tierra, trabajo y capital. De esta forma se podrían deducir perfiles diferentes según los outputs obtenidos de ellos, que en general serían la producción agraria conseguida y la emisión de gases de efecto invernadero.

La variable principal con la que se ha trabajado son las emisiones de estos gases en la agricultura, abarcando las producidas en los diferentes campos de emisiones agrarias y que han sido generadas por los procesos de producción y descomposición, así como en las actividades de gestión. Están expresados en términos de CO<sub>2</sub> equivalente. La FAO ha

desarrollado una base de datos de estas emisiones a nivel mundial, que vienen estimadas a nivel de países o regiones. Según los datos de FAOSTAT, la información viene recogida bajo las Directrices para los inventarios de los gases de efecto invernadero por países del Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático (IPCC) del 2006. El período objeto de estudio abarca desde 1961 hasta hoy, contando con las actualizaciones anuales y habiendo realizado previsiones futuras para 2030 y 2050.

La FAO define estos indicadores agroambientales como unos índices que permiten describir y valorar el estado y las tendencias del comportamiento ambiental agrario. Los datos ofrecidos por la FAO son estimados y no suelen coincidir con la información que fue previamente notificada por los países miembros a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC). Estos datos se hacen públicos para favorecer la retroalimentación continua entre los países miembros, de forma que éstos puedan evaluar y comunicar sus emisiones.

Con respecto a los outputs, también se ha considerado la producción obtenida, para cuya medición se ha utilizado el Valor Bruto de la Producción Agrícola ofrecido por la FAO para todos los países a nivel mundial. Este indicador viene expresado en dólares americanos en términos constantes para el periodo 2004-2006.

Bajo una perspectiva económica, los demás datos se encontrarían en el contexto de los inputs o factores de producción agrarios, incluyendo aspectos como la mano de obra, la inversión, la tierra, el regadío, la maquinaria, los fertilizantes, los plaguicidas y la población. Las principales variables de este grupo que han sido analizadas serían:

- Población activa de la agricultura o fuerza de trabajo agrícola: La FAO define esta magnitud como aquella parte de la población activa económicamente que trabaja o busca trabajo en la agricultura, la caza, la pesca o la silvicultura. Este organismo recoge series cronológicas desde 1980, con proyecciones hasta 2020. Los datos se refieren a la población económicamente activa de la Organización Mundial del Trabajo.
- Superficie agrícola: La distribución de tierras, ya sean arables, pasturas u otras tierras, así como el factor “irrigación” son algunos de los datos más interesantes ofrecidos por la FAO, expresados en miles de hectáreas. En comparación con otros factores, este factor es bastante difícil de sintetizar en un único indicador, puesto que su productividad depende de factores como el agua y de las condiciones del terreno.
- Reserva de capital neto: Esta estimación viene referida al valor dotado al capital físico disponible en el sector agrario para la producción de otros bienes en un momento determinado. La Dirección de Estadística de la FAO ha elaborado indirectamente estimaciones de la inversión agraria a través de datos físicos como tractores, tierra de regadío o dedicada a cultivos permanentes, ganado, etc. valorada a precios medios de 1995. Con estos datos la FAO estimó esta magnitud, cuya variación anual reflejaría la inversión agraria. En este trabajo, la variable está medida en precios constantes de 2005.
- Consumo de energía: Se mide mediante el consumo de energía y emisión de gases de efecto invernadero, medido en gigagramos de gas y/o CO<sub>2</sub> equivalente.
- Plaguicidas: Esta variable incluye los insecticidas, herbicidas, funguicidas, desinfectantes y cualquier otra sustancia para la prevención, destrucción, control o rechazo de cualquier plaga, incluyendo las especies no deseadas en los cultivos y que surjan durante el proceso productivo, el almacenamiento, la distribución y la fabricación de productos agrarios, o incluso piensos que pudieran ser dados a los animales para el control de insectos, arácnidos u otros ectoparásitos. Se incluyen también las sustancias utilizadas como desecantes, defoliantes, reguladoras del crecimiento, reductoras la densidad de la fruta o que eviten su caída prematura, y las que se aplican a los productos para protegerlos del deterioro durante el almacenamiento y transporte. Estas

variables se recogen como Tm/1000 ha. y desagregados en insecticidas, herbicidas y funguicidas.

Con las variables que se acaban de presentar, se han realizado análisis estadísticos con los datos compilados en este estudio. En todos estos indicadores, los datos se han planteado como una tasa de variación entre los años 2000 y 2010. El análisis de la muestra ha comenzado con todos los datos mundiales desglosados por países, desechando aquellos casos en los que faltaba algún dato en las variables estudiadas. Al final se ha reducido la muestra final a 48 países en Europa, Asia, África y América. Se pasan a exponer a continuación los resultados alcanzados.

### 3. Análisis de las variables estudiadas.

La tabla 1 recoge las estadísticas básicas de las variables analizadas más importantes. En ella se puede comprobar que las emisiones de gases de efecto invernadero han crecido un 2,70% en el período estudiado. Este aumento sería bastante homogéneo a nivel mundial ya que su desviación típica sería la segunda más baja. Es destacable que este aumento sería mucho menos que proporcional que el del valor de la producción agraria (12,30 %). Con respecto a los factores productivos, los únicos que disminuyen su peso en el período 2000-2010 son la población activa (-17,71 %) y la superficie agraria (-2,98 %). Esto se diferencia en signo y en magnitud, con otras variables como el uso de insecticidas, herbicidas y funguicidas, y el consumo de energía, variables todas ellas que presentan importantes crecimientos medios.

**Tabla 1. Estadísticas básicas de las variaciones de las variables objeto de estudio.**

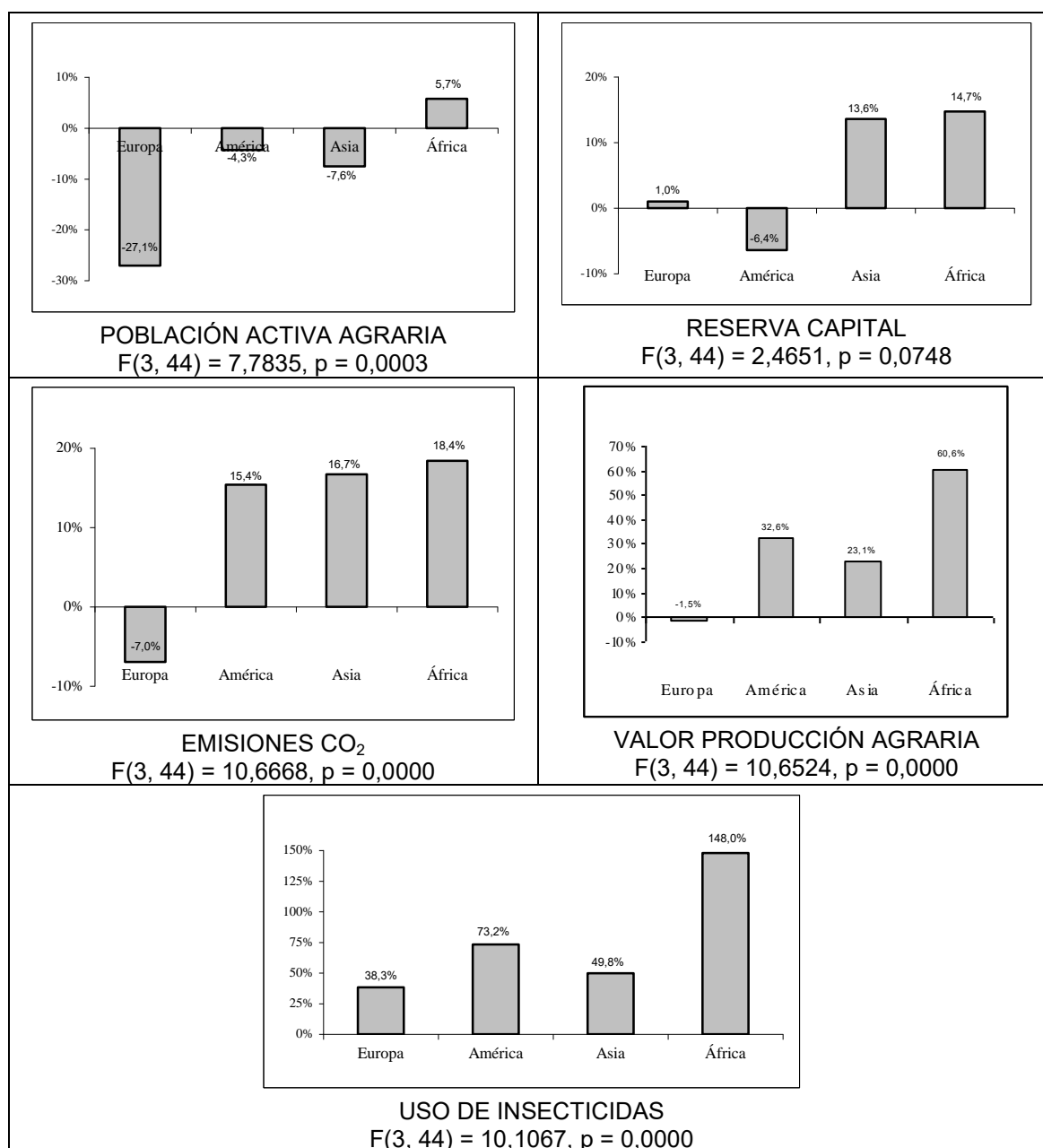
<b>Variables agrarias</b>	<b>Media</b>	<b>Desv.</b>	<b>Mayor Aumento</b>		<b>Mayor Descenso</b>	
Emisiones CO <sub>2</sub> .	+2,70 %	0,18	+65,79 %	Etiopía	-28,97 %	Mauricio
Valor bruto producción.	+12,3 %	0,27	+132,81%	Etiopía	-18,95 %	Grecia
Población activa.	-17,71 %	0,19	+37,25 %	Etiopía	-63,16 %	Eslovenia
Superficie.	-2,98 %	0,09	+28,58 %	RDP Lao	-20,69 %	Polonia
Reserva de capital.	+2,13 %	0,18	+53,13 %	Jordania	-32,11 %	México
Consumo energía.	+50,44 %	1,55	+870,49 %	Suriname	-70,0 %	Sri Lanka
Uso Insecticidas.	+81,18 %	2,51	+1580,0 %	Etiopía	-90,2 %	Grecia
Uso Herbicidas.	+92,91 %	1,78	+723,18 %	Bangladesh	-70,23 %	Kirguistán
Uso Funguicidas.	+238,84 %	11,05	+7687,5 %	RDP Lao	-56,25 %	Islandia

Fuente: Elaboración propia.

El gráfico 1 recoge los valores medios de estos indicadores agrupando los países según su continente. Se comprueba cómo el único donde las emisiones de gases de efecto

invernadero han disminuido en el período 2000-2010 es Europa. En el resto de continentes, estas emisiones crecen un 15-20% aproximadamente, aunque este aumento es siempre menor que el del valor de su producción agraria. En este gráfico se comprueba cómo el peso de la agricultura sería un factor particular al diferenciar los países según su nivel de desarrollo, siendo en los casos de los países en vías de desarrollo un sector importante en sus débiles economías locales. En este sentido, se puede citar como ejemplo aclaratorio que la media de la agricultura europea refleja la existencia de un sector en recesión, mostrando las menores variaciones en todos los casos estudiados en este trabajo. Además, todas serían negativas salvo en el uso de insecticidas y la reserva de capital, que crecen 1 % y 38,26 % cada uno.

**Gráfico 1. Principales variaciones por continente.**



Fuente: Elaboración propia.

Por último y en el caso contrario, los países de África ofrecen los mayores crecimientos de los continentes estudiados, duplicando el valor que presenta la producción agraria y el uso de insecticidas con respecto a América. Este continente sería el segundo en evolución en estos dos casos. Además, queda bastante patente el caso de la variable del valor de la población activa agraria, al tratarse del único continente en la que crece.

#### **4. Conclusiones.**

Se puede concluir este estudio destacando la influencia que ejerce la agricultura mundial en la sostenibilidad del planeta mediante la emisión de los gases de efecto invernadero derivados de su actividad. Si bien este sector no es obviamente el más relevante en estas materias a efectos de economía mundial, no se debe obviar el importante papel que tiene ésta desde la perspectiva de la viabilidad futura ambiental. Las emisiones de gases de efecto invernadero han aumentado un 2,70% de media, en el período 2000-2010 en los países estudiados. Aunque este dato podría ser alarmante desde la perspectiva de la sostenibilidad, se podría considerar como bastante positivo puesto que en la década analizada el valor de la producción agraria ha crecido más que proporcionalmente (12,30 %). De esta manera, la agricultura se ha desarrollado a nivel global pero ha ganado calidad desde el punto de vista medioambiental.

Por continentes, es interesante destacar que estas emisiones se han reducido de forma notable en Europa (Casi un 7 %), mientras que en el resto de continentes han crecido un 15-18 % aproximadamente. Estas tendencias contrarias demuestran un compromiso bastante desigual con la sostenibilidad energética en Europa y en el resto del mundo. Aún así se debe resaltar que el perfil de la agricultura es muy diferente en los países desarrollados, donde sería un sector más maduro y más estancado, como sucede en Europa, mientras que en los países que están en vías de desarrollo la contribución a su economía sería mucho más importante.

Se puede concluir entonces que hay un paralelismo destacable entre la emisión de estos gases y la evolución del peso del sector agrario en el total de la economía. Por este motivo, se dan dos perspectivas completamente distintas a nivel mundial según el papel que ocupa la agricultura en las economías de estos países estudiados:

- Los países en desarrollo suelen tener una agricultura con un peso significativo dentro de sus economías locales. Por esta razón, se verifica que se trata de un sector económico con producciones crecientes y con un aumento relevante del uso de sus factores productivos. Por contra, sus emisiones de estos gases por parte de la agricultura se han disparado en el periodo objeto de estudio. Naturalmente, muchos de estos países padecen de carencias alimentarias básicas, siendo para ellos la sostenibilidad una necesidad más secundaria.
- Los países desarrollados se caracterizan por tener una agricultura estancada que está reduciendo su participación en el total de sus economías. Estos países son los que más están reduciendo las emisiones de de estos gases agrarios. Se manifiestan más comprometidos con la sostenibilidad del medioambiente.

En definitiva, el sector agrícola tendrá que adaptarse por lo tanto de una manera más eficiente en la lucha contra el cambio climático, ya que su posible éxito o fracaso influirá notablemente en la continuidad de su actividad. Es necesario que se actúe para reducir en lo posible su incidencia negativa mediante programas globales de protección climática, acometiendo actuaciones para adaptar la actividad agrícola al cambio climático y garantizar así su sostenibilidad. La investigación y la innovación deben ser agentes fundamentales contra el cambio climático, debiendo ajustar el sector a través del fomento de nuevas especies, y potenciando tanto la mejora genética.

#### **5. Referencias bibliográficas.**

Cardona, J.J. y Pérez de Ayala, J. (2007): "Energías renovables para la sostenibilidad: III Foro Euromediterráneo de la Energía". En revista Cuadernos de energía, N. 15, pp. 29-31.

- Cerdá, E. (2012): "Energía obtenida a partir de biomasa". En revista Cuadernos económicos de ICE, N. 83, pp. 117-140.
- Ciscar, J.C. (2005): "El mercado europeo de emisiones de gases de efecto invernadero y la economía española". En revista Economistas, N. 104, pp. 126-134.
- De Lara, M.T. (2007): "Cambio climático: una preocupación creciente". En revista Economistas, N. 113, pp. 78-85.
- Duarte, F. (2014): "Efectos del cambio climático en la economía, el comercio internacional y la estrategia empresarial". En revista Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, N. 9, 18, pp. 75-98.
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) (2014): <http://www.fao.org/>
- Feal, A. (2004): "Efecto invernadero y cambio climático (I, II y III)". En revista Energía: Ingeniería energética y medioambiental, N. 180, pp. 55-90.
- García, A.; Laurín, M.; Llosá, M.J.; González Pérez, V.; Sanz, M.J.; y Porcuna y Col, J.L. (2006): "Contribución de la agricultura ecológica a la mitigación del cambio climático en comparación con la agricultura convencional". En revista Agroecología, N. 1, pp. 75-87.
- García, C. (2011): "El cambio climático. Los aspectos científicos y económicos más relevantes". En revista Nómadas: revista crítica de ciencias sociales y jurídicas, N. 32, pp. 5-32.
- Hernández, F. (1999): "El efecto invernadero", en El calentamiento global en España: Un análisis de sus efectos económicos y ambientales, F. Hernández Álvarez (Coord). Ed. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, pp. 1-14.
- Iglesias A., Quiroga, S., Diz A. y Garrote, L.M. (2011a): "Adapting agriculture to climate change". En revista Economía agraria y recursos naturales, N. 11, 2, pp. 109-122.
- Iglesias A., Quiroga, S. y Sotés, V. (2011b): "La agricultura española y el cambio climático". En revista Economistas, N. 127, pp. 19-26.
- Jiménez, D. (2009): "Sostenibilidad, energía y cambio climático, escenarios con futuro". En revista Economía industrial, N. 371, pp. 15-36.
- Jiménez, J. y Nieto, J. (2010): "Otra Europa es posible: Sostenibilidad, crisis, energía y cambio climático". En revista Temas para el debate, N. 188, pp. 35-37.
- Linares, P. y Pintos, P. (2013): "Los efectos económicos del Sistema Europeo de Comercio de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero". En revista Cuadernos de Información económica, N. 237, pp. 97-104.
- López, C. (2013): "Energía y cambio del paradigma energético", En Revista de Obras Públicas, N. 3548, pp. 23-28.
- Marquardt, B. (2006): "Historia de la sostenibilidad. Un concepto medioambiental en la historia de Europa central (1000-2006)". En revista Historia crítica, N. 32, pp. 173-197.
- Martínez, A.M.; Orlandini, A.; y Herrero López, S. (2011). "Crisis, cambio global y energía". En Revista de economía mundial, N. 29, pp. 263-284.
- Narbona, C. (2006): "Energía, medio ambiente y cambio climático". En revista Temas para el debate, N. 143, pp. 37-40.
- Novoa, R., González, S. y Novoa, R. (2000): "Inventario de gases con efecto invernadero emitidos por la actividad agropecuaria chilena". En revista Agricultura técnica, N. 60, 2, pp. 154-165.
- Sanz, I. y Anibarro, S. (2014): "Cambio climático y Unión Europea. Presente y futuro del mercado europeo de emisiones". Ed. Tirant Lo Blanch, Barcelona.
- Verdú, J. (2013): "Cambio climático y la Unión Europea: desde el liderazgo al riesgo de la irrelevancia". En revista de Derecho Comunitario Europeo, N. 45, pp. 659-687.

## EVOLUCIÓN DE LA INMIGRACIÓN EN ESPAÑA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS DESDE EL INICIO DE LA CRISIS ECONÓMICA

**Miguel Blanco Canto<sup>1</sup>**

Departamento de Economía General, Universidad de Cádiz

miguel.blanco@uca.es

**Francisco Javier Davín Escobar<sup>2</sup>**

franciscojavier.davinescobar@alum.uca.es

**Lydia Bares López<sup>3</sup>**

Departamento de Economía General, Universidad de Cádiz

lydia.bares@uca.es

### Resumen

Antes del inicio de la crisis económica de 2008 se produjo un incremento en el número de inmigrantes que se desplazan a territorio español con la finalidad de mejorar su situación económica. Desde ese año, se produce un cambio migratorio por el cual las personas que se habían establecido en España comienzan a emigrar a otros países.

En este trabajo de investigación se propone un análisis de la evolución que ha sufrido la inmigración en España desde el inicio de la crisis económica hasta 2016. Para ello se analiza la evolución de la población extranjera, del número de ocupados extranjeros, el número de ocupados extranjeros según el sector de actividad, la tasa de paro de la población extranjera y la ganancia media por nacionalidad del trabajador.

Entre los principales resultados obtenidos, destacar como durante el período estudiado ha existido una variación completamente negativa con respecto a los niveles de población, de ocupación y de tasa de paro. La única variable que ha experimentado una variación positiva con respecto al año 2008 ha sido la de la ganancia media por trabajador.

**Palabras clave:** inmigración-crisis económica-mercado de trabajo-coeficiente de spearman-desempleo

### Abstract

Before the beginning of the economic crisis in 2008, there was an increase in the number of immigrants moving to Spain, in order to improve their economic situation. Since that period, there has been a change in the migration process because people who had settled in Spain began to immigrate to other countries.

This research paper proposes an analysis of the evolution of immigration in Spain from the beginning of the economic crisis until 2016. For this purpose, we analyse the evolution of the foreign population, the number of foreign employees according to the sector of activity, the unemployment rate of the foreign population and the average earnings per nationality of the worker.

Among the main results obtained, it should be noticed that during the period there has been a completely negative variation with respect to the levels of population, occupation and unemployment rate. The only variable that has experienced a positive variation with respect to 2008 has been the average earnings per worker.

**Keywords:** immigration-economic crisis-labor market-spearman coefficient-unemployment

---

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas. Profesor Ayudante Doctor.

<sup>2</sup> Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos.

<sup>3</sup> Máster Universitario en Dirección de Empresas. Profesora sustituta interina.



## **1. INTRODUCCIÓN.**

En este trabajo de fin de grado analizamos la evolución de la inmigración en España y en sus diferentes comunidades autónomas desde el inicio de la crisis económica. Se pretende dar una visión sobre las variaciones que ha sufrido la población inmigrante dentro del territorio español, ya sea el nivel de población, la ocupación o las ganancias medias obtenidas por estos, además, hemos aportado el coeficiente de correlación de Spearman utilizando la tasa de paro en las diferentes comunidades autónomas, para así entender y darle una explicación ya no solo a las diferencias con respecto a las tasas de paro sino también al por qué se produce tantos cambios demográficos entre las propias comunidades autónomas.

Realizar un estudio sobre esta variable pone de manifiesto la importancia que tiene para llegar a comprender la situación tanto económica como demográfica por la cual España ha pasado y en la que se encuentra actualmente. También, hemos podido comprobar las desigualdades que existen en el mercado laboral español según la nacionalidad, en relación al número de ocupados, tasa de paro o ganancias medias. Uno de los objetivos que se tiene al realizar este estudio es de poder analizar la evolución que ha sufrido la inmigración en España desde el inicio de la crisis económica hasta donde las fuentes secundarias nos han permitido (2008-2016).

En busca de estos objetivos se realizará el estudio de datos obtenidos de diferentes fuentes secundarias y para ello se analizarán:

- Evolución de la población extranjera.
- Evolución del número de ocupados extranjeros.
- Evolución del número de ocupados extranjeros según el sector de actividad.
- Tasa de paro de la población extranjera.
- Ganancia media por nacionalidad del trabajador.

## **2. EL CONCEPTO DE INMIGRACIÓN.**

### **2.1. CONSIDERACIONES TEÓRICO-JURÍDICAS SOBRE LA INMIGRACIÓN.**

Partimos de la base de que el artículo 2 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que todos tenemos los mismos derechos y libertades cualquiera que sea nuestra condición.

“Toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra

condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónoma o sometida a cualquier otra limitación de soberanía”.

Según Peña (2012), en la actualidad, el concepto de inmigración o inmigrante está completamente criminalizado, gran parte de la población española asocia la palabra inmigrante como algo ilegal, negativo, que proviene de países en condiciones socioeconómicas desfavorables y sin embargo asocian la palabra extranjero con personas provenientes de países de la Unión Europea, algo positivo. Se habla de inmigrante y extranjero como palabras sinónimas cuando sin embargo tienen distinto significado. Según Ruiz de Lobera (2004) “la noción de migrar (inmigrar, emigrar) alude a un cambio de residencia: es un concepto demográfico y no refiere a otras consideraciones políticas, económicas o jurídicas. Extranjero es en cambio un término jurídico. Son extranjeros los que carecen de nacionalidad española, según dispone la Ley de Extranjería 8/2000”.

Migrar hace referencia tanto a inmigrar como a emigrar, pero hay que tener claro en qué se diferencian uno y otro, y es que “todo traslado es una emigración con respecto a la zona de origen y una inmigración con respecto a la zona de destino” (Sánchez, 2005; 8).

Como hemos podido comprobar, existen diferentes factores que llevan a las personas a tomar la decisión de emigrar a otro país, entre los que encontramos “la diferencia salarial, las diferencias de oferta y demanda de trabajo entre los países de migración, las diferencias de expectativas económicas y sociales, diferencia en el riesgo e incertidumbre económicos, conflictos armados, sistemas políticos que limitan las libertades y la atracción por el modelo de vida y la riqueza de los países desarrollados” (Oyarzun, 2008; 9). Hay que aclarar que los factores que llevan a tomar la decisión de emigrar son diferentes para cada grupo social, “cada clase social tiende a generar un tipo específico de migración en respuesta a los procesos económicos que les afectan” (Arizpe, 1980; 6).

Siguiendo la línea utilizada por Fiefta (2016), diferenciar diferentes tipos de inmigraciones:

- Según su naturaleza. Este concepto abarca por un lado inmigraciones forzadas y por otro lado inmigraciones voluntarias, con respecto a la primera se refiere según Oleaga (2014) “a aquel desplazamiento que obliga a una persona a salir de su región a causa de haber sufrido o estar en riesgo de sufrir una persecución, entendida como una violación grave o sistemática o sostenida de los derechos humanos; y una falta de protección por parte del Estado”, y en segundo lugar las inmigraciones voluntarias es aquel desplazamiento de personas no obligado, es decir, por decisión propia, en busca de un mejor estatus económico o social.

- Según su duración. Este concepto también abarca dos tipos, migraciones temporales y migraciones definitivas. La primera se refiere al desplazamiento de personas a otros países con el objetivo de realizar una actividad laboral o educativa durante un periodo determinado y el segundo tipo se refiere a desplazamientos de personas a otros países de forma permanente con el objetivo de mejorar su calidad de vida.
- Según el espacio. Pueden ser también de dos tipos, migraciones interiores y migraciones internacionales. Con respecto a la primera se refiere a desplazamientos de personas dentro del mismo país de origen y, en segundo lugar, las migraciones internacionales son desplazamientos de personas a otros países diferentes al de origen.

Por último, vamos a hablar sobre otro concepto muy importante como es la “Inmigración Irregular”. Considerándose este como infracción muy grave según la Ley Orgánica 2/2009 en su artículo 53.1. a):

“Encontrarse irregularmente en territorio español, por no haber obtenido la prórroga de estancia, carecer de autorización de residencia o tener caducada más de tres meses la mencionada autorización, y siempre que el interesado no hubiere solicitado la renovación de la misma en el plazo previsto reglamentariamente.”

Conociendo esto y teniendo una idea a que se refiere la inmigración irregular, vamos a tratar las diferentes consecuencias laborales, económicas y fiscales según Campbell (2007).

- Consecuencias para el empleo. “Algunos sostienen que el empleo de extranjeros irregulares reduce el empleo de trabajadores interiores en la misma cantidad. Mantienen que en la economía existe un número dado de puestos de trabajo y que, si uno de estos puestos es ocupado por un trabajador irregular, ya no puede ser ocupado por un residente legal” (Campbell, 2007; 293).
- Consecuencias para los salarios. No cabe duda de que las entradas de inmigrantes ya sean regulares o irregulares, pueden reducir el salario. La influencia global de la inmigración irregular en el salario medio es menos evidente. “La inmigración irregular en gran escala reduce el salario de los trabajadores interiores poco cualificados y sustituibles, pero probablemente produce un efecto neto pequeño en el nivel medio de salarios del país receptor” (Campbell, 2007; 296)
- Consecuencias fiscales. Los inmigrantes irregulares no tienen acceso a las diferentes asistencias sociales del país receptor. También hay que tener en cuenta que las condiciones para acceder a estas es ser de edad avanzada, estar

incapacitado o ser cabeza de familia femenino y la mayoría de los inmigrantes irregulares son jóvenes y sin familias. “La mayoría de los estudios de la inmigración irregular llegan a la conclusión de que estos inmigrantes siguen siendo contribuyentes netos” (Campbell, 2007; 296).

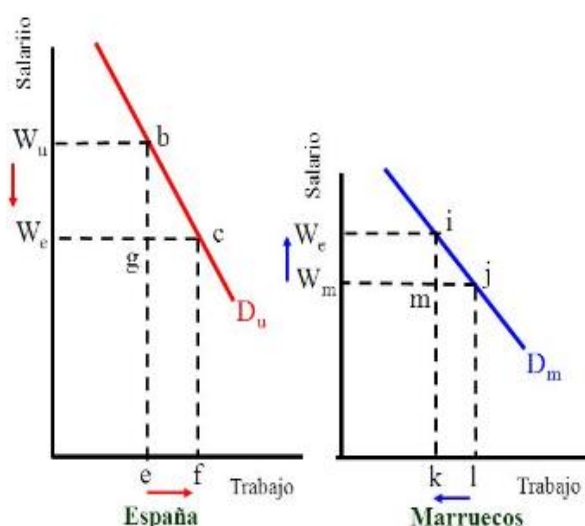
Habiendo analizado el concepto de inmigración desde un punto de vista jurídico, y habiendo definido determinados conceptos, en el siguiente apartado se dará una explicación sobre la oferta y la demanda, para a continuación aportar diferentes teorías de la inmigración que se han dado lugar a lo largo de la historia.

## 2.2. LEY DE OFERTA Y DEMANDA EN LA INMIGRACIÓN.

El Mercado de Trabajo, al igual que el de bienes y servicios, se rige por la Ley de la Oferta y la Demanda. En primer lugar, se explicará, por un lado, la demanda de trabajo y posteriormente, se abordará la oferta de este mismo.

“La demanda del mercado laboral son los puestos que demandan las empresas y que deben ser cubiertos por trabajadores que se adecuen a los requisitos exigidos por ella. La demanda la constituyen la totalidad de puestos de trabajo vacantes, que son ofrecidos por las empresas a los trabajadores.” (Fontana, 2003: 122).

Gráfico 1 y 2. Curvas de demanda de salario en función de la migración de trabajadores entre España y Marruecos.



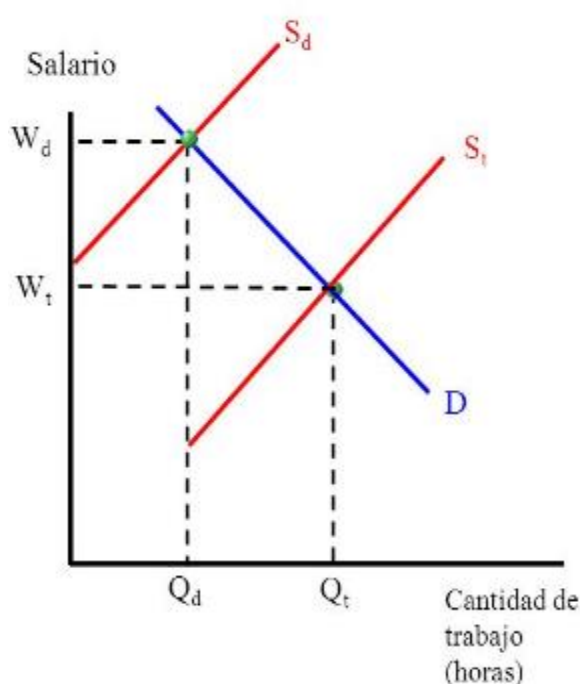
Fuente: Elaborada por Prudente, H. (2014)

Como se puede ver en ambos gráficos (Gráfico 1 y 2), la curva de la demanda de trabajo se presenta con una pendiente negativa; es decir, arranca con unos niveles altos de salario y conforme avanza se va reduciendo. Viendo la tendencia que toma, podemos establecer la conclusión de que, la migración de trabajo de Marruecos (país con bajos salarios) a España (país con salarios altos) aumenta la producción y reduce el salario medio en España, teniendo los efectos contrarios en marruecos.

Al igual que hemos definido el concepto de “demanda de trabajo”, Fontana (2003) establece que la oferta de trabajo:

“está constituida por la oferta de mano de obra que es reclamada por las empresas en función de sus necesidades productivas. Dicho de otro modo, la oferta laboral se constituye por el conjunto de trabajadores que ofrecen su fuerza de trabajo a cambio de un salario.” (p. 122).

Gráfico 3. Curvas de oferta y demanda de salarios en función de trabajadores extranjeros irregulares.



Fuente: Elaborada por Prudente, H. (2014)

La curva de la oferta de trabajo, al contrario que la de demanda de trabajo, torna su pendiente a un aspecto positivo; es decir, a lo largo del eje se va prolongando en mayores niveles. Esta gráfica (Gráfica 3) muestra un mercado de trabajadores no cualificados, donde la presencia de extranjeros irregulares desplaza la curva de la oferta de trabajo a “St” y reduce el salario de mercado de “Wi” a “Wt”. La curva de oferta “Si” representa la oferta de trabajadores interiores, mientras que la “St” refleja la oferta total de trabajadores interiores e irregulares. Por lo tanto, la distancia entre uno y otro, representa el número de trabajadores irregulares que ofrecen sus servicios de trabajo a cada uno de los salarios.

Con ello se quiere dar a entender que a cuanto mayor salario estén dispuestos a ofrecer los empleadores mayores será el mercado de mano de obra.

## 2.3. DIFERENTES TEORÍAS DE INMIGRACIÓN DESDE UN PUNTO DE VISTA ECONÓMICO.

### 2.3.1. HIPÓTESIS DEL DESPLAZAMIENTO O REEMPLAZO.

Según McConnell (1997), “es un modelo neoclásico de equilibrio general determinado por la concurrencia de la oferta y la demanda en el mercado de trabajo”. En esta teoría, se considera que los flujos de personas son comparables a los flujos de mercancías. Este modelo lo que intenta es justificar ciertos prejuicios comúnmente utilizados por aquellos que ven en la llegada de

extranjeros un peligro innegable y determina diferentes efectos producidos por los movimientos migratorios como son:

1. Aumento del PIB y reducción de los Salarios.
2. Cambia la distribución de la renta.
3. Se produce un desplazamiento de trabajadores nacionales. Puesto que, por el salario establecido después de producirse el proceso inmigratorio, sólo estaría dispuesto a trabajar trabajadores nacionales, suponiendo esto, una pérdida de puestos de trabajo para los trabajadores nacionales. Este efecto podría ser total en el caso de que la inmigración recibida fuese irregular y estuviese dispuesta a aceptar salarios impensables para la mano de obra nacional.

Según McConnell (1997), “a la vista de estos resultados es lógico pensar, que dependiendo de la posición que se ocupe o de lo que se sea (trabajador o empresario), se tendrá una actitud u otra ante la entrada de inmigrantes”. Desde nuestro punto de vista, lo más lógico es que los empresarios apoyen los flujos migratorios al verse beneficiados con esto, sin embargo, por parte de los trabajadores, sería al contrario puesto que pueden ser desplazados o expulsados del mercado de trabajo por la entrada de inmigrantes.

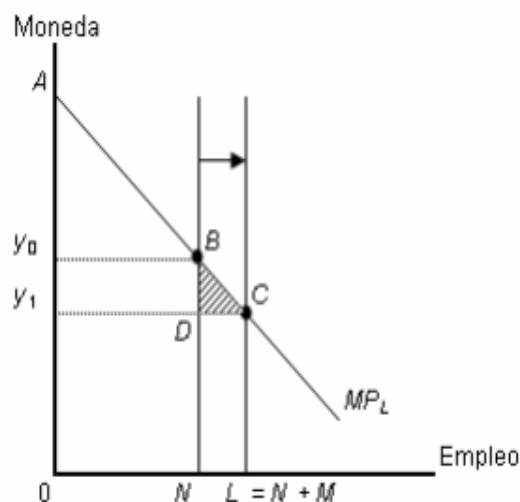
### **2.3.2. HIPÓTESIS DE LA SEGMENTACIÓN.**

Según González (2002) “los flujos migratorios se producen como consecuencia de ciertas características estructurales de los países desarrollados”. Esta hipótesis determina que estos países presentan grandes dificultades para aumentar los salarios más bajos, lo que genera una demanda de trabajadores dispuestos a trabajar en tareas con bajos salarios y desprestigiadas, teniendo esta situación sus orígenes en la estructura productiva. En definitiva, esta hipótesis sostiene que la entrada de inmigrantes no tiene efecto sobre los salarios, ni sobre el empleo de los nacionales, al estar muy segmentado el mercado de trabajo en las economías desarrolladas, protegiendo en todo momento a los trabajadores nacionales de cualquier efecto derivado del empleo de trabajadores extranjeros.

### **2.3.3 ANÁLISIS MARGINALISTA.**

Borjas (1995) realizó un análisis sobre el impacto y los beneficios de la inmigración considerando una función de producción con rendimientos de escala constantes. Para ello Borjas, supone un país donde la oferta de trabajo (L) está compuesta de trabajadores nativos (N) y trabajadores inmigrantes (M), y donde el capital (K) es propiedad de los nativos. Por otro lado, la oferta de los factores y capital son completamente rígidos.

Gráfico 4. Curva de la oferta y demanda de salario con excedente de inmigración



Fuente: Elaborada por Borjas (1995)

Como se puede ver en este gráfico (Gráfico 4) con la llegada de los inmigrantes la línea de oferta se desplaza a la derecha y con ello se alcanza un nuevo punto de equilibrio. Según Borjas (1995), en este caso “se iguala el salario del último trabajador con todos los que componen la oferta produciéndose el excedente definido por el triángulo “BCD” al que se le denomina como excedente de inmigración”. Borjas en su trabajo, extiende su análisis al caso en que la llegada de inmigrantes genere efectos positivos en relación a su impacto económico, y por otro lado Borjas también extiende su análisis diferenciando entre trabajadores cualificados y no cualificados en ausencia de capital, concluyendo que el impacto económico se maximiza cuando la población inmigrante es mayoritariamente cualificada o no cualificada, y más aún cuando complementa la existente en el país de acogida.

#### 2.3.4. TEORÍA DEL MERCADO DE MANO DE OBRA DUAL.

Michael J. Piore explicaba con su teoría que la migración internacional se debe a una permanente demanda de mano de obra de los países desarrollados económicamente y que producen una segmentación de los mercados de trabajo. También explicaba que esto se debía a que los trabajadores de las sociedades industrializadas no querían realizar ciertas actividades por ser mal remuneradas, inestables, peligrosas, no cualificadas, degradantes, tenían poco prestigio y denotaban una posición social baja, no motivaban y ofrecían nulas posibilidades de ascenso.

### **2.3.5. TEORÍA DEL SISTEMA MUNDIAL.**

Los principales representantes de esta teoría en el campo de la migración internacional sobresalen Portes y Walton (1981) y Sassen (1988). Esta teoría establece que la expansión del capitalismo y su penetración en los países menos desarrollados económicamente, generan desequilibrios, debido a que las empresas de corte multinacional son intensivas en capital y solo buscan aprovechar materias primas, mano de obra barata, y extraer utilidades que retornan al país inversor. Estos cambios generan alteraciones, entre ellas la sustitución de actividades y el consecuente desplazamiento de mano de obra del sistema tradicional. Este grupo de desplazados presenta una alta probabilidad a emigrar a los países desarrollados económicamente y a realizar los oficios que los nacionales del país receptor no quieren ejercer.

### **2.3.6. ENFOQUE DE RAVENSTEIN.**

Ravenstein (1889) fue el primero en plantear de forma teórica y práctica la teoría de la inmigración. Este autor argumenta razones sobre el fenómeno migratorio tanto de origen como destino. Este autor en su enfoque explica bajo leyes algunos principios, como son:

1. Migración y distancia. Determina que los emigrantes de grandes distancias tienen una alta preferencia por los lugares donde se establecen los grandes centros industriales y comerciales.
2. Migración por etapas. Esto se resume en moverse del campo a la ciudad y de la ciudad pequeña a la de mayor crecimiento económico y bienestar dentro de un país.
3. Corriente y contracorriente del flujo migratorio.
4. Las diferencias urbano-rurales en la propensión a migrar. La población de las zonas rurales tiene un mayor interés en emigrar que los nativos de las grandes ciudades.
5. Predominio del motivo económico sobre los demás motivos.

## **2.4. LA INMIGRACIÓN Y LA ECONOMÍA ESPAÑOLA. SUS APORTACIONES ECONÓMICAS.**

Desde el punto de vista demográfico, la inmigración ha sido el determinante más importante del crecimiento de la población en nuestro país. Según el Instituto Nacional de Empleo (INE), el crecimiento total de la población que ha tenido lugar en España entre 1998-2007 (periodo pre-crisis) ha sido 5,4 millones de personas, de los cuales el 72,2% (3,9 millones de personas) se ha debido a la entrada de inmigrantes.

Según González, Conde y Boldrin (2009), este impulso demográfico tiene además una consecuencia económica importante, ya que permite retrasar el problema de sostenibilidad de pensiones durante aproximadamente unos cinco años.



Desde el punto de vista económico, cabe mencionar algunos efectos positivos y negativos que ha tenido la inmigración sobre nuestra economía. Con respecto a los positivos hemos encontrado los siguientes:

- a. En primer lugar, como muestran Amuedo-Dorantes y De la Rica (2009) en su artículo “¿Complementos o sustitutos? Especialización de tareas por género y natividad en España”, los inmigrantes, como oferentes de empleo, han conformado una mano de obra bastante complementaria a la de los nativos.
- b. En segundo lugar, como muestran Farré, González y Ortega (2010) en su artículo “Inmigración, Responsabilidades de la familia y el suministro de mano de obra de mujeres nativas calificadas”, la llegada de inmigrantes ha permitido aumentar la tasa de participación laboral femenina, especialmente de las mujeres más educadas, quienes han podido contratar a inmigrantes que se han ocupado de la producción doméstica.
- c. Por último, como muestran Amuedo-Dorantes y De la Rica (2010) en su artículo “La capacidad de respuesta de los inmigrantes a las condiciones del mercado laboral y su impacto en las disparidades regionales de empleo: evidencias de España”, los inmigrantes responden a las condiciones laborales, en términos de movilidad geográfica, con mayor facilidad que los trabajadores nacionales, al estar estos últimos más restringidos por sus lazos familiares.

Por otro lado, con respecto a los efectos negativos hemos podido ver que:

- a. Según Myro Sanchez en su artículo “El puzle de la productividad y la competitividad” (Diario “El País”, 2009), un primer efecto negativo que algunos atribuyen a los inmigrantes es el hecho de haber ralentizado el crecimiento de la productividad en nuestro país al aportar una gran cantidad de mano de obra poco cualificada y como consecuencia, de baja productividad. Pero Bentolila, Dolado y Jimeno (2010) en su artículo “El rompecabezas de la productividad española: inmigración y otros factores”, muestran lo contrario, muestran que la inmigración, en sí misma, no puede considerarse como la causante de la baja productividad de nuestro país.
- b. Un segundo efecto negativo que podríamos destacar es que ha aumentado la demanda de servicios sociales, en particular, educación y salud. Heredia y Playa (2011) en su artículo para el diario “La Vanguardia”, determinan que los inmigrantes suponen el 12% de la población y que estos consumen el 6,8% del total de los servicios sociales, el 6,1% educativo y el 5,1% de la sanidad. Si este

aumento de demanda no va acompañado de un aumento suficiente en la oferta de servicios repercutirá negativamente en el bienestar de los individuos.

### 3. METODOLOGÍA.

Para el análisis de evolución de la inmigración en España durante la crisis, se ha utilizado un enfoque cuantitativo. Analizando datos extraídos de fuentes secundarias. Las principales fuentes que nos proporcionará datos estadísticos fiables sobre el tema objeto del estudio será el Instituto Nacional de Estadística (INE) y la Encuesta de Población Activa (EPA).

La zona geográfica sobre la que se ha aplicado las variables analizadas son España a nivel nacional y las diferentes Comunidades Autónomas pertenecientes al territorio español.

El ámbito temporal es el período 2008 a 2016, al ser considerado el primero como año de inicio de la crisis económica y como último año hemos establecido el año 2016, excepto en la variable de ganancia media, que las fuentes secundarias solo nos permiten obtener datos hasta el año 2015.

Fundamentalmente el análisis abarca los siguientes aspectos:

- Evolución de la población extranjera.
- Evolución del número de ocupados extranjeros.
- Evolución del número de ocupados extranjeros según el sector de actividad.
- Tasa de paro de la población extranjera.
- Ganancia media por nacionalidad del trabajador.

La elección de estas variables viene motivada debido a la alta posibilidad de comparación de la evolución de la inmigración durante la crisis económica entre los diferentes sectores y las zonas geográficas seleccionadas para el estudio de la variable en cuestión.

La forma de presentación de los datos se va a llevar a cabo mediante representaciones gráficas, las cuales representan diferentes variables como sexo o nacionalidad, ya sea en España o en las distintas Comunidades Autónomas.

Por último, para realizar un estudio más completo de la variable, vamos a realizar el Coeficiente de Correlación de Spearman con los datos recogido de la Tasa de paro de la población extranjera por Comunidades Autónomas. Este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos. La explicación de un coeficiente de correlación como medida de la intensidad de la relación entre dos variables

es puramente matemática y libre de cualquier implicación de causa-efecto. El hecho de que las dos variables tiendan a crecer o decrecer juntas no indica que la una tenga un efecto directo o indirecto sobre la otra. El coeficiente de correlación oscila entre  $-1$  y  $+1$ , el valor  $0$  que indica que no existe asociación lineal entre las dos variables en estudio.

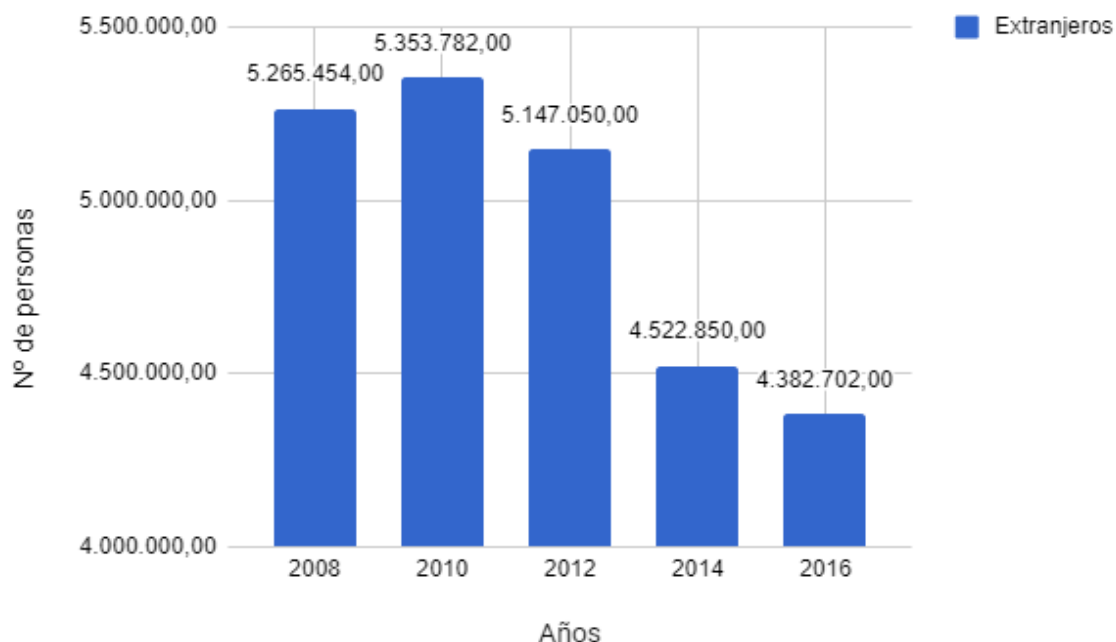
✓ Correlación negativa perfecta	-1
✓ Correlación negativa fuerte moderada débil	-0,5
✓ Ninguna correlación	0
✓ Correlación positiva moderada Fuerte	+0,5
✓ Correlación positiva perfecta	+ 1

#### 4. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA INMIGRACIÓN.

##### 4.1. PERSPECTIVA NACIONAL.

En primer lugar, se ha analizado la evolución sufrida según el número de persona extranjera dentro de la población, seguido de este, el número de ocupados extranjeros dentro del mercado laboral, también por sectores de actividad, posteriormente la tasa de paro según la nacionalidad, por último, se ha realizado una evolución de la ganancia media por trabajador extranjero en España sin aplicar ninguna característica en concreto.

**Gráfico 5. Evolución de la población extranjera residente en España desde 2008 hasta 2016**



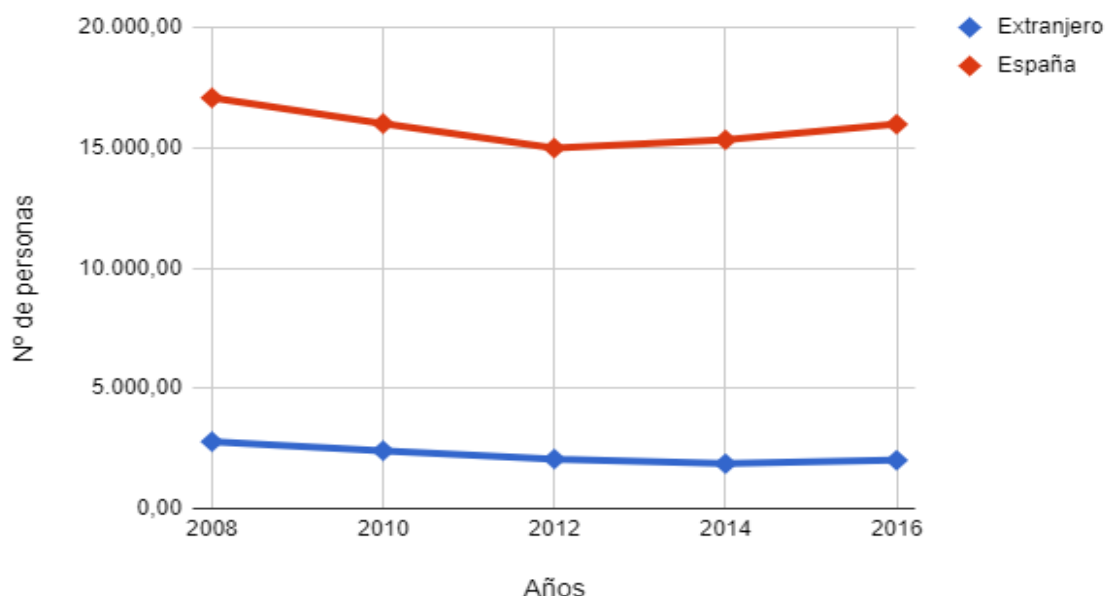
Fuente: Elaboración propia a partir de las Cifras de Población. Instituto Nacional de Estadística.

Analizando este grafico se puede observar cómo esta variable ha sufrido una bajada constante, excepto al comienzo de la crisis donde hubo una pequeña subida desde 2008 hasta 2010 siendo

esta concretamente una variación positiva del 1,68% lo que se traduce en un incremento de 88.328 personas con respecto a 2008. Sin embargo, como se puede comprobar a partir del año 2010 la población extranjera ha estado en continuo descenso, en los dos primeros años sufre una caída del 3,86% siendo esta de 206.732 personas, pero la bajada más importante se produce en los dos años siguientes teniendo una caída del 12,13% que se traduce en 624.200 personas. Esto se debe a la fuerte crisis económica que estaba concurriendo en España durante estos años, un gran número de extranjeros deciden cambiar de territorio en busca de un mejor futuro laboral que en España parecía no tenerlo, llegaron con unos objetivos que esperaban cumplir, pero al encontrarse con esta situación de crisis económica tenían que decidir entre aguantar o marcharse y muchos tomaron la segunda opción. En los dos últimos, la situación se ha mantenido, se ha producido una pequeña bajada pero no tan drástica como la de los anteriores años. En conclusión, la evolución ha sido negativa, al haber sufrido una constante bajada desde el inicio de la crisis en el año 2008 que se traduce en una variación negativa del 16,76 % casi un millón de personas de distinta nacionalidad a la española ha abandonado el país y el principal motivo ha sido la crisis.

A continuación, en la siguiente representación gráfica, hemos analizado la evolución del número de ocupados en España según la nacionalidad, ya sea extranjera o española. Se puede comprobar que los dos casos, aunque a diferentes cantidades, tienen similitudes con respecto a las subidas y bajadas del número de ocupados.

**Gráfico 6. Evolución de la población extranjera ocupada y la ocupación de la población española desde 2008 hasta 2016**



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística.

Nota: Datos expresados en miles de personas

En los dos primeros años, en ambos casos reciben el mayor descenso de ocupados, siendo en la población extranjera del 13,59% que se traduce en 378.300 personas y por parte de la población española un descenso del 6,24% siendo esto un total de 1.065.900 personas.

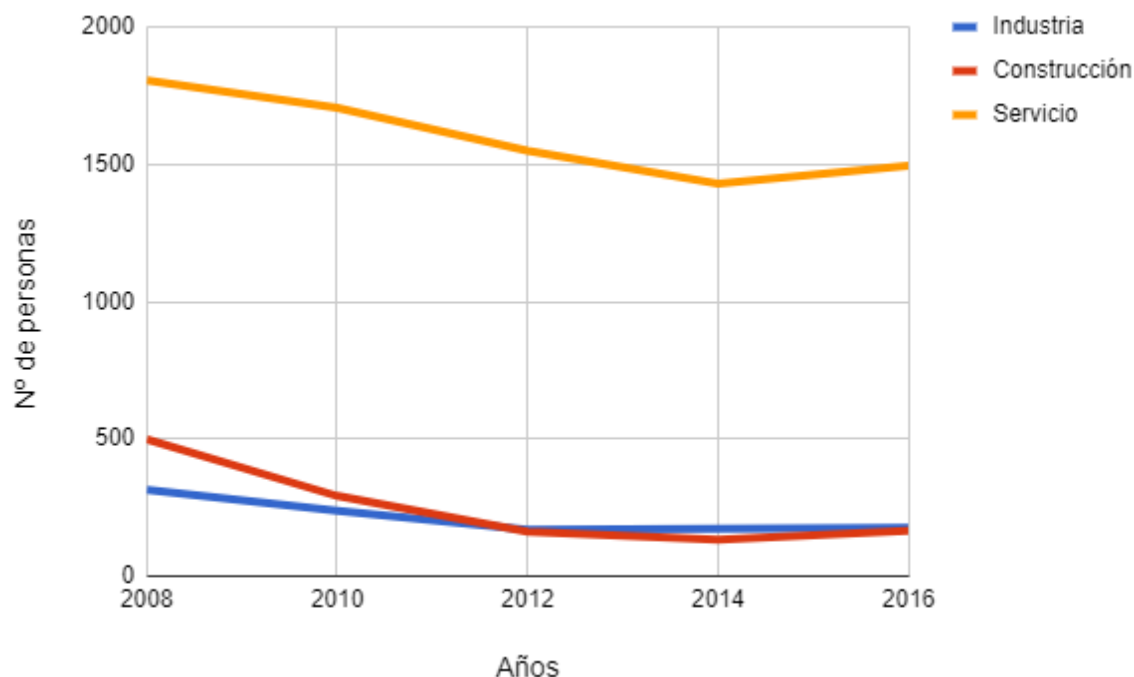
En términos generales, aunque la cantidad por parte de la población española sea mayor, el tanto por ciento, son 7 puntos por debajo. Esto es debido al impacto de la crisis económica y otro aspecto a tener en cuenta, es que el nivel formativo de la población inmigrante es inferior a la población española.

Según Vicens (2010) “con datos del informe PISA de la OCDE, se estima que el nivel formativo de los extranjeros económicos es un 25 por 100 inferior al de los españoles. Por tanto, el mayor impacto de la crisis detectado sobre los extranjeros podría estar explicado, en parte, por la existencia de diferencias no observadas en dichos niveles formativos”.

Dicho esto, siguiendo la evolución, se puede comprobar como sufren un continuo descenso hasta 2014, teniendo a partir de aquí una pequeña recuperación por ambas partes, siendo la de la población inmigrante más positiva que la española, por un lado, una variación positiva del 7,68% traducido en 143.200 personas y, por el otro lado, una variación positiva del 4,22% siendo esta de 646.800 personas. Aun teniendo esta última variación positiva, viendo la variación desde 2008 hasta 2016, se puede decir que los números han sido bastante negativos sobre todo para la población extranjera que ha sufrido de un año a otro un descenso del 27,84%, siendo solo, aunque también negativo, de un 6,40%.

En la siguiente gráfica, se presenta la evolución de la ocupación extranjera según su sector de actividad, en los que se diferencia diferentes sectores, entre los que se encuentran: el sector industria, servicios y construcción. En primer lugar, en el sector de la industria se puede observar cómo esta variable ha sufrido un descenso constante hasta 2012, ha tenido una variación negativa del 43,83% lo que se traduce en una bajada de 137.900 personas con respecto al año 2008, sin embargo, es el único sector que ha conseguido tener una variación positiva en los últimos cuatros, teniendo una mejoría de un 4,80%. En segundo lugar, el sector de la construcción ha sido sector que ha sufrido un mayor descenso siendo este de un 67,05% traduciéndose en 334.600 personas menos que en 2008 convirtiéndose en el sector con menos población inmigrante. En último lugar, el sector servicios ha sido el que se ha mantenido, aunque también ha sufrido un descenso, pero ha sido con diferencia la variación negativa más pequeña siendo esta de un 17,22%, siendo este sector, por lo tanto, el sector con mayor número de personas extranjeras. Por otro lado, este último sector, tornando la situación en el último año con un incremento del 0,72%.

**Gráfico 7. Evolución de la población extranjera ocupada según el Sector de Actividad en España desde 2008 hasta 2016**



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística.

Nota: Datos expresados en miles de personas

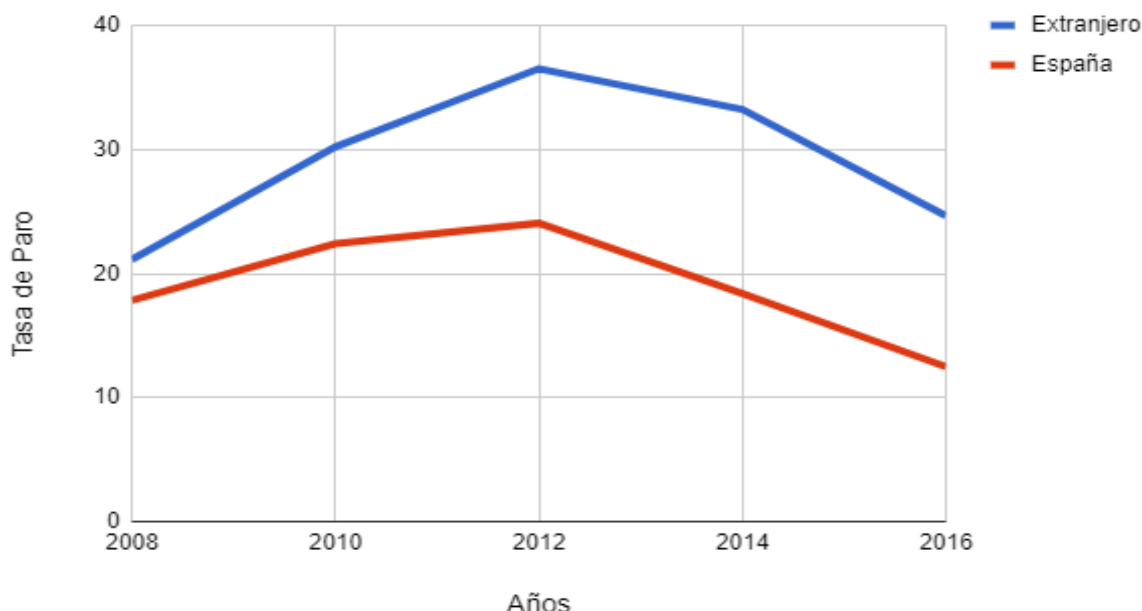
También hay que destacar que, aunque la visión general haya sido negativa, en los dos últimos años todos los sectores han tenido una variación positiva, dando lugar a pensar en una pequeña recuperación en el mercado laboral.

En último lugar, con respecto al último sector nombrado, es el sector con mayor número de trabajadores inmigrantes, y esto se puede deber a que según varios estudios la población que recibe España suele ser de países con menos cualificación que la española, sin embargo, los inmigrantes procedentes de otros países europeos tienen una mayor cualificación que la nuestra.

Analizando la evolución de la tasa de paro de la población extranjera en el territorio español desde el comienzo de la crisis, se puede comprobar cómo ha tenido una evolución negativa con respecto a la tasa de paro de la población española. Aunque ambas tengan similitudes en la relación a las subidas y bajadas de la tasa, se puede comprobar como claramente la población extranjera se ha visto más afectada. También es cierto, que ambas tasas a partir del año 2012 comienzan una variación positiva teniendo un descenso de la tasa de paro de un 11,85% por parte de la población extranjera y de un 11,58% por parte de la población española. Sin embargo,

en los primeros cuatros años podemos ver que la variación es totalmente negativa, teniendo la mayor subida en ambos casos en los dos primeros años.

**Gráfico 8. Evolución de la tasa de paro de la población extranjera y la tasa de paro de la población española desde 2008 hasta 2016**



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística.

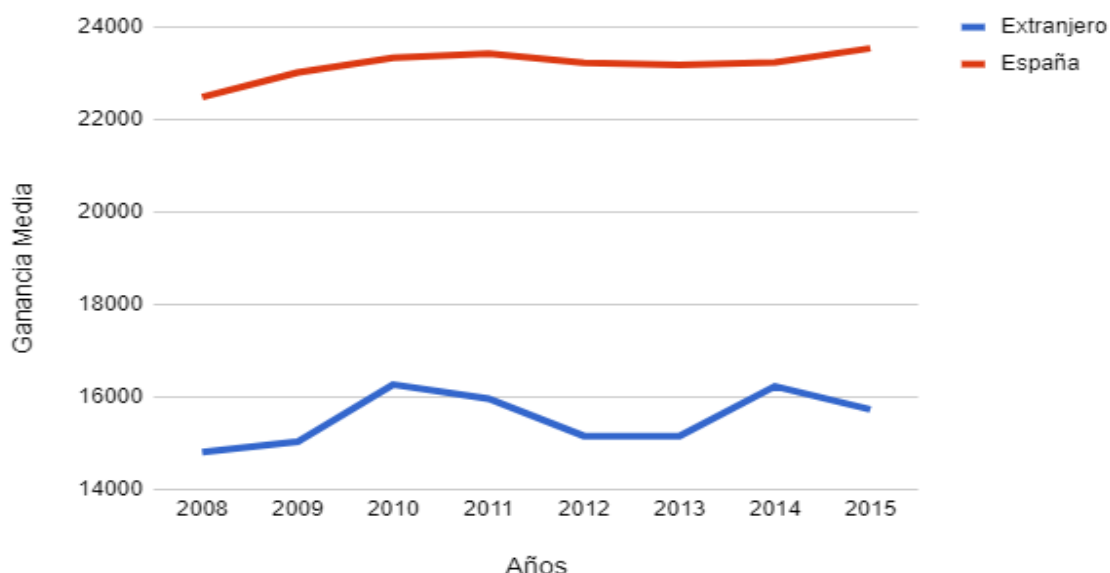
El principal motivo, es el impacto de la crisis económica y la falta de formación de la población inmigrante, al tratarse en gran parte de población proveniente de países menos desarrollados que España, sobre todo de la zona latinoamericana, pero hay que dejar claro como hemos mencionado antes que no toda la población inmigrante es poco cualificada.

Por otro lado, a partir del año 2012 como hemos mencionado antes ambas tasas tienen una importante mejora, coincidiendo con los años de mejora mencionados antes en otras variables, la explicación que se le puede dar a esto, además de haber una evolución positiva en la economía, es que España como hemos podido comprobar antes en la evolución de la población, a partir de ese mismo año, hay un importante descenso de la población extranjera, debido a que son años donde hay un mayor número de nacionalizaciones por lo que se reduce la población extranjeras, conllevando esto a una reducción de la tasa de paro.

También otra explicación a esta evolución positiva, es que esa población extranjera que ha aguantado el impacto de la crisis económica y no ha tomado la decisión de emigrar a otro territorio en busca de esa ansiada estabilidad económica, ha mejorado su cualificación formativa, además de haber menos demanda de trabajo, provocando esto que tengan mayor facilidad para entrar en el mercado laboral, consiguiendo una variación positiva con respecto al año 2008 del 3,54%.

En el gráfico 9, analizamos la ganancia media según la nacionalidad de los trabajadores, para ellos vamos a diferenciar entre trabajadores extranjeros y trabajadores con nacionalidad española.

**Gráfico 9. Evolución de la ganancia media anual por trabajador en España según la nacionalidad desde 2008 hasta 2015**



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Estructura Salarial. Instituto Nacional de Estadística.

Nota: Datos expresados en euros (€)

En primer lugar, los extranjeros han sufrido una variación final positiva de sus ganancias medias del 6,23% con respecto a 2008; mientras que los nacionales han incrementado sus ganancias medias en un 4,70%.

Con respecto a los extranjeros, aunque hayan tenido una variación final positiva, hay que decir que han tenido una evolución muy inestable de constantes subidas y bajadas, donde en los dos primeros años ha tenido la subida más destacada, siendo esta de un 8,37, a partir del año 2010 y adentrándonos en la crisis económica, esta variable sufre un constante descenso hasta 2013, produciéndose en este una variación positiva en ambos casos, sin embargo, esta variación positiva que si se mantiene para los españoles, no tiene el mismo resultado en la población inmigrante, al sufrir otra bajada en sus ganancias de un 3,09%.

El aumento salarial por parte de la población extranjera en España, puede estar debido a las fuertes salidas sufridas desde el año 2012, debido al fuerte impacto de la crisis económica, al no aguantar la situación decidieron emigrar a otros territorios como ya mencionamos antes. Por lo tanto, al haber una población inferior, la masa salarial se divide en un número menor de trabajadores.



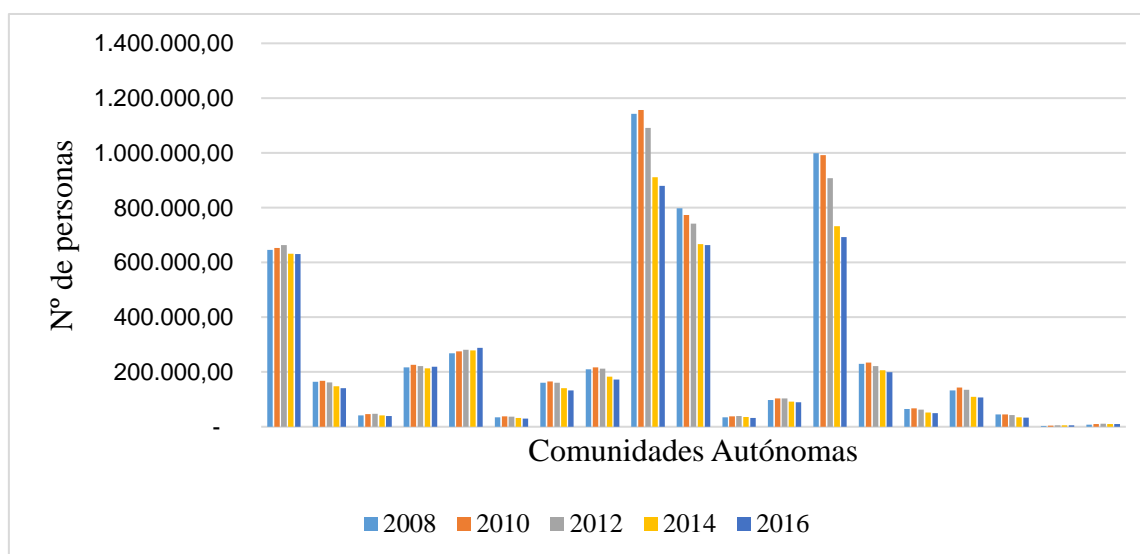
Otra opción para darle una explicación a este aumento salarial en la población no nacional, como ya mencionamos antes, puede ser que los no nacionales que decidieron permanecer en el territorio español, tomaron esta decisión porque poseen mayor cualificación y formación que aquellos otros no nacionales que decidieron emigrar.

#### 4.2. PERSPECTIVA COMUNIDADES AUTÓNOMAS.

En primer lugar, al igual que con la perspectiva nacional, se ha analizado la evolución sufrida según el número de persona extranjera dentro de la población en las diferentes comunidades autónomas, seguido de este, el número de ocupados extranjeros dentro del mercado laboral en las diferentes comunidades autónomas, posteriormente la tasa de paro según la nacionalidad, por último, se ha realizado una evolución de la ganancia media por trabajador extranjero en las diferentes comunidades autónomas sin aplicar ninguna característica en concreto.

En el gráfico 10, se presenta el número de población extranjera por comunidades autónomas. Analizando este grafico se puede observar cómo esta variable ha sido totalmente inestable en todas las comunidades autónomas, sufriendo estas subidas y bajadas desde 2008 hasta 2016.

**Gráfico 10. Evolución de la población extranjera residente en España por Comunidades Autónomas desde 2008 hasta 2016**



Fuente: Elaboración propia a partir de las Cifras de Población. Instituto Nacional de Estadística.

Gran parte de las comunidades autónomas han sufrido una variación positiva en los primeros años, sin embargo, las comunidades autónomas con mayor número de inmigrantes son las que han tenido una variación negativa desde comienzo de la crisis, como se puede comprobar Cataluña, la comunidad de Madrid y la comunidad de Valencia son las comunidades con un mayor descenso siendo de un 23%, 30% y 17,7% respectivamente con respecto al año 2008. Sin embargo, también es cierto que comunidades como Ceuta o Melilla, durante la crisis

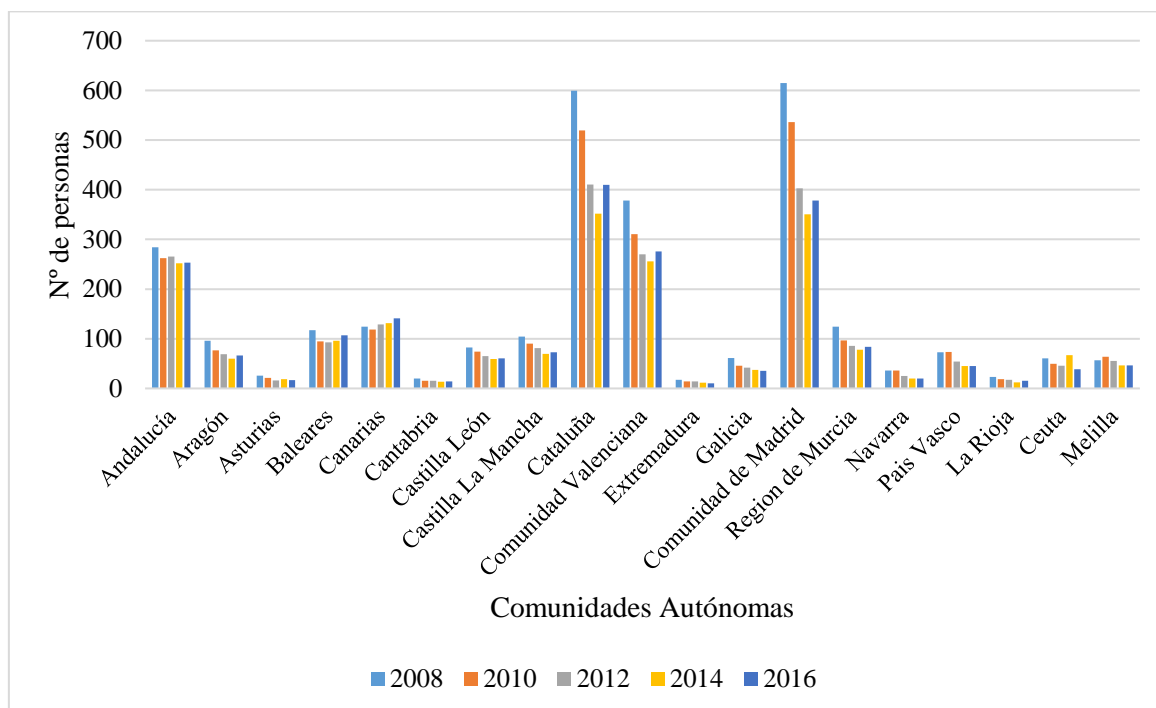
económica han subido de manera importante los números de población extranjera siendo de un 37% mayor que 2008 en Ceuta y de un 30% en Melilla. Pero en cómputo general, gran parte de las comunidades autónomas han bajado sus números de población extranjera sobre todo a partir del año 2010 siendo Andalucía, Cataluña y Madrid las más afectadas en los últimos años.

Una explicación para esta situación, como ya mencionamos antes en la perspectiva nacional, es que gran parte de la población extranjera emigra a territorio español con una serie de objetivos que no han llegado a cumplir afectados por las crisis económicas, por lo que toman la decisión de emigrar a otro territorio en busca de estabilidad. Otra explicación a esta situación es que muchos extranjeros se nacionalizan, en 2014 la población de nacionalidad española aumentó en 156.872 y esto se debe, sobre todo, al proceso de adquisición de la nacionalidad española, que, según datos del INE, afectó a 205.870 ciudadanos.

A continuación, en la siguiente representación gráfica, hemos analizado la evolución del número de ocupados en España de la población extranjera por comunidades autónomas. El primer dato importante que podemos comprobar es que todas las comunidades autónomas tienen una evolución negativa desde el comienzo de la crisis económica en el año 2008, excepto las Islas Canarias que ha sido la única comunidad autónoma con una evolución constante y positiva con respecto al número de ocupados de nacionalidad no española con un 13,50% más que se traduce en 16.800 personas ocupadas. Pero como mencionábamos antes, las demás comunidades autónomas han tenido una evolución negativa, además con un descenso importante en gran parte de ellas, siendo la más afectada la comunidad de Navarra, seguida de Galicia y Extremadura, que aunque son comunidades con un bajo número de población inmigrante, han sido las más afectadas con un 46%, 42% y 41% respectivamente menos que el año 2008, es decir, casi la mitad de la población inmigrante de dichas comunidades han perdido su empleo desde 2008.

Otro dato importante es que una gran parte de las comunidades autónomas han tenido una variación positiva de la población extranjera ocupada, consiguiendo aumentar el número de ocupados en los dos últimos años, siendo la comunidad de Cataluña la que ha conseguido introducir un mayor número de personas extranjeras en el mercado laboral con un total de 58.000 personas.

**Gráfico 11. Evolución de la ocupación extranjera en España por Comunidades Autónomas desde 2008 hasta 2016**



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística.

Nota: Datos expresados en miles de personas

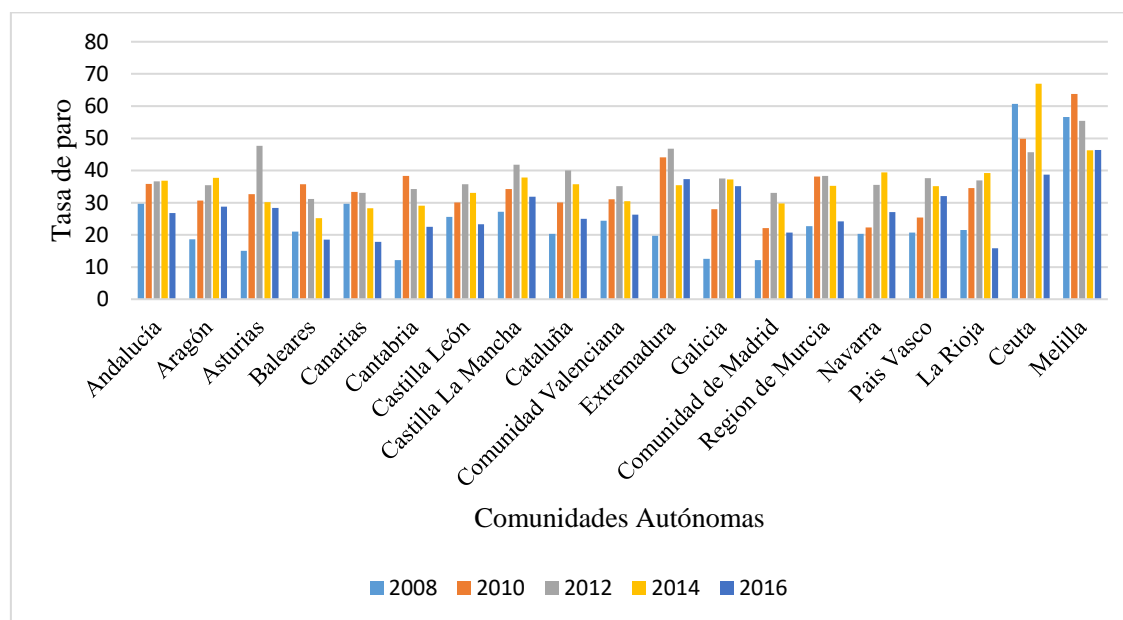
Otras comunidades como Andalucía y las Islas Baleares, han tenido una evolución un tanto inestable con subidas y bajadas, ambas son las comunidades, aunque también con variación negativa, han conseguido mantener el número de ocupados desde el año 2008, una explicación a esto puede ser que al ser dos comunidades donde el sector más ofertado es el sector servicio y como ya mencionamos antes, gran parte de la población proveniente de otros países y sobre todo de la zona latinoamericana, tiene una cualificación formativa baja.

En conclusión, los inmigrantes son un colectivo muy vulnerable a la pérdida de empleo, no sólo por su situación laboral, al tener en la gran mayoría contratos temporales o un nivel bajo de capital humano, sino también por los sectores en los que están trabajando, que son los más afectados por la crisis.

Analizando la evolución de la tasa de paro de la población extranjera en las diferentes comunidades autónomas desde el comienzo de la crisis, se puede comprobar cómo más de la mitad de las comunidades han tenido una evolución negativa con respecto al año 2008. También es cierto, que a partir del año 2012 comienzan una variación positiva teniendo un descenso de la tasa de paro en gran parte de las comunidades autónomas. Siendo Asturias, Extremadura, Ceuta y Melilla las comunidades con una mayor recuperación en estos años, aunque en el caso de Asturias y Extremadura aun teniendo esta recuperación siguen teniendo una evolución

negativa con respecto al año 2008. Sin embargo, debido al fuerte impacto que tuvo la crisis de 2008 a 2010 podemos ver que la variación es totalmente negativa, teniendo la mayor subida de paro en todas las comunidades autónomas.

**Gráfico 12. Evolución de la tasa de paro extranjera en España por Comunidades Autónomas desde 2008 hasta 2016**



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Población Activa. Instituto Nacional de Estadística.

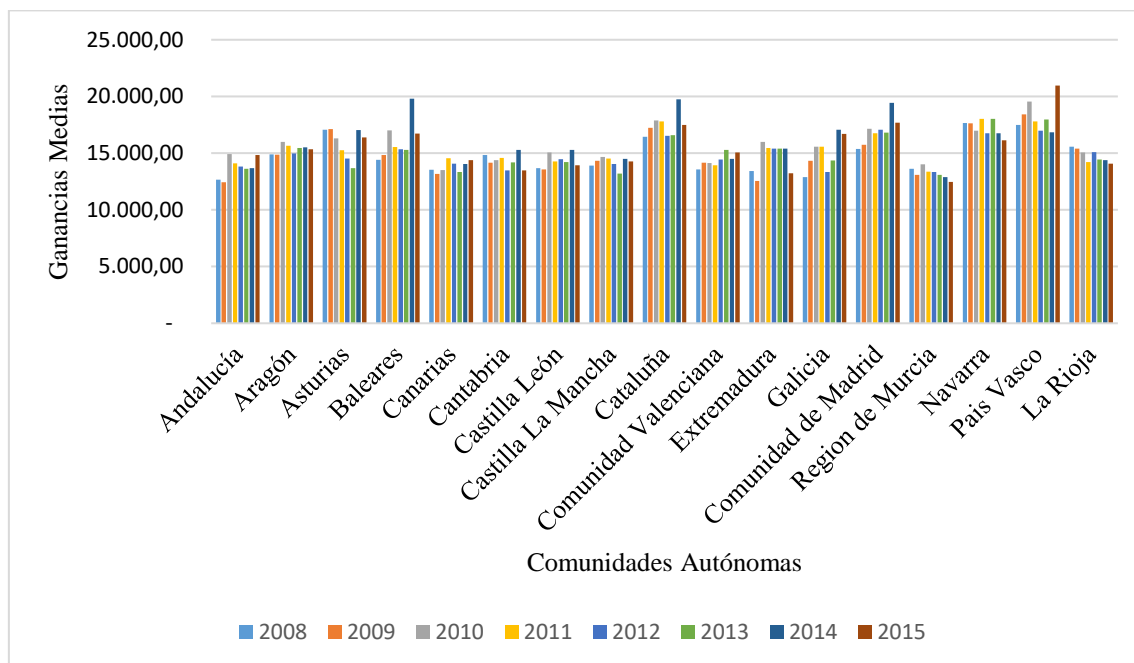
Según Thomas Liebig (2015), en su informe para la OCDE, “los inmigrantes son más sensibles al ciclo económico en todos los países, tanto para bien como para mal. Vemos por ejemplo cómo en Alemania la tasa de empleo ha aumentado más en este colectivo que entre la población en general. Y en España ha ocurrido lo contrario. También observamos que ante la recuperación que ya estamos notando en España se pueden beneficiar más rápidamente”

Otro de los problemas que afecta a los trabajadores inmigrantes y a sus familias es el menor nivel educativo. España registra la segunda peor puntuación en cuanto a alfabetización de inmigrantes, con un 43% de la población nacida en el extranjero con un nivel de alfabetización básico.

Por otro lado, a partir del año 2012, como hemos mencionado antes, la tasa de paro comienza a tener una importante mejora, la explicación que se le puede dar a esto, además de haber una mejora de las condiciones económicas y del mercado laboral, es que España, además de los procesos de nacionalización en esta época ya mencionados antes, según Leralta (2015), en el periódico “El Mundo”, “varios estudios observan que España comienza atraer población inmigrante más cualificada, la inmigración no llega ya fundamentalmente a sectores cíclicos como la construcción, sino que se extiende por toda la economía”.

Por último, en el gráfico 13, analizamos la ganancia media de los trabajadores extranjeros en el territorio español por comunidades autónomas, excepto Ceuta y Melilla, al no encontrar datos en la fuente secundaria de estas dos ciudades autónomas.

**Gráfico 13. Evolución de la Ganancia Media de la población extranjera en España por Comunidades Autónomas desde 2008 hasta 2015**



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Estructura Salarial. Instituto Nacional de Estadística.

Nota: Datos expresados en euros (€)

En primer lugar, gran parte de las comunidades autónomas han tenido una evolución positiva con respecto a los sueldos del año 2008. Destacando por encima del resto, Andalucía, Navarra y el País Vasco, siendo estas comunidades donde los trabajadores extranjeros han obtenido una mayor evolución positiva con respecto a 2008, traduciéndose en 17,3%, 29.5% y 20% más respectivamente en cuanto a ganancias salariales.

También, otro dato importante es que, aunque hayan tenido una variación final positiva un gran número de comunidades autónomas, hay que decir que han tenido una evolución muy inestable de constantes subidas y bajadas, la población extranjera más afectada ha sido aquella que pertenecía a las comunidades La Rioja, Murcia y Cantabria, estas tres son aquella que han tenido la evolución más negativa.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), los inmigrantes en España son los que se encuentran en la escala salarial más baja. Los extranjeros se concentran en los niveles salariales más bajos, participando de esta característica también los españoles con doble nacionalidad. Una explicación a esto, es que los sueldos más bajos se registran en el trabajo doméstico, la hostelería o en otros servicios, trabajos elaborados en gran parte por trabajadores inmigrantes.

Con respecto a la evolución positiva que ha experimentado un gran número de comunidades autónomas en relación a las ganancias medias de un trabajador extranjero, como ya mencionamos antes puede venir provocado porque poco a poco se esté recuperando la economía, y también porque la población que está recibiendo España en estos últimos años y la que ha aguantado el impacto de la crisis tienen mayor cualificación o nivel formativo y por lo tanto se distribuyen por otros sectores donde los salarios son más elevados.

#### 4.3. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN DE SPEARMAN.

El coeficiente de correlación de Spearman muestra una asociación entre variables. Este coeficiente permite obtener un coeficiente de asociación entre variables que no se comportan normalmente, entre variables ordinales. Se calcula en base a una serie de rangos asignados. Los valores van de - 1 a 1, siendo 0 el valor que indica no correlación. Para calcular el coeficiente de Spearman hemos seleccionado la tasa de paro de la población extranjera en las distintas comunidades autónomas desde 2008 hasta 2016. Hemos seleccionado estas variables porque son objeto de estudio de nuestro trabajo.

**Tabla 1. Tasa de paro de la población extranjera en España por Comunidades Autónomas desde 2008 hasta 2016.**

Año	2008	2010	2012	2014	2016
Andalucía	29,67	35,8	36,66	36,79	26,81
Aragón	18,62	30,63	35,41	37,67	28,8
Asturias	15,05	32,64	47,62	30,13	28,4
Baleares	21,01	35,68	31,2	25,23	18,47
Canarias	29,65	33,3	33,05	28,31	17,82
Cantabria	12,12	38,32	34,19	29,1	22,48
Castilla León	25,53	30,08	35,68	33,08	23,33
Castilla La Mancha	27,13	34,28	41,82	37,81	31,87
Cataluña	20,27	30,03	40,03	35,73	25,02
Comunidad Valenciana	24,36	31,09	35,13	30,42	26,26
Extremadura	19,72	44,11	46,75	35,46	37,29
Galicia	12,56	27,96	37,51	37,21	35,13
Comunidad de Madrid	12,17	22,06	33,01	29,8	20,69
Región de Murcia	22,67	38,09	38,3	35,27	24,22
Navarra	20,27	22,33	35,55	39,39	27,08
País Vasco	20,66	25,4	37,65	35,17	32,01
La Rioja	21,54	34,56	36,88	39,16	15,86
Ceuta	60,72	49,86	45,71	67,01	38,75
Melilla	56,63	63,8	55,44	46,25	46,41

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Estructura Salarial. Instituto Nacional de Estadística.

**Tabla 2. Puesto ocupado en una ordenación de mayor a menor de la tasa de paro.**

<b>Año</b>	<b>2008</b>	<b>2010</b>	<b>2012</b>	<b>2014</b>	<b>2016</b>
<b>Andalucía</b>	3	6	11	8	10
<b>Aragón</b>	15	13	14	6	7
<b>Asturias</b>	16	11	2	15	8
<b>Baleares</b>	10	7	19	19	17
<b>Canarias</b>	4	10	17	18	18
<b>Cantabria</b>	19	4	16	17	15
<b>Castilla León</b>	6	14	12	13	14
<b>Castilla La Mancha</b>	5	9	5	5	6
<b>Cataluña</b>	12,5	15	6	9	12
<b>Comunidad Valenciana</b>	7	12	15	14	11
<b>Extremadura</b>	14	3	3	10	3
<b>Galicia</b>	17	16	9	7	4
<b>Comunidad de Madrid</b>	18	19	18	16	16
<b>Región de Murcia</b>	8	5	7	11	13
<b>Navarra</b>	12,5	18	13	3	9
<b>País Vasco</b>	11	17	8	12	5
<b>La Rioja</b>	9	8	10	4	19
<b>Ceuta</b>	1	2	4	1	2
<b>Melilla</b>	2	1	1	2	1
<b>Coeficiente de Spearman</b>		0,45	0,39	0,57	0,62

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta de Estructura Salarial. Instituto Nacional de Estadística.

En la primera tabla hemos representado la tasa de paro de la población extranjera de cada una de las comunidades autónomas pertenecientes al territorio español en un rango de tiempo que va desde 2008 hasta 2016. De elaboración propia, con datos obtenidos de la encuesta de población activa realizada por el Instituto Nacional de Estadística. En segundo lugar, en la siguiente tabla hemos ordenado de forma numérica los valores representados en la primera tabla con un rango del 1 al 19 que es el número de comunidades autónomas que tiene España, dándole el número 1 a la comunidad con una mayor tasa de paro y el número 19 a la comunidad con menor tasa de paro, este proceso se ha realizado por cada par de años, quedando representado el resultado en la tabla número 2.

Realizado esto, pasamos a observar los resultados obtenidos, donde observamos que la tabla número 2 señala que ha existido un flujo continuo de inmigrantes de una comunidad a otra, esto puede ser debido a que la población extranjera iba en busca una mejora económica y al no tener lazos familiares que les impidiesen su movilidad geográfica, pues han podido ir cambiando de comunidades autónomas en busca de sus objetivos. Siendo las comunidades de Ceuta y Melilla

las que acaparan los primeros puestos en todos los años, al contrario de Madrid que siempre ha mostrado una de las tasas de paro más baja. Algunas comunidades han experimentado grandes cambios, como es el caso de Canarias que ha tendido a empeorar, y de Galicia que ha tendido a mejorar.

Dicho esto, como se puede observar, en la tabla hemos introducido ya los valores del coeficiente de Spearman, este coeficiente se obtiene a través de la siguiente formula:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{r(r^2 - 1)}$$

Siguiendo los parámetros mencionados antes, se puede decir que tienden a ser por regla general un coeficiente positivo moderado fuerte, especialmente en los periodos de 2012-2014 y 2014-2016, sin embargo, durante el periodo de 2010-2012 el coeficiente es mucho menor, por lo que la ordenación de las comunidades sufrió unos cambios mayores. Otro dato a tener en cuenta, es que en todos los pares de años el coeficiente ha sido positivo.

Si comparamos la ordenación del año 2008 con la ordenación del año 2016, se puede observar como solo 3 comunidades, Aragón, Asturias y Galicia, han sufrido cambios significativos mejorando sus posiciones en 8, 8 y 13, respectivamente, sin embargo, Castilla León y La Rioja han sido las dos comunidades que han sufrido un mayor descenso con 8 y 10 posiciones, respectivamente. Las posiciones de las 14 comunidades restantes han experimentados cambios más pequeños.

En conclusión, como hemos podido observar muy pocas comunidades son las que han experimentado cambios importantes en sus posiciones, y la correlación entre los diferentes pares de años siempre ha sido positiva, siendo el valor más bajo en el periodo de 2008-2010 y siendo el mayor valor en el último periodo.

## 5. CONCLUSIONES.

En este trabajo de fin de grado podemos mostrar las diferencias existentes en la evolución de la inmigración en España desde el inicio de la crisis económica. Este concepto ha sido analizado desde un punto de vista jurídico y también desde un punto de vista económico.

En relación a la evolución sufrida, podemos decir que la variación experimentada ha sido completamente negativa con respecto a los niveles de población, de ocupación y de tasa de paro



que se encontraban en el año de inicio de la crisis económica, exceptuando una de las variables como es la ganancia media por trabajador extranjero, siendo esta la única que ha experimentado una variación positiva con respecto al año 2008. Dicho esto, aun siendo positiva la evolución, los salarios han sufrido una evolución totalmente inestable, de subidas y bajadas, durante los años de estudio. Por otro lado, volviendo a las primeras variables, como decía Thomas Liebig (2015), en su informe para la OCDE, “los inmigrantes son más sensibles al ciclo económico en todos los países, tanto para bien como para mal”, queriendo decir con esto que los trabajadores extranjeros han sido los que han sufrido más el impacto que tuvo la crisis económica, de ahí estas evoluciones negativas, los inmigrantes llegaron al territorio español con unos objetivos, siendo estos en su mayoría el de mejorar su situación económica, pero debido a que España es un territorio cuya población entrante era, en su mayoría, menos cualificada a la española, unido al impacto de la crisis, se tradujo en un número de ocupados extranjeros bastante bajo, produciendo esto, que emigraran a otros países en busca de estos objetivos o de al menos una mayor estabilidad, de ahí ese descenso tan importante de la población extranjera en España desde 2010, sin olvidarnos de mencionar, que también otro motivo de este descenso poblacional es el aumento de las nacionalizaciones, ya que muchos también han llegado a cumplir con los diferentes requisitos necesarios para nacionalizarse.

En segundo lugar, en relación a que los salario en España ha evolucionado positivamente, esto no significa que las ganancias medias de todos y cada uno de los extranjeros hayan aumentado debido a que esto depende de diferentes factores como son las características personales de los trabajadores y del puesto de trabajo, la cualificación como ya nombramos antes, lazos familiares que les permitan libertad con respecto a la movilidad geográfica para trabajar en una zona o en otra, etc.

Por último, realizando una visión general, la inmigración aun habiendo evolucionado negativamente a lo largo de estos años, está obteniendo resultados positivos en todas las variables en relación a los dos últimos años, como decía Leralta (2015), en el periódico “El Mundo”, “varios estudios observan que España comienza atraer población inmigrante más cualificada, la inmigración no llega ya fundamentalmente a sectores cíclicos como la construcción, sino que se extiende por toda la economía”, y esto se debe a una mejora en la economía, queriendo decir con esto, a que si la economía crece de manera positiva conlleva a que la población inmigrante vaya obteniendo resultados positivas ya no solo en la parcela de los salarios, sino también en la entrada de población extranjera que de nuevo comienzan a ver su futuro en España, también en el aumento del número de ocupados o en la reducción de la tasa de paro. Queriendo decir con todo esto, que, aunque la evolución haya sido negativa en muchos aspectos, se están dejando ver pequeños rayos de luces en estos últimos años tanto para la población inmigrante como para la economía española.

## 6. BIBLIOGRAFÍA.

- Amuedo-Dorantes, C. y De la Rica, S. (2009). La capacidad de respuesta de los inmigrantes a las condiciones del mercado laboral y su impacto en las disparidades regionales de empleo: evidencia de España. *SERIEs* (1).

- Arévalo Quijada, M, T. (2004). Efectos macroeconómicos de la inmigración: breve referencia al caso de Andalucía. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://old.aecr.org/web/congresosAACR/2004/>

- Arizpe, Lourdes. (1980). *La migración por relevos y la reproducción social del campesinado*. México, D. F.: Centro de estudios sociológicos, El Colegio de México, p. 6.

- Boletín Oficial del Estado (2009). Ley Orgánica 2/2009, de 11 de diciembre, de reforma de Ley Orgánica 4/2000, de 11 de enero, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2009-19949>

- Campbell, M., Stanley, B. y David, M. (2007). *La movilidad, la inmigración y la eficiencia*. En *Economía Laboral* (270-296). Madrid, España: Mc Graw Hill.

- Consejo de la juventud de España (1983). *Como está el tema sobre la inmigración*. Recuperado de <http://www.cje.org/es/en-que-trabajamos/inmigracion/como-esta-el-tema/como-esta-el-tema-sobre-la-inmigracion/>

- De la Rica, S. (2010). *¿Complementos o sustitutos? Especialización de tareas por género y natividad en España*. Trabajo fin de grado. Universidad del País Vasco, Bilbao, España.

- El puzle de la productividad y la competitividad. (05 de julio de 2009). EL PAIS. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2009/07/05/negocio/1246799673\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2009/07/05/negocio/1246799673_850215.html)

- El sector servicios da empleo al 67% de los inmigrantes ocupados. (28 de marzo de 2003). EL PAIS. Recuperado de [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2003/03/28/economia/1049100368\\_850215.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2003/03/28/economia/1049100368_850215.html)

- Gómez Walteros, J. (2010). LA MIGRACIÓN INTERNACIONAL: TEORÍAS Y ENFOQUES, UNA MIRADA ACTUAL. *Semestre Económico*, 13 (26), 81-99.
  
- González, C. (2009). Inmigración y Seguridad Social en España. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://nadaesgratis.es/wp-content/uploads/Gonzalez-Conde-and-Boldrin.pdf>
  
- Guzmán Castelo, E. 2005. *Logros y retos del Frente Indígena Oaxaqueño Binacional: una organización para el futuro de los migrantes indígenas. Tesis Licenciatura. Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.*
  
- Instituto Nacional de Estadística (2016). Cifras de población. Recuperado de [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176951&menu=resultados&idp=1254735572981](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=resultados&idp=1254735572981)
  
- Instituto Nacional de Estadística (2016). Encuestas de Estructura Salarial. Recuperado de <http://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=1486&capsel=1488>
  
- Instituto Nacional de Estadística (2016). Encuestas de Población Activa. Recuperado de [http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176918&menu=resultados&idp=1254735976595](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=resultados&idp=1254735976595)
  
- La crisis “expulsa” a un millón de extranjeros. (26 de junio de 2015). EL MUNDO. Recuperado de <http://www.elmundo.es/espana/2015/06/26/558c4e4aca474162708b45a7.html>
  
- Los inmigrantes son el 12% de la población y absorben el 6,8% de los servicios sociales. (05 de mayo de 2011). LA VANGUARDIA. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vida/20110505/54149365302/los-inmigrantes-son-el-12-de-la-poblacion-y-absorben-el-6-8-de-los-servicios-sociales.html>
  
- Martínez Ortega, R., & Tuya Pendás, L., & Martínez Ortega, M., & Pérez Abreu, A., & Cánovas, A. (2009). *El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización*. Revista Habanera de Ciencias Médicas, 8.

- Medina, E., Herrarte, A. y Vicens, J. (2010). INMIGRACIÓN Y DESEMPLEO EN ESPAÑA: IMPACTO DE LA CRISIS ECONÓMICA. *ICE* (854). 37-48.
- Naciones Unidas (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. Recuperado de [http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR\\_Translations/spn.pdf](http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf)
- Otero, J. V. (2005). Impacto económico de la inmigración sobre el mercado laboral. Una revisión. Trabajo fin de grado. Universidad autónoma de Madrid, Madrid, España.
- Peña, A. (2012). Inmigrantes ilegales: concepto infame. Responsables y deshonorados. *Revista de derecho migratorio y extranjería* (29), 87-116.
- Red Europea de migraciones (2010). *Migración temporal y circular: evidencia empírica, políticas actuales y opciones futuras en España*. Recuperado de [http://extranjeros.empleo.gob.es/es/redeuropeamigracion/Estudios\\_monograficos/ficheros/EMN-ES-Migracion-Circular.pdf](http://extranjeros.empleo.gob.es/es/redeuropeamigracion/Estudios_monograficos/ficheros/EMN-ES-Migracion-Circular.pdf)
- Ruiz de Lobera, M. (2004). Inmigración, diversidad, integración, exclusión: conceptos clave para el trabajo con la población inmigrante. *Injuve* (66), 11-22.

II Congreso Virtual Internacional Economía, finanzas y contextos organizativos: nuevos retos  
(julio 2018)

## **LOS MILLENNIALS Y EL MARKETING: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO**

**Blanca Mª Olmedo Arias**

**María Paula Lechuga Sancho**

Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Cádiz

## 1. Resumen y palabras clave

En el siguiente trabajo se hace un recorrido hasta el año 2018 de cómo se vincula el término millennials al marketing ya que esta parte de la población está empezando a ser el presente y espera ser el futuro del consumo.

Ha sido recopilada una base de datos de 150 artículos centrados en el campo publicados en revistas incluidas en las bases de datos, Abi Inform y Scopus. Se han empleado métodos y técnicas bibliométricas con el fin de detallar el desarrollo de la actividad científica, las principales temáticas de estudio, las metodologías empleadas, autores y países más productivos y, los contenidos analizados más relevantes con el propósito de detallar la evolución de la literatura y así precisar el estado actual de este campo.

Este documento ofrece a los profesionales de marketing información sobre cómo afecta el marketing a los millennials y algunas estrategias a seguir con ellos además, es el primer estudio bibliométrico que aborda el tema.

Palabras clave:

Marketing, Millennials, Generación Y, Análisis bibliométrico

## 2. Abstract y keywords

In the following work a journey is made until 2018 of how the term millennials is linked to marketing since this part of the population is beginning to be present and expects to be the future of consumption.

A database of 150 articles focused on the field, published in journals included in the databases, Abi Inform and Scopus, has been compiled. Bibliometric methods and techniques have been used to detail the development of scientific activity, the main topics of study, the methodologies used, authors and most productive countries, and the most relevant content analysed in order to detail the evolution of the literature and thus specify the current status of this field.

This document offers marketing professionals information on how marketing affects millennials and some strategies to follow with them, it is the first bibliometric study that addresses the issue.

Keywords:

Marketing, Millennials, Generation Y, Bibliometric analysis

## Introducción

Desde la orientación del comportamiento del consumidor, tiene un gran atractivo conocer cómo se organizan, unen, compran o actúan los diferentes grupos de edades existentes. Si hablamos de generaciones podemos encontrar, la misionera, la perdida, la gran generación, la silenciosa, los baby boomers, la X, los millennials y la Z. En los últimos años ha surgido un creciente interés por el estudio de un colectivo concreto, los millennials.

Cuando se habla de millennials o generación Y, se refiere a los nacidos entre el año 1980 y el 2000, el comienzo del nuevo milenio. Su tamaño está entre 31 y 70 millones de personas en todo el mundo (Lazarevic, 2012). El término millennial es una palabra inglesa que procede del latín, significa literalmente “perteneciente o relativo al milenio”. Fue acuñado en 1987 por los estadounidenses William Strauss y Neil Howe, los mismos que en el 2000 escribieron el libro *Millennials Rising: The Next Great Generation*, por su parte, generación Y apareció por primera vez el 30 de agosto de 1993 en la editorial Advertising Age en la que se discutía cómo comercializar productos a los jóvenes que venían detrás de la generación X (Jackson y Hogg, 2010).

Actualmente, esta parte de la población tiene entre 18 y 36 años y son personas que se sienten con derechos y empoderadas, con preocupación por lo que les rodea. Es un colectivo con necesidad de ser líderes tempranamente, para ellos es importante sentir que forman parte de un grupo y son la generación en la que las mujeres están consiguiendo los objetivos feministas. Necesitan un feedback inmediato, mucha información, así como, comentarios positivos además, son la primera generación que ha crecido rodeada de tecnología (Fishman, 2016).

El interés en ellos está aumentando debido a que en los años venideros el consumo será asumido por dos grupos principalmente, los millennials y los jubilados (Fede, 2016). El primer ha roto con los pensamientos y actuaciones de la generación de sus padres y podrían ser considerados como los hijos de Steve Jobs. En España, parte de esta generación ha tenido que sufrir el calificativo de NiNis (ni estudian, ni trabajan) ya que los millennials aparte de ser la generación tecnológica también han sido testigos de la mayor crisis después de la Gran Depresión. En otras ocasiones, han sido denominados



generación Yo Yo Yo porque superan con creces el nivel de narcicismo de los baby boomers.

Conociendo lo anterior, las empresas han de crear estrategias de marketing dirigidas a lidiar con los millennials. La definición de marketing puede ser vista desde una perspectiva funcional, donde la comercialización del producto o servicio trata de usar los elementos del marketing para aumentar las ventas. O bien, con una perspectiva fundamentalista es decir, ver el marketing como una filosofía empresarial buscando como objetivo a largo plazo la satisfacción del cliente (Fletcher, 1997). La segunda puede ser más completa y recoger mejor la esencia del marketing ahora, los expertos solo necesitan saber que filosofía es la óptima para la generación Y.

A partir de lo anterior, el objetivo principal del presente trabajo es, mediante el uso de métodos bibliométricos, determinar el estado y describir la evolución de la literatura que relacionan los términos millennials y marketing.

Para la consecución de este objetivo se tratará de i) identificar áreas potenciales para la investigación futura que contribuyan a la consolidación de la disciplina, ii) se evaluará la influencia de las diferentes revistas en este ámbito, y iii) se estudiarán las principales prácticas de marketing para aumentar la decisión de compra de los millennials. Todo esto servirá para obtener una visión global de la estructura intelectual en este campo (Herrera et al., 2015).

## Estado general de la investigación sobre los Millennials y el Marketing

Con la intención de plasmar una representación lo más cercana a la realidad y ampliada posible, esta sección alberga una revisión detallada de la producción científica sobre marketing y millennials. Se ha hecho uso del análisis bibliométrico, una vez recopilados artículos científicos sobre este campo y realizado un filtrado. Se ha tratado de dar respuesta a una serie de interrogantes siguiendo esta metodología: a) ¿cómo ha evolucionado a lo largo de los años el interés?, b) ¿en qué idioma se escribieron y dónde se publicaron?, c) ¿Cuáles han sido las principales temáticas expuestas?, d) ¿dónde se realizaron los estudios?, e) ¿en qué revistas se publicaron?, f) ¿cuáles han sido los autores

más productivos?, g) ¿cuáles han sido las metodologías empleadas?, h) ¿cuáles fueron los contenidos más relevantes analizados?, y ¿cuáles son las principales prácticas de marketing para aumentar la decisión de compra de los millennials?

## Metodología

Para llevar a cabo el análisis cualitativo sobre la producción científica de un determinado tema de investigación se ha de proceder a un análisis de la cantidad de artículos publicados en diferentes revistas científicas (Fernández, 1998). En este contexto, siguiendo a Norton (2000) la bibliometría es una herramienta que sirve para medir textos e información. Los métodos bibliométricos utilizan datos bibliográficos de bases de datos de publicaciones para cimentar imágenes estructurales de campos científicos (Čater y Zupic, 2015). Es por ello que en el presente trabajo se hace uso del análisis bibliométrico, sirviéndonos para determinar los aspectos cuantitativos de la producción, dispersión y utilización de la bibliografía empleada en los ámbitos que proponemos estudiar.

Bibliometría es la ciencia que examina la trayectoria y naturaleza de una materia a través de dichos documentos, centrándose en estudiar, el tamaño, el crecimiento y distribución de los textos y, la dinámica y estructura de quien los genera y usa, así como la información incluida (De Dios, Moya y Hernández, 1997).

Este análisis es conveniente porque puede aplicarse a diferentes campos del conocimiento aun así, históricamente los métodos bibliométricos han sido usados para la exploración de citas en revistas académicas porque nos proporcionan una evaluación de la literatura existente en ellas, haciendo un estudio detallado de publicaciones en un tema determinado (Ilahi et al., 2015).

Sin embargo, últimamente es más comúnmente utilizada para comprender el pasado e incluso para predecir el futuro al medir el impacto o visibilidad de un tema. Esta técnica ayuda a la exploración, organización y análisis de grandes cantidades de datos históricos que ayudan a los investigadores a establecer patrones ocultos que podrían ayudar en el proceso de la toma de decisiones (Daim et al., 2006; Lorena y Ospina, 2015).

El análisis bibliométrico nos permite analizar cuantitativamente la literatura académica a raíz de técnicas estadísticas y matemáticas (Lorena y Ospina, 2015). La información que nos proporciona sobre estructura y desarrollo es de utilidad cuando el objetivo del investigador es revisar una línea concreta de investigación, gracias a este método, se introduce rigor cuantitativo en la valoración subjetiva de la literatura (Čater y Zupic, 2015).

Los métodos bibliométricos tienen dos principales usos: el análisis del rendimiento cuyo objetivo es evaluar grupos de actores científicos y el impacto de su actividad y por otro lado, el mapeo de la ciencia cuyo objetivo es enseñar aspectos estructurales y dinámicos de la investigación científica (Cobo et al., 2011).

Siguiendo a Herrera et al. (2015) para hacer una adecuada aplicación de esta metodología, se necesita estudiar las principales variables que conciernen a la investigación por lo que, en cualquier área de conocimiento serían los siguientes principalmente:

- Año de publicación de los trabajos.
- Temática principal de estudio.
- Localización geográfica del ámbito de estudio.
- Títulos de las principales revistas en las que se ha publicado.
- Autores más productivos.
- Metodologías empleadas.
- Contenidos relevantes analizados.

## Selección de revistas objeto de análisis

Los trabajos utilizados para la elaboración de este estudio han sido identificados en revistas científicas indexadas hasta el 31 de marzo de 2018, en Abi Inform y Scopus, dos de las bases de datos de ciencias sociales incluidas dentro de la biblioteca virtual de la Universidad de Cádiz. Para ello, se empleó como criterio principal la búsqueda de trabajos en cuyos abstracts y títulos apareciese cualquier combinación (por pares) de las siguientes palabras clave utilizadas tanto en inglés como en español: “millennials” y “generación Y” con “marketing digital”, “internet marketing” y “estrategia de marketing”.

## Almacenamiento de datos

Como resultado de esta búsqueda, se identificó un total de 194 artículos, 56 artículos en Abi Inform mientras que en Scopus 138 pero, tras eliminar los artículos repetidos se obtuvo la cantidad de 150 artículos científicos que relacionan el marketing con los millennials. No importaba demasiado en que ámbito fueran relacionados estos dos conceptos ya que entre los objetivos también está determinar en qué áreas toma más importancia y se ha estudiado más sobre el tema de estudio. El software que sirvió para los análisis correspondientes al estudio bibliométrico fue Microsoft Excel con la finalidad, de disponer de una base de datos convenientemente representativa y que simplificara el estudio.

## Resultados de la revisión del estado general de los Millennials en el Marketing Digital

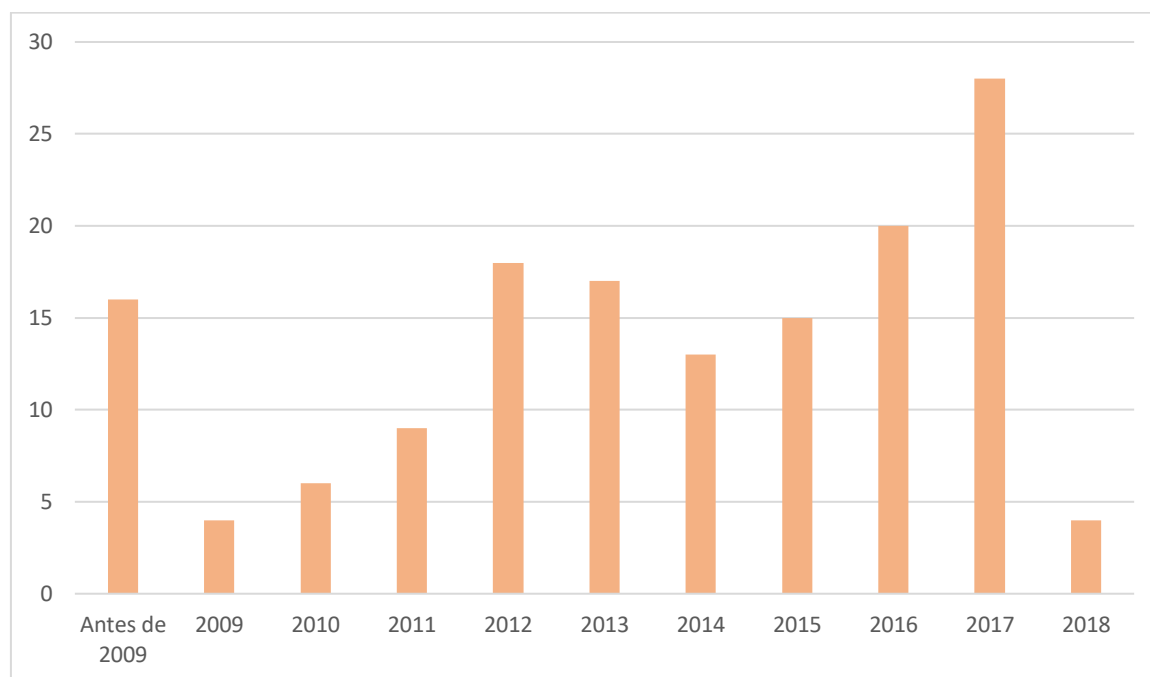
### Año de publicación de los trabajos

Dentro del estudio bibliométrico es fundamental analizar los años de publicación de los trabajos ya que nos dará una idea de cuando este tema empezó a ser estudiado, cuando ha tenido más interés y fluctuaciones a lo largo de los años.

Los términos “millennials” y “marketing” se comenzaron a relacionar en artículos de revistas científicas en el año 2000 no obstante, entre el 2000 y el 2008 aún no se publicaron demasiados trabajos al respecto. Es a partir del 2009 cuando empieza a prosperar el estudio, destacando como los más productivos los años 2012, 2013 y 2017. En el año 2018 la media de edad de la generación Y es de 28 años quizás es por eso su creciente interés ya que es ahora cuando ellos realizan las compras y son parte fundamental del consumo del mundo, empiezan a interactuar más con los bancos, a comprarse casas, a tener un poder alto de decisión además, realizan una gran mayoría de sus transacciones online. Según el INE (2018), en España a 1 de julio de 2017 había 9.916.624 personas entre 18 y 36 años. De un total de 46.549.045 habitantes que tiene el país, los millennials representan un 21,3%. Extrapolándolo a nivel mundial, en diciembre

de 2016, representaba un 26% de la población mundial con alrededor de 1,8 mil millones de millennials de los cuales 80 millones eran estadounidenses (Gavilanes, 2016). A la fecha de realización del presente texto, solo habían transcurrido tres meses del año 2018 por lo cual, aún era pronto para determinar si el interés en este tema seguía a la alza.

**Gráfica 1.** Distribución de trabajos por año



*Fuente: elaboración propia.*

Usando la herramienta que ofrece Google para seguir tendencias, si introducimos los dos conceptos de estudio, vemos su evolución desde 2004 hasta el 31 de marzo de 2018 en todo el mundo, en gráficas con una escala del 1 al 100 (siendo 100 el momento de máxima popularidad). Se realizaron dos consultas:

La primera consulta muestra las búsquedas de la generación Y entendiéndolo como tema genérico y se observa que tuvo el máximo interés en noviembre de 2016 lo cual concuerda con los datos obtenidos en la investigación donde se ve que en 2016 el interés es alto y ya en 2017 llega a su máximo. Además, se ve que hasta 2012 se ha mantenido más o menos constante y después comenzó a repuntar.

La segunda consulta fue sobre las búsquedas de millennials y marketing concretamente y se advierte que el máximo interés fue en octubre de 2017 lo que hace que coincida totalmente con los trabajos por años ya que en 2017 fue cuando la producción llegó a su

máximo. De forma parecida a la consulta anterior, hasta mediados de 2013 el interés se mantuvo constante y luego comenzó su crecimiento.

**Gráfica 2.** Interés a lo largo del tiempo de la Generación Y (como tema)



*Fuente: Google Trends.*

**Gráfica 3.** Interés a lo largo del tiempo de Millennials y Marketing



*Fuente: Google Trends.*

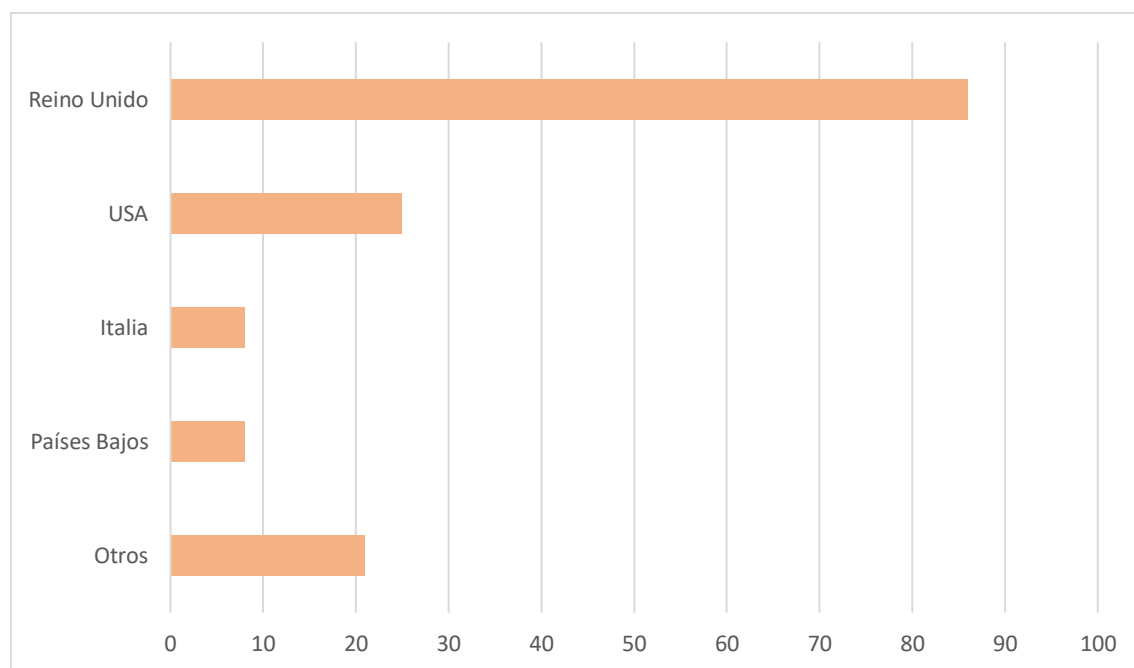
Idioma de los estudios

En este apartado se puede confirmar que el idioma de la ciencia es el inglés y aunque el marketing no es una ciencia como tal, los artículos escritos tienen la categoría de científicos. Además, la lengua común para todas las personas en el mundo es el inglés y si un artículo está escrito en este idioma tiene más posibilidades de llegar a un público más amplio y de ser más citado.

De los 150 artículos a examen en el presente trabajo, solo dos están escritos en un idioma que no es el inglés, hay un escrito en africano y otro en francés.

También hay que tener en cuenta que la gran mayoría de ellos han sido publicados en países de habla inglesa, Reino Unido y Estados Unidos, el primero principalmente. En tercera y cuarta posición, se encuentran Italia y Países Bajos. Por lo que, la inmensa mayoría de artículos han sido publicados en Europa.

**Gráfica 4.** País de publicación

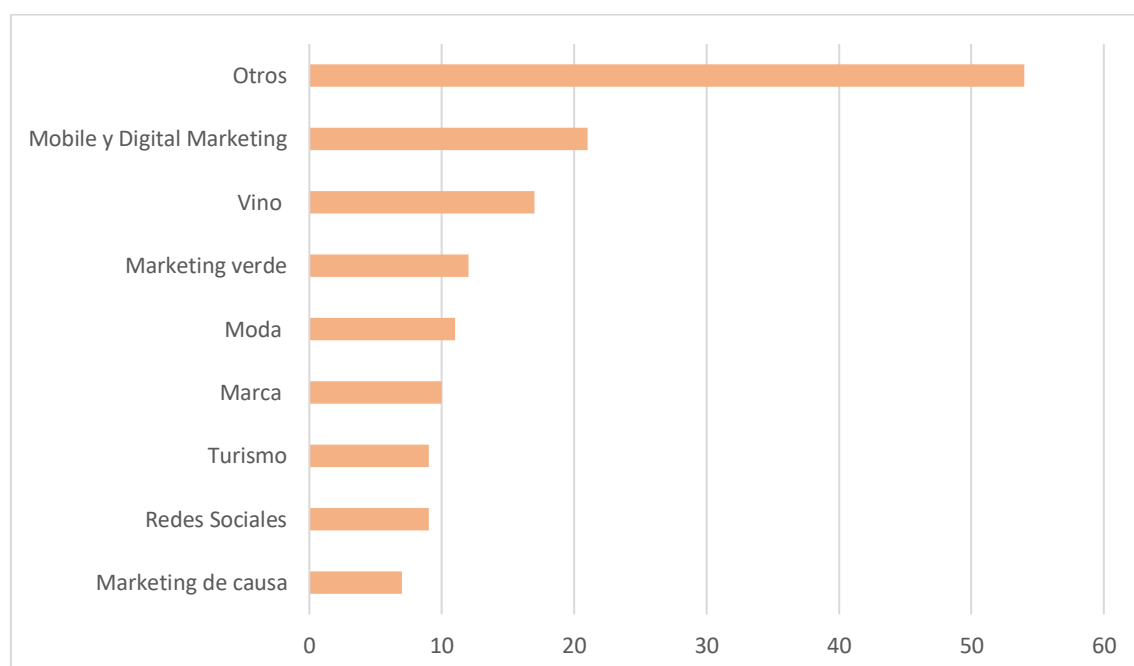


*Fuente: elaboración propia.*

## Temática principal de estudio

Respecto a las principales cuestiones de estudio analizadas, la investigación abarca múltiples direcciones debido a que no se limitaron los artículos mientras estuviesen enfocados en relacionar el marketing con la generación Y. Además, a raíz de que en los últimos años ha crecido el interés por la generación Y, muchos mercados quieren conocer cómo responden en sus casos particulares este grupo.

**Gráfica 5.** Temáticas de estudio



*Fuente: elaboración propia.*

Partiendo de la figura anterior, se observa que entre los tópicos tratados en los diferentes artículos, la mayor parte se concentra en trabajos relacionados al “Mobile y Digital marketing” (el 14% de los trabajos) fueron considerados todos aquellas aportaciones que tratasen directamente el tema del marketing online, a través de internet. El mobile marketing es cualquier transacción, que involucra la transferencia de derechos de uso de bienes o servicios o de propiedad, donde toma parte en el proceso un teléfono móvil con acceso a internet (Kim-Choy y Holdsworth, 2012) y el marketing digital es la práctica de promocionar productos y servicios usando canales de distribución digital como ordenadores o smartphones (Smith, 2012). No supone ninguna sorpresa que haya muchos estudios que relacionen a los millennials con la tecnología y la transformación digital



debido a que la generación Y se describe como la primera generación de alta tecnología, son nativos digitales y entusiastas con los avances tecnológicos, esto ellos lo ven como diferencia con las generaciones anteriores además, son los que más dinero gastan en tecnología (Eastman et al., 2014).

Por detrás se encuentran los trabajos relativos al “vino” (11,3%), en los que se estudia el consumo y promoción de vinos en millennials en diferentes localizaciones y en algunos de ellos se compara a esta generación con otras. El vino está de interés debido al crecimiento de su consumo en grandes potencias como Estados Unidos, este aumento se debe a distintos factores como la adopción del vino como bebida para distintas ocasiones en las que participan los millennials, la calidad de los vinos disponibles a diferentes precios y la aceptación de la sociedad del consumo moderado de vino como algo saludable (Geringer et al. 2014).

El tercer lugar lo ocupa el “marketing verde” (8%), esto no resulta sorprendente ya que últimamente la corriente verde y ecológica está tomando un fuerte impulso y en los millennials no iba a ser diferente ya que están muy involucrados con las causas sociales y el mantenimiento del medio ambiente. Las empresas dieron respuesta a esta inquietud creando y comercializando productos que son más afines al punto de vista ambiental y además, creen que este segmento de jóvenes resulta rentable y aunque los productos tienen una imagen positiva no todos los minoristas son capaces de enviar el mensaje apropiado (Smith, 2014).

En la siguiente posición se encuentran aquellos trabajos que se referían a “moda”. Históricamente la práctica de ir de compras ha sido relegada y atribuida a la mujer pero, en la actualidad los especialistas en marketing reconocer que ya no pueden seguir vigentes el papel del hombre como productor y el de la mujer como consumidora (Bakewell et al. 2006), por lo cual, se está redefiniendo la moda.

En quinto lugar está el término “branding” que hace referencia a la marca. Este término es bien conocido pero, el segmento de consumidores de la generación Y responde de formas diferente a lo que se hacía antes a las marcas. En los estudios analizados se trata la autenticidad, la evitación, el conocimiento, la lealtad, percepción, la personalidad, el valor y la sostenibilidad de la marca, de ahí se podrán tomar diferentes estrategias para crear una marca sólida.

El turismo también ha sido un ámbito estudiado dentro del ámbito de los millennials y no es de extrañar que dentro del ámbito turístico haya cada vez más estudios enfocados en este grupo de interés. La industria del turismo está cambiando y evolucionando debido a la transformación en el comportamiento del turista. Este nuevo tipo de turista Millennial, supondrá en el 2020 alrededor de 370 millones de viajeros con un gasto de aproximadamente 400.000 en la industria turística (UNWTO, 2016).

También hay algunos estudios que relacionan las redes sociales con el marketing y los millennials. En este contexto cabe destacar que la generación Millennial es generación con más usuarios en las redes sociales (Bowen, 2015). Un número considerable de investigadores señala que esta generación necesita compartir información y experiencias con otros y, al mismo tiempo, utilizar las opiniones de otros consumidores como un apoyo importante para la toma de decisiones (Leaks et al, 2014; Bowen, 2015; Bleedorn, 2013) y es por ello que el marketing dentro de las redes sociales es fundamental para captar clientes de esta generación.

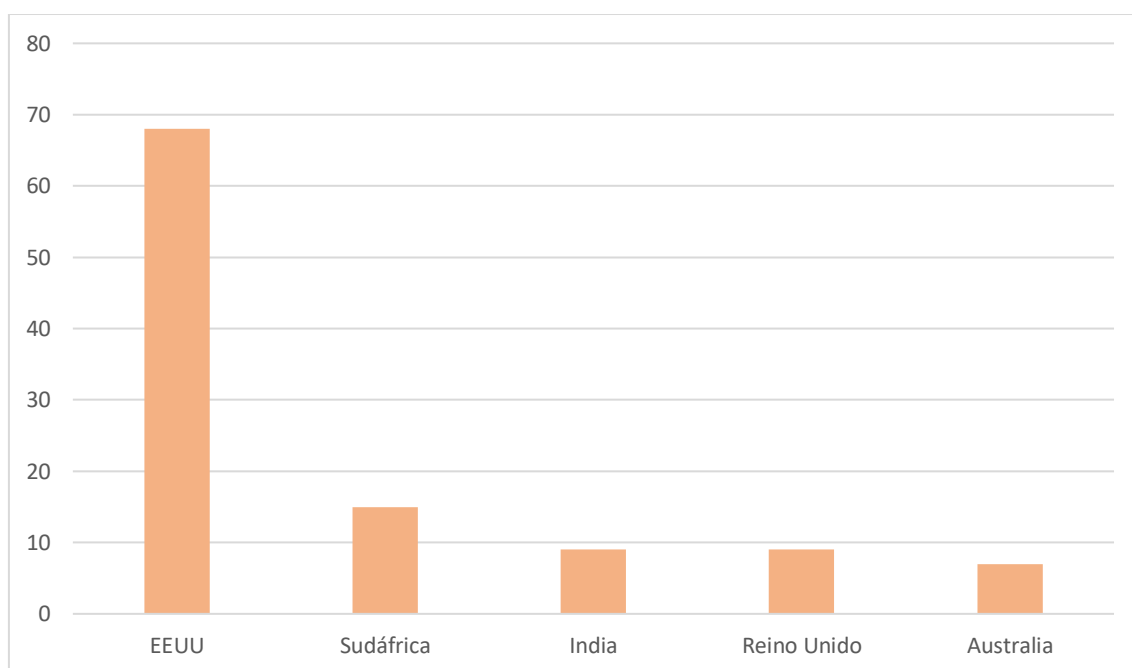
Todos ellos poseen una estrecha relación con los millennials ya que comprenden una generación de personas con inquietud por conocer el mundo y las culturas que los rodean, que necesitan viajar porque su zona de confort se les queda pequeña del mismo modo, tienen la necesidad de compartir todo lo que hacen mediante redes sociales lo cual se convierte en un elemento clave para venderles debido a que gran parte del día su atención está concentrada en ellas y por último, el marketing de causa porque es una generación comprometida con los problemas del entorno, las organizaciones sin fines lucrativas tienen cabida en la vida de los millennials solo es necesario saber llegar a ellos y las empresas que sí tienen fines lucrativos si incorporan alguna causa mejorarán su percepción.

El apartado más grande es el de “otros” que está destinado a recopilar todos los trabajos que por tener un peso escaso dentro de los temas tratados o por especificidad del mismo, no han podido ser ubicados dentro de ningún otro apartado. De este modo un tercio del total (36%) se refieren a cuestiones concretas como el lujo, la etnicidad, la salud, el marketing viral, el boca a boca electrónico, etc.

## Localización geográfica del ámbito de estudio

Otro de los aspectos considerados para la ejecución del presente texto, es la distribución geográfica de donde se realizaron los estudios de los artículos científicos usados para el análisis bibliométrico. En la tabla que se muestra a continuación, se exponen las principales zonas en las que se ha estudiado la relación entre marketing y generación Y.

**Gráfica 6.** Localización geográfica del estudio



*Fuente: elaboración propia.*

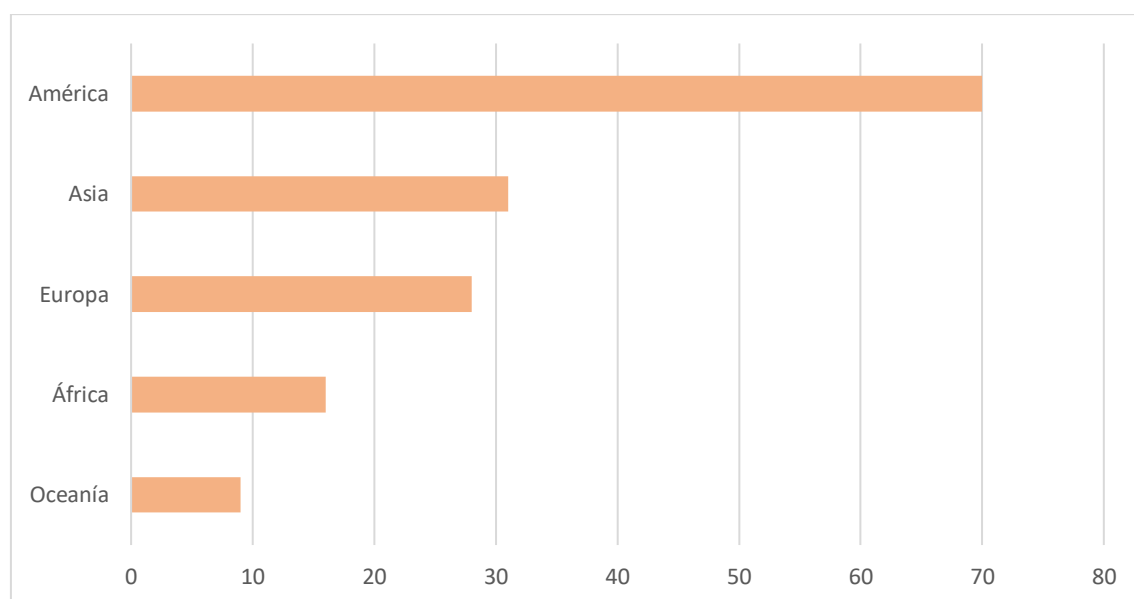
El 39,3% de las localizaciones han sido en los Estados Unidos, es necesario tener en cuenta que algunos artículos han usado más de un área geográfica de estudios además, de seis artículos los cuáles ha sido imposible conseguir la zona de estudio debido a su naturaleza bibliográfica y finalmente, uno ha sido llevado a cabo en todo el mundo. El segundo país, que más artículos tiene es Sudáfrica. Las cohortes generacionales han sido denominadas a raíz de fenómenos económicos o políticos que han sucedido primordialmente en Estados Unidos a lo largo del tiempo por lo que se hace necesario una revisión para ver si todos ellos son aplicables en el sur de África (Duh y Struwig 2015). En el caso de la generación Y, en ambos lugares se refieren al mismo intervalo de tiempo. Sin embargo, es importante destacar que parte de la generación Y sudafricana ha

sido la última en vivir en primera persona el apartheid<sup>1</sup> lo que supone un impacto en la creación de la personalidad de un ser humano y aunque no lo hayan vivido en primera persona o fuesen demasiado pequeños, han crecido con la nueva situación desde que se eliminara en 1994.

Resulta interesante que en el top 5 de países donde se han realizado las investigaciones, hay un representante por cada continente.

También se ha querido hacer una clasificación por continentes y como ya avecinada la gráfica anterior, América está a la cabeza de la investigación seguido de Asia y Europa que tienes una cantidad de artículos similares. Finalmente, a la cola se encuentran África y Oceanía respectivamente, se entiende que la extensión de Oceanía es reducida y por lo cual, sus publicaciones son menores y por otro lado África es un continente en su mayor parte subdesarrollado y principalmente la aportación científica la recibe por parte de Sudáfrica que como vimos en la figura anterior, se coloca como la segunda zona con más estudios sobre millennials y marketing.

**Gráfica 7.** Artículos por continentes



*Fuente: elaboración propia.*

<sup>1</sup> Apartheid: separación. Se refiere a lo que se vivió en Sudáfrica en 1948 cuando el Partido Nacional ganó las elecciones nacionales e implementó una legislación que aplicaba una política que se basaba en un sistema de segregación racial donde había dominación blanca y separación racial. Después de décadas de protestas por parte del Congreso Nacional africano seguida por una protesta internacional generalizada, en 1994 las primera elecciones no raciales pusieron fin al apartheid.

## Títulos de las principales revistas en las que se ha publicado

Un análisis de las revistas que han publicado sobre esta temática nos permite continuar con la consecución del análisis bibliométrico. Aunque vemos que hay muchas revistas científicas que son dedicadas específicamente al área del marketing, se ha recogido una gran cantidad de revistas diferentes de muchos ámbitos de estudio. Es importante destacar las dos revistas más repetidas que son: “Journal of Fashion Marketing and Management” y “Young Consumers”.

Con la información que se obtiene de Emerald Group Publishing, que es una editorial de revistas académicas y libros que entre las áreas que recoge están los negocios, la gestión y la educación, podemos ver cuáles son los principales intereses de las dos revistas mencionadas anteriormente. Journal of Fashion Marketing and Management, trata la gestión de la moda en todo el mundo con expertos de la industria, busca tener una revisión periódica de tendencias de consumo, las mejores prácticas de marketing, la investigación empírica, exposición de conceptos de comercio y todo ello, relacionado con los sectores mundiales de manufactura de la moda y venta al por menor. Por otro lado, Young Consumers busca hacerse como los últimos descubrimientos y la actualidad sobre el mercado de los jóvenes, lo que piensan y hacen por ello, es la única publicación que abarca una investigación profesional y académica de los problemas sociales de los jóvenes como consumidores, algunos de los temas principales son comportamiento del consumidor joven, desarrollo de nuevo producto y medios para niños.

Haciendo una revisión de los artículos que están recogidos en este estudio que han sido publicados por estas dos revistas sacamos lo siguientes títulos:

De “Journal of Fashion Marketing and Management” tenemos: Millennial consumers' status consumption of handbags, Consumer behavior of generational cohorts for compression sportswear, Exploration of factors influencing body image satisfaction and purchase intent, Generational buying motivations for fashion, UK Generation Y male fashion consciousness, Japanese consumers' need for uniqueness: Effects on brand perceptions and purchase intention, Young Generation Y consumers' perceptions of sustainability in the apparel industry y Contribution of vanity to consumer apparel advertising perception. En ellos, se relacionan a milenarios, su comportamiento de consumo (marketing) y la moda, como actúan con bolsos de mano, con ropa deportiva

compresiva, su intención de compra y que influye en la satisfacción de su imagen, las motivaciones para comprar, la conciencia de moda masculina en Reino Unido, la necesidad de singularidad de los japoneses, la sostenibilidad de la industria y cómo influye la vanidad a la percepción de la publicidad de moda.

De “Young Consumers” tenemos: Mobile marketing to millennials, Culture and behavioural intent to adopt mobile commerce among the Y Generation: Comparative analyses between Kazakhstan, Morocco and Singapore, Encouraging brand loyalty in fickle generation Y consumers, Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation, Monotony of social networking among millennial and its effect on social advertisement: a challenge to digital marketers, Personal networks as a precursor to a green future: a study of consumer socialization among young millennials from India and China, Who's your momma?, Generation Y's athlete role model perceptions on PWOM behaviour y Paradoxes and strategies of social media consumption among adolescents. En ellos, se enlaza a la generación Y, el marketing y principalmente la tecnología, pero también abarca otros temas. Los artículos recogen mobile marketing, comercio móvil comparado entre Kazajstán, Marruecos y Singapur, lealtad de marca, banca móvil, monotonía en las redes sociales y su efecto sobre la publicidad, futuro verde a través de las redes personales, madres de los millennials, atletas australianos vistos como modelo a seguir y estrategias en los medios sociales.

De esto podemos deducir la importancia que tienen sobre el marketing y los millennials dos industrias principalmente, la textil y de moda y, la tecnológica y de redes sociales.

## Autores más productivos

Desde el punto de vista académico, se ha ejecutado un análisis de qué autores han sido los más productivos, interpretando como productividad a el número de participaciones en el total de artículos recabados. Por consiguiente, como se puede observar en la tabla 3, se establece que los autores más productivos han sido Katherine Taken Smith y Nelson A. Barber, con seis y cuatro trabajos respectivamente. La primera hace sus investigaciones desde la Universidad de Murray y sus áreas de estudio son negocios, ciencias sociales y psicología el segundo por su parte, realiza sus investigaciones desde la universidad de

New Hampshire Durham y sus áreas de estudio son negocios, ciencias agrícolas y sociales.

Por parte de Smith, encontramos los siguientes artículos: Millennials' interpretations of green terminology, Longitudinal study of green marketing strategies that influences millennials, Selling to millennials with online reviews, Digital marketing strategies that millennials find appealing, motivating, or just annoying, An examination of marketing techniques that influence millennials' perceptions of whether a product is environmentally friendly y Longitudinal study of digital marketing strategies targeting millennials. De los cuáles, cuatro los firmó en solitario y dos con otro autor además, los artículos recogidos de ella son de los años 2010, 2011, 2012 (3) y 2014. Tres de ellos tratan sobre el marketing verde, como los millennials interpretan su terminología, estrategias que influyen a los millennials y técnicas de comercialización que influyen sobre la percepción de si un producto es acorde con el medio ambiente o no y los otros tres tratan sobre marketing digital, vender con reseñar, estrategias de marketing digital atractivas y molestas y, estrategias de marketing digital para millennials.

Del lado de Barber, encontramos los siguientes artículos: Measuring the influence of persuasion marketing on Young wine consumers, Selective marketing to environmentally concerned wine consumers: a case for location, gender and age, The importance of wine bottle closures in retail purchase decisions of consumers y Capturing the younger wine consumer. De los cuáles, ninguno lo firmó solo y cabe resaltar que tres los firmó junto con Christopher Taylor además, los trabajos son de los años 2008, 2009, 2010 y 2012. Los cuatro artículos relacionan el tema de estudio del presente trabajo con el mercado del vino. Se trata como capturar al consumidor joven, la importancia del cierre de las botellas, marketing selectivo para consumidores preocupados por el medio ambiente e influencia de la persuasión en jóvenes.

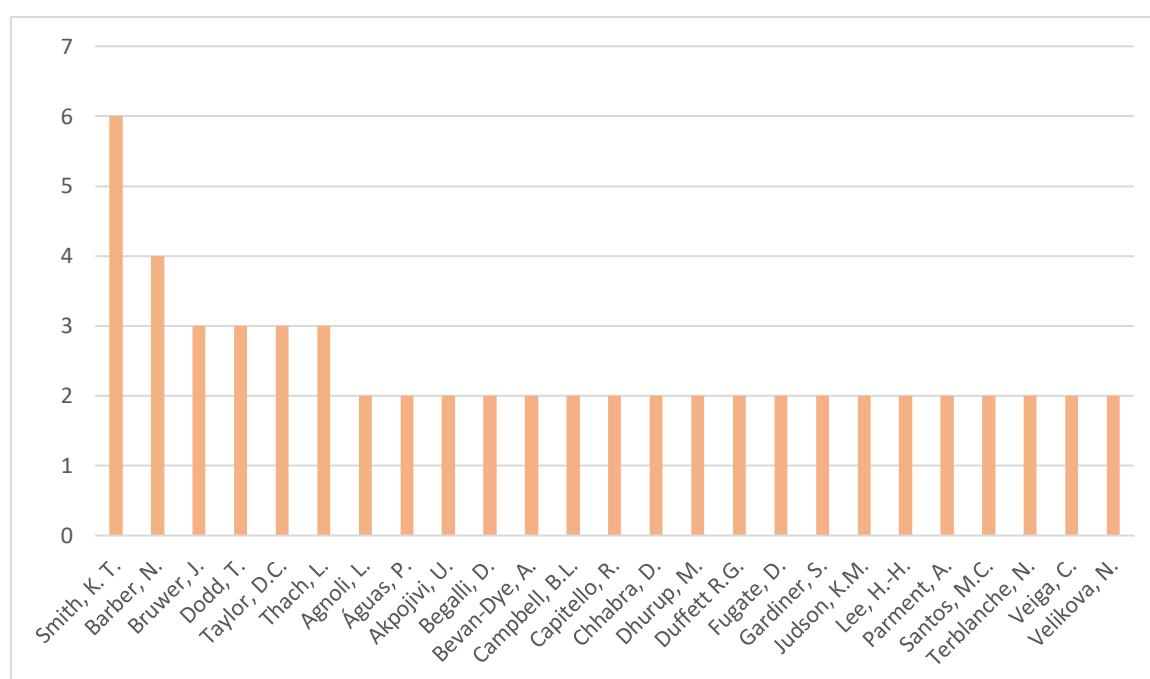
Cuando se realiza una revisión de investigación acumulada sobre un determinado tema de estudio, lo usual es hallar que la mayoría de autores que han publicado, solo lo hayan hecho en un trabajo (De Bakker et al., 2005). En este caso, esto se cumple ya que se hallaron un total de 363 autores y de ellos, 338 solo habían firmado un artículo, acaparando el 93% del total de la muestra. El 5,2% de los autores aparece en dos artículos, el 1,1% en tres y finalmente están Smith con seis y Barber con cuatro que ocupan un 0,3% cada uno.

Siguiendo la clasificación ofrecida por Crane (1969) quien establece lo siguiente:

- Grandes productores (10 o más trabajos)
- Productores moderados (5-9 trabajos)
- Aspirantes (2-4 trabajos)
- Transeúntes (1 trabajo)

De los autores identificados ninguno podría quedar encuadrado como gran productor habiendo entonces, un productor moderado, 24 aspirantes y 338 transeúntes.

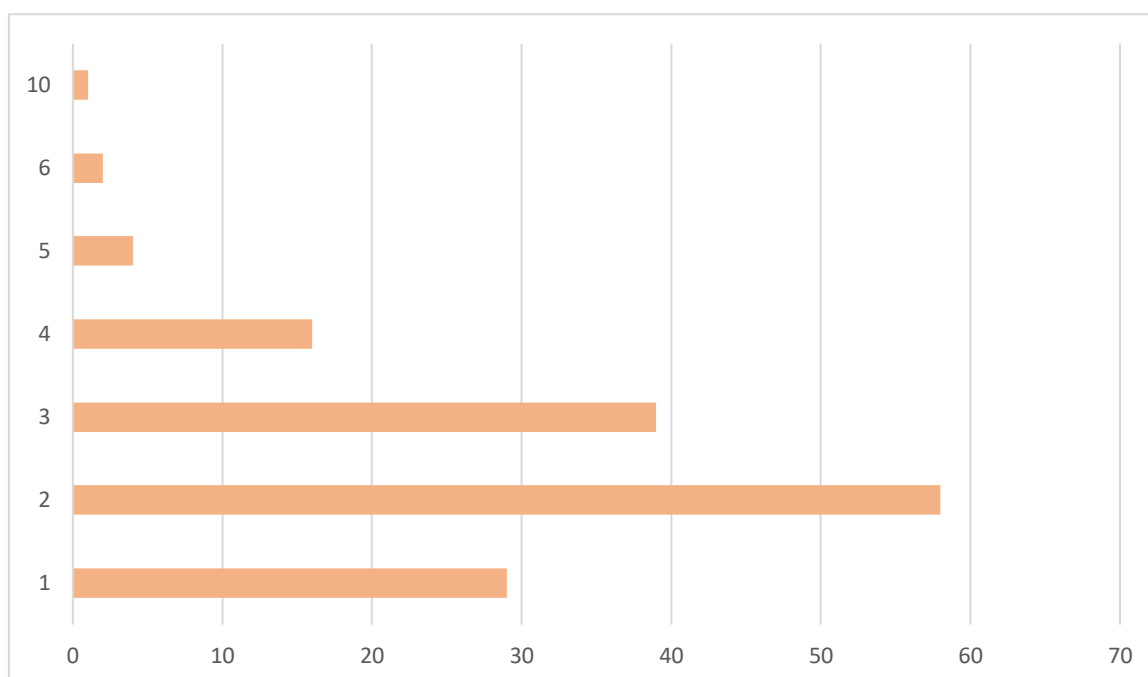
**Gráfica 8.** Autores más productivos



*Fuente: elaboración propia.*

Asimismo, un análisis de la cantidad de autores que han firmado cada artículo, permite determinar que el 84% de los trabajos han sido firmados por 1, 2 o 3 autores (tabla 4). Pero, con diferencia la mayoría de artículos están escritos por dos autores, el 38% concretamente. En ciencias sociales la media internacional es de dos autores y puede considerarse que al haber más de un autor, la calidad aumenta.



**Gráfica 9.** Número de autores por publicación

*Fuente: elaboración propia.*

## Metodologías empleadas

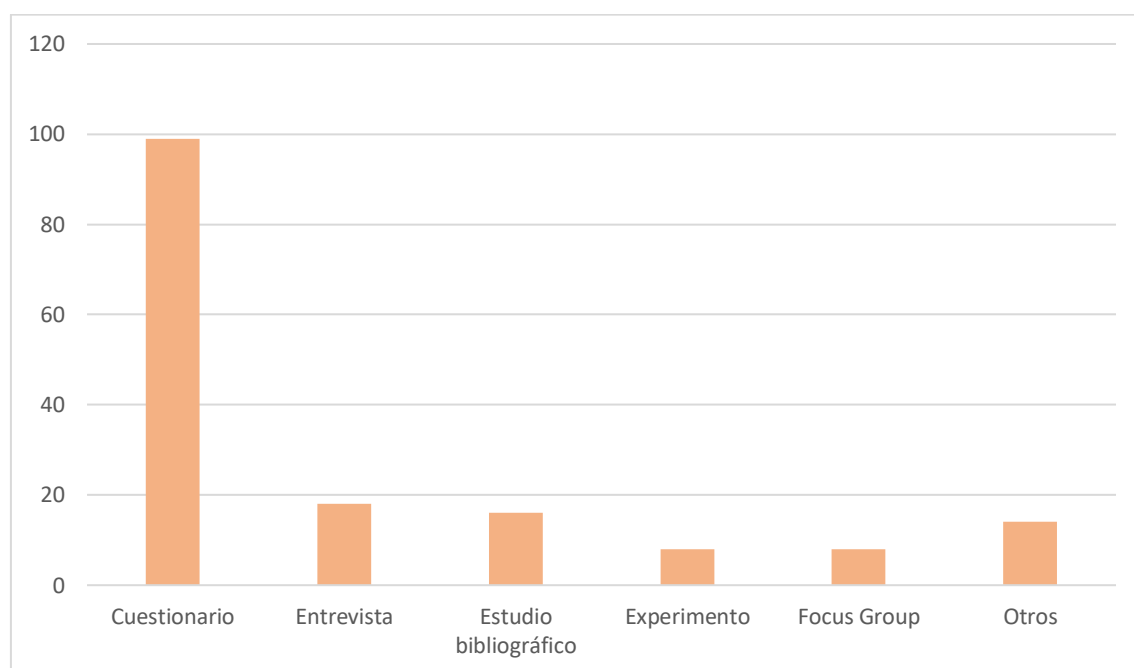
Los resultados mostrados en la siguiente tabla permiten constatar que el principal sistema de obtención de los datos, ya sea dispuesto de forma individual o combinándola con otro sistema de obtención de información, ha sido el cuestionario (61%), ya fuese de forma física o vía online que han sido el tipo primordial. Otras de las metodologías usadas, han sido las entrevistas, los estudios bibliográficos o los experimentos.

La encuesta que entra dentro de la investigación cuantitativa es una técnica de recolección en forma de cuestionario con preguntas y se consigue información de forma precisa, facilitando la cuantificación y el lenguaje. Los métodos cuantitativos como el cuestionario, se pueden realizar cuando los avances en la explicación de un nuevo tópico son reducidos, hay nuevas direcciones o para profundizar más sobre un tema (Atehortúa, Hernando Ram, y Zwerg-Villegas, A. 2012). En este ámbito, son estudios en su mayoría que se realizan por primera vez, lo cual hace encajar la elección de esta metodología.

Todos estos tipos de estudios que involucraban a personas física, han recogido la muestra de millennials principalmente de institutos y universidades por otro lado, como algunos concretos no era exclusivamente de millennials sino, comparativa con otras generaciones

también han sido estudiadas personas baby boomers o de la generación X. Es destacable que en uno de los estudios, para conocer a la generación Y en lugar de estudiarlos a ellos directamente, se estudió a sus madres debido a la alta influencia que esto supone en la educación de una persona.

**Gráfica 10.** Metodología



*Fuente: elaboración propia.*

## Contenidos relevantes analizados

Llegados a este punto de la investigación, es momento de ver cuáles han sido los contenidos relevantes analizados. La generación Y es la que comprende a los nacidos desde 1980 hasta el año 2000, y es en ese último año cuando empieza a tener interés el estudio de ellos en el marco del marketing. Desde ahí hasta hoy en día, ha ido creciendo el número siendo en 2017 cuando se ha llegado al máximo, habrá que ver si en el presente año, el 2018, y en los venideros, este tema seguirá atrayendo o no.

Se vio que el idioma en el que se estudia esta disciplina y las ciencias sociales en general, es el inglés y que los principales países que publican trabajos son Reino Unido en primer lugar y Estados Unidos en segundo.

Dentro de las temáticas de estudio ha habido una gran heterogeneidad pero, destacando los siguientes tópicos: mobile y digital marketing, vino, marketing verde, moda, branding, turismo, redes sociales y marketing de causa. Todos los temas eran bastante predecibles en relación con los millennials quizás, el que puede causar una mayor disonancia es el que ocupa el segundo lugar, el vino. Sin embargo, el sector vitivinícola está haciendo una gran exploración sobre este segmento de mercado porque esta generación bebe vino y está cambiando la industria. Las demás temáticas tienen que ver con las características que se les atribuye a los millennials ya que de ellos se dice que son una generación digital, están comprometidos con el medio ambiente y con las causas sociales, su forma de comunicarse es mediante las redes sociales, son aventureros y viajeros, les gusta estar a la moda y conocen de marcas.

Las investigaciones se realizaron principalmente (y con mucha diferencia sobre las demás localizaciones) en Estados Unidos. Esto no es de extrañar ya que este país lidera la investigación en general y además, puede servir como indicador de lo que va a ocurrir después en otras áreas geográficas. El segundo y tercer lugar lo ocupan, Sudáfrica y Reino Unido, respectivamente. Sudáfrica es la primera economía del continente africano y quiere hacerse un lugar entre los grandes emergentes de ahí se entiende que eleven su inversión en investigación por otra parte, es una generación influenciada por el apartheid.

Si en lugar de mirar donde se realizaron las investigaciones por países se analiza por continentes, el resultado es que América lidera (Estados Unidos lidera la clasificación por países y hace que América como continente también lo haga), a continuación se encuentran, Asia, Europa, África y Oceanía, en ese orden.

Ha habido dos revistas que han destacado sobre las demás en la producción de este tópico, “Journal of Fashion Marketing and Management” y “Young Consumers” con 8 y 9 artículos, respectivamente. A excepción de esas dos, ha habido gran heterogeneidad en las revistas ya que han sido muchos los campos implicados. Algo parecido ocurrió con los autores más productivos que fueron Smith con seis artículos y Barber con cuatro. La explicación es la misma que la anterior al haber tantas áreas implicadas, son autores de distintos campos los que han hecho investigaciones. Finalmente, se analizó que la mayoría de textos estaban firmados por dos autores.

Por último, de los 150 artículos a examen, 99 han usado en su metodología el cuestionario destacando las encuestas en línea debido a que se dirigían a millennials y donde más

cómodos se sienten es en la red. Las muestras de jóvenes de la generación Y han servido para elaborar los estudios y elaborar las conclusiones de los diferentes textos. La encuesta es un método cuantitativo que permite mediante técnicas estadísticas tratar la información con números lo que facilita el estudio de la problemática.

## Principales prácticas de marketing para aumentar la decisión de compra a los Millennials

Una vez desarrollado y finalizado el estudio bibliométrico, se hacía necesario acabar la investigación con una serie de prácticas para los profesionales de marketing con el fin de incrementar la decisión de compra a los millennials.

Pero antes hay que conocer un poco más en profundidad a los individuos de la generación Y. Son el grupo más grande desde los baby boomers, la mitad de todo el gasto en la red se debe a compras hechas por los millennials, tienen una alta propensión a ser expertos en el mercado, les gusta compartir sus conocimientos y opiniones con otros consumidores y la opinión de sus pares es más creíble que la de los medios tradicionales o fabricantes (Katherine, 2012). Los expertos de marketing tienen que encontrar la manera de tratarlos porque son escépticos sobre estas prácticas ya que han crecido sobre expuestos a mensajes de marketing además, presentan desinterés a la comunicación en una sola dirección y tienen dudas sobre compartir demasiada información personal con las empresas (Martin, 2015). Son el grupo de consumidores más conscientes del medio ambiente y los que tienen estudios se preocupan por los efectos a largo plazo de los productos que influyen en su salud, comunidad y medio ambiente (Lu, Bock, y Mathew, 2013).

A continuación, se enumera una serie de prácticas para usar con los millennials:

La publicidad convencional resulta poco creíble para este grupo, ahora resulta más positivo conseguir WOM y eWOM (por sus siglas en inglés “word of mouth” y “electronic word of mouth”) positivo, es decir el convencional boca a boca (Katherine, 2012). En este caso, cuando un millennial busca por ejemplo, una habitación de hotel, lo primero que hace es indagar en los comentarios que han dejado personas que ya han estado.

Para aumentar la conciencia del producto o ganar clientes, hay que conseguir que los millennials escriban reseñas en la red, esto se puede conseguir dándoles un beneficio personal a cambio de la opinión (Katherine, 2012).

Siguiendo con lo expuesto, es primordial que se cree contenido generado por el usuario siendo esta la mejor forma para vender en esta generación. Lo ideal es que ellos creen contenido propio vinculado a la marca en cuestión por ejemplo, que un millennial suba a su cuenta de Instagram una foto mientras se toma una cerveza con amigos y use el hashtag que difunde la propia marca. Tras lo mencionado anteriormente, se encuentra el término co-creación que se refiere a publicidad generada por los clientes, desarrollo de nuevos productos y boca a boca (France, 2015). Este concepto está siendo objeto de investigación y desarrollo en el marketing actual.

Como se dice en el artículo *How to reach millennials with your marketing message* (2018), el uso de personas influyentes o más bien conocido por el término anglosajón, *influencers* ayuda a una empresa a aumentar las ventas. Ya que hay ciertas personas que han ganado fama en la redes sociales y aquello que promocionan es obtenido por sus seguidores, clásicamente este papel lo han ejercido personas famosas pero, hoy en día toman más credibilidad estos perfiles.

Si se quieren vender productos “verdes” es importante saber que lo que les lleva a no comprarlos es: la consideración de que son caros, la no diferenciación entre productos verdes y no verdes, la falta de confianza y, la creencia de que tienen menor calidad (Lu, Bock, y Mathew, 2013). Si se rompen estas barreras, será más fácil comercializarlos.

La generación Y tiene prioridad a empresas que llevan a cabo una estrategia de marketing de causa, si los minoristas logran crear una sintonía con una causa que sea de preocupación para este grupo de edad, podrán conseguir la lealtad de los mismos (Cui et al., 2003). Habría que investigar dentro de los posibles clientes cuál es la preocupación social predominante y crear una estrategia con respecto a ello, en el caso de que a tu público le preocupen por ejemplo, los animales se podría asegurar de que no se usan en ninguna parte de tu proceso productivo y además, colaborar con alguna asociación.

Hay una serie de características para tener en cuenta en las web que pueden ayudar a aumentar la decisión de compra de millennials. En el caso de haber anuncios, ellos prefieren y por lo cual lo más eficaz es que aparezcan en paneles laterales o bien mediante

cupones en cambio, no toleran los anuncios que se muestran en forma de ventana emergente, ventanas que no se pueden cerrar, descargas obligatorias y elementos intermitentes (Smith, 2011). Dentro de un sitio web lo que más llama su atención es el uso de gráficos y los incentivos más populares para conseguir lealtad es presentar precios competitivos y buenas tarifas de envío.

Además, entre otras, acciones como crear comunidad de marca, hacerse eco de su opinión, que la comunicación exista a través del móvil (mobile first), estar donde estén ellos, que los mensajes sean cortos y rápidos, crear contenido auténtico, hacer videos en lugar de newsletters comerciales, demostrar el valor como marca, hacer contenido en vivo, segmentar dentro de la generación Y por grupos sociales, ofrecer experiencias, conseguir marketing viral, etc. ayudarán a los encargados de marketing a atraer y mantener a los millennials.

## Conclusiones

Si bien se han realizado numerosos estudios sobre marketing y millennials, ninguno de ellos ha sido siguiendo la metodología del estudio bibliométrico. Tras este análisis se concluye que, mientras los millennials empezaron a nacer en 1980 no es hasta 20 años después, coincidiendo con el momento en el que esta generación se cierra, cuando se empieza a estudiar la relación entre ellos y el marketing. Aunque fue en los años 1987 y 1993, cuando se empezaron a utilizar los términos millennials y generación Y, respectivamente, hasta el 2000 no ha empezado a escribirse artículos científicos que relacionen los temas ya que fue cuando empezó el nuevo milenio y los términos se han instaurado. Así que, a día de hoy, se llevan casi dos décadas haciéndose investigaciones en este campo.

Hoy en día, todo gira en torno a lo que es digital e internet y como máximos conocedores de este medio se encuentran los millennials de ahí proviene el gran interés que tienen los profesionales del marketing en ellos. Como era de esperar la temática más estudiada en los artículos seleccionados, fue la referente a lo digital. Y por eso, el estudio muestra una tendencia alcista en la publicación de artículos centrados en el atractivo que tiene la generación Y desde la óptica del marketing en revistas de prestigio dentro del ámbito del marketing y algunos otros, ya que se ha encontrado heterogeneidad tanto en revistas como en autores.

Al realizar el presente trabajo, se ha visto como Estados Unidos ocupa el primer lugar en la investigación mientras que, España ni siquiera aparece en ninguno de los artículos a examen. Por lo que para futuras investigaciones se hace necesario estudiar cómo responden los millennials del país preferiblemente mediante una técnica cuantitativa como la encuesta que ha sido sin duda la más utilizada en los textos analizados.

Por último, indicar que este trabajo construye un punto de partida para futuras investigaciones en este campo y ofrece orientación para los investigadores que pretendan comenzar a trabajar en esta materia. El análisis que se ofrece presenta todo el espectro de tiempo disponible y un número de artículos suficiente a fin de poder ofrecer una imagen fiel del estado de la cuestión.

Además, la revisión de los 150 trabajos podría dar un paso más, con la elaboración y desarrollo de un modelo de actuación genérico de las empresas para con los millennials. Del mismo modo, para todos aquellos interesados en adelantarse a sus competidores en el mercado se aconseja que aparte del estudio de millennials, que en los próximos años se investigue y estudie a cerca de la generación Z es decir, la siguiente a los millennials, los que nacieron a partir del 2000.

Sin embargo, el presente estudio muestra algunas limitaciones que deben ser mencionadas. Empezando por la naturaleza del estudio bibliométrico por el grupo de indicadores y técnicas elegidas. Este tipo de investigación puede resultar subjetiva por ello, podría resultar de interés el uso de otras técnicas de análisis de datos con otros objetivos que complementen este trabajo, como por ejemplo el método bibliográfico. El hecho de haber sido un único investigador el realizador de este análisis le suma parcialidad. Finalmente, otra limitación importante puede estar relacionada con el hecho de no haber leído todos los artículos completos y hacer la elección de los mismos en función de los títulos y resúmenes pero, el error consecuente de esta práctica resulta mínimo.

## Anexo I – Relación de artículos científicos usados para la investigación bibliométrica

- A qualitative inquiry of generation y consumers' selection attributes in the case of organic products.
- A study of e-shopping intention in Malaysia: the influence of generation X & Y.
- A study on digital marketing preferences of generation y with specific reference to the purchase of laptops.
- Adapting the marketing educational environment for multi-cultural millennials: the Chinese experience.
- African generation Y students' mobile advertising usage.
- An examination of marketing techniques that influence millennials' perceptions of whether a product is environmentally friendly
- Are millennials transforming global tourism? Challenges for destinations and companies
- Assessing the outcomes of generation-Y customers' loyalty
- Attitudes and purchase behaviour of green products among generation Y consumers in South Africa.
- Attitudes towards information privacy amongst black South African generation Y students: a study of loyalty cards.
- Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation.
- Bharat to India: a case of connecting IFFCO brand with generation Y.
- Boomers versus millennials: online media influence on media performance and candidate evaluations.
- Brand avoidance among generation Y consumers.
- Brand awareness of 'generation Y' customers towards doughnut retail outlets in India.
- Branding authenticity.
- Bridging the gap between millennial consumers, social media, and agricultural branding programs: a qualitative assessment.
- Capturing the younger wine consumer.
- Cause-related marketing: how generation Y responds.
- Challenging the use of generational segmentation through understanding self-identity.



- Chinese participation in adventure tourism: a study of generation Y international students' perceptions.
- Church commitment amongst the younger generations: is relationship marketing the key? [kerktoewyding deur die jonger generasies: hou verhoudingsbemarking die sleutel?].
- Conceptual study of the impacts of electronic-words-of-mouth (e-WOM) on consumers' continuance intention and brand loyalty of Islamic insurance (takaful).
- Connecting the members of generation Y to destination brands: a case study of the Cubis project.
- Consumer attitude and visit intention toward food-trucks: targeting millennials.
- Consumer behavior of generational cohorts for compression sportswear.
- Consumer preferences for wine attributes in an emerging market.
- Consumers un-tethered: a three-market empirical study of consumers' mobile marketing acceptance.
- Consumption dynamics and demographics of Canadian wine consumers: retailing insights from the tasting room channel.
- Contribution of vanity to consumer apparel advertising perception.
- Culture and behavioural intent to adopt mobile commerce among the Y generation: comparative analyses between Kazakhstan, Morocco and Singapore.
- Decision tree models for profiling ski resorts' promotional and advertising strategies and the impact on sales.
- Defining a new design paradigm for the product lifecycle: young adult millennial clothing and furniture use.
- Developing lifelong customers in the mobile phone market: a South African case study.
- Digital marketing strategies that millennials find appealing, motivating, or just annoying.
- Do travel decision-making styles and gender of generation Y have any association with travel information share on social networking sites?
- Edutainment with videos and its positive effect on long term memory.
- Effect of gen Y's affective attitudes towards Facebook marketing communications in South Africa.
- EHealth marketing to millennials: a view through a systemigram.
- Encouraging brand loyalty in fickle generation Y consumers.

- Examination of generational differences in household apparel expenditures.
- Exploration of factors influencing body image satisfaction and purchase intent: millennial females.
- Exploring culturally-pluralistic segmentation among college millennials: a qualitative case study.
- Exploring dimensions of brand personality for generation Y in the apparel market: the case of Turkey.
- Exploring us millennial consumers' consumption values in relation to traditional and social cause apparel product attributes and purchase intentions.
- Factors influencing generation Y's purchase intentions of prototypical versus me-too brands.
- Find us on Facebook: how cause marketing has embraced social media.
- Gen Y customer loyalty in online shopping: an integrated model of trust, user experience and branding.
- Generation X vs. Generation Y - a decade of online shopping.
- Generation Y and sparkling wines: a cross-cultural perspective.
- Generation Y consumer shopping styles: evidence from South Africa.
- Generation Y consumers' selection attributes and behavioral intentions concerning green restaurants.
- Generation Y female consumer decision-making styles.
- Generation Y females online: insights from brand narratives.
- Generation Y preferences for wine.
- Generation Y vs. Baby boomers: shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing.
- Generation Y's athlete role model perceptions on PWOM behaviour.
- Generation Y's dining information seeking and sharing behavior on social networking sites.
- Generation Y's opportunity or challenge - strategies to engage generation y in the UK attractions' sector.
- Generation Y's perception of wine and consumption situations in a traditional wine-producing region.
- Generation Y's positive and negative eWOM: use of social media and mobile technology.
- Generational buying motivations for fashion.

- Generations X and Y attitudes toward fresh flowers as gifts: implications for the floral industry.
- Green marketing and purchase behaviour of generation Y-consumers.
- Green marketing: what the millennials buy.
- How are food value video clips effective in promoting food tourism? Generation Y versus non-generation Y.
- How to use authenticity, brands, and visuals to engage millennials.
- Identifying factors influencing positive attitude of young consumers towards online advertisements.
- Identifying millennials' key influencers from early childhood: insights into current consumer preferences.
- If you've seen one, you've seen them all!" are young millennials the same worldwide?
- Importance of wine attributes: a South African generation Y perspective.
- Interactive media usage among millennial consumers.
- Investigating generational differences in e-WOM behaviours for advertising purposes, does  $X = Y$ ?
- Investigating the idiosyncratic nature of brand value.
- Is cruising along European rivers primarily intended for seniors and workers from Eastern Europe?
- Japanese consumers' need for uniqueness: effects on brand perceptions and purchase intention.
- Justification of generational cohort segmentation in South Africa.
- Less is more: an exploratory analysis of optimal visual appeal and linguistic style combinations in a salesperson's initial-contact e-mail to millennial buyers within marketing channels.
- Linking fashion consciousness with gen Y attitude towards prestige brands.
- Longitudinal study of digital marketing strategies targeting millennials.
- Longitudinal study of green marketing strategies that influence millennials.
- Malls and consumption motivation: an exploratory examination of older generation Y consumers.
- Marketing de recrutement et segmentation générationnelle: regard critique à partir; un sous-segment de la génération Y.
- Marketing implications from a behaviourism perspective of consumption dynamics and socio-demographics of wine consumers.

- Marketing to millennials: best practices in promoting nutraceuticals and functional foods to the influential consumer.
- Measuring the influence of persuasion marketing on young wine consumers.
- Millennial consumer responses to Christian religious symbols in advertising: a replication study.
- Millennial consumers' perception of sportswear brand globalness impacts purchase intention in cause-related product marketing.
- Millennial consumers' status consumption of handbags.
- Millennial generation and environmental sustainability: the role of social media in the consumer purchasing behavior for wine.
- Millennial teens design and redesign themselves in online social networks.
- Millennial wine consumers: risk perception and information search.
- Millennials' interpretations of green terminology.
- Mobile advertisements and information privacy perception amongst South African generation Y students.
- Mobile marketing to millennials.
- Monotony of social networking among millennial and its effect on social advertisement: a challenge to digital marketers.
- Motivating millennials to engage in charitable causes through social media.
- New consumption patterns for alcoholic beverages: value system, product attributes and preferences.
- Opinion piece: chartering interactive marketing's 21st century.
- Paradoxes and strategies of social media consumption among adolescents.
- Perceived effectiveness of sales promotion techniques amongst South African generation y students.
- Personal networks as a precursor to a green future: a study of "green" consumer socialization among young millennials from India and China.
- Predictive modelling of mobile marketing usage among generation Y: a preliminary survey.
- Predictors of avoidance towards personalization of restaurant smartphone advertising.
- Product gender perceptions and antecedents of product gender congruence.
- Relationship between consumer behavior and success of urban agriculture.
- Segmenting the college educated generation Y health and wellness traveler.
- Selected dimensions of service gender: a study of perceptions of generation Y.

- Selective marketing to environmentally concerned wine consumers: a case for location, gender and age.
- Selfie-marketing: exploring narcissism and self-concept in visual user-generated content on social media.
- Selling (digital) millennials.
- Selling to millennials with online reviews.
- Socio-demographic and lifestyle determinants of loyalty program participation in the Czech Republic.
- Studying Chinese generation y consumers' involvement in fashion clothing and perceived brand status.
- Sustainable branding and marketing: millennials to matures.
- Symbolic consumption and generation Y consumers: evidence from Thailand.
- Targeted marketing and African American millennial consumers.
- Technology segmentation for marketing: entrepreneurial approaches to intercollegiate athletics.
- Testing the selectivity hypothesis in cause-related marketing among generation Y: [when] does gender matter for short- and long-term persuasion?
- Thai generation Y/millennial consumer health and wellness: an antioxidant beverage sem analysis.
- The effect of a limited-edition offer following brand dilution on consumer attitudes toward a luxury brand.
- The effect of social norms and product knowledge on purchase of organic cotton and fair-trade apparel.
- The emergence of marketing in millennial new ventures.
- The impact of ethnicity on luxury perception: the case of Singapore's generation Y.
- The impact of perceived risks and perceived benefits to improve an online intention among generation-Y in Malaysia.
- The importance of wine bottle closures in retail purchase decisions of consumers.
- The influence of Facebook advertising on cognitive attitudes amid generation Y.
- The internet as a medium for communicating with teenagers.
- The pedagogy of choosing brand exemplars in marketing classrooms.
- To share or not to share: the role of content and emotion in viral marketing.
- Tourism services: facing the challenge of new tourist profiles.
- Trends affecting social media: implications for practitioners and researchers.

- Trust on online social networking media friends of 'generation Y' a multi-item measurement scale.
- Two models of representation for the baby boom and millennium generations in France: 'elitist identity capital' vs. 'Universal, democratic capital'.
- UK generation y male fashion consciousness.
- Understanding consumer transcendence among millennials: a new construct and scale.
- Understanding the perception of the millennial generation toward traditional market: a study in Yogyakarta.
- Understanding usage intention in innovative mobile app service: comparison between millennial and mature consumers.
- Usage rate segmentation: enriching the us wine market profile.
- Virally inspired: a review of the theory of viral stealth marketing.
- Walking in Memphis: testing one dmo's marketing strategy to millennials.
- What do student travelers really want? Revisiting the buyer's black box.
- When generation Y buys European wine: a consumer decision-making model.
- Who receives what? The influence of the donation magnitude and donation recipient in cause-related marketing.
- Who's your momma?
- Why do satisfied customers defect? A closer look at the simultaneous effects of switching barriers and inducements on customer loyalty.
- Wine for my generation: exploring how us wine consumers are socialized to wine.
- Young consumers' perceptions of multinational firms and their acculturation channels towards western products in transition economies.
- Young generation Y consumers' perceptions of sustainability in the apparel industry.
- YouTube as a new means of marketing communication.

## Bibliografía

- Atehortúa, F., Hernando Ram, & Zwerg-Villegas, A. (2012). Metodología de la investigación: Más que una receta/Research methodology: More than a recipe. *Ad-Minister*, (20), 91-111.
- Bakewell, C., Vincent-Wayne, M., & Rothwell, M. (2006). UK generation Y male fashion consciousness. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(2), 169-180.
- Bleedorn, G. (2013). Say hello to the millennial generation. *ABA bank marketing*, 45(1), 24-28.
- Bowen, J. (2015). Trends affecting social media: implications for practitioners and researchers. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(3), 221-228.
- Čater, T. & Zupic, I., (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *SAGE*, 18(3), p. 430-431.
- Cobo, M. J., López, A. G., Herrera, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the fuzzy sets theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), p. 146.
- Crane, D. (1969). Social structure in a group of scientists: a test of the “invisible college” hypothesis. *American Sociological Review*, 34, 335-352.
- Cui, Y., Trent, E. S., Sullivan, P. M., & Matiru, G. N. (2003). Cause-related marketing: How generation Y responds. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(6), 310.
- Daim, T. U., Rueda, G., Martin, H., & Gerdtsri, P. (2006). Forecasting emerging technologies: Use of bibliometrics and patent analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 73(8), p. 983-984.
- De Bakker, F. G., Groenewegen, P., & Den Hond, F. (2005). A bibliometric analysis of 30 years of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, 44(3), 283-317.
- De Dios, J. G., Moya, M., & Hernández, M. M. (1997). Artículo especial. *An Esp Pediatr*, 47, 235-244.

- Duh, H., & Struwig, M. (2015). Justification of generational cohort segmentation in South África. *International Journal of Emerging Markets*, 10(1), 89-101.
- Eastman, J. K., Iyer, R., Liao-Troth, S., Williams, D. F., & Griffin, M. (2014). The role of involvement on millennials' mobile technology behaviors: the moderating impact of status consumption, innovation, and opinion leadership. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 22(4), 455-470.
- Emerald Group Publishing. (2018).
- Fede, D. (2016, May 01). Hijos de Steve Jobs. *Actualidad Económica*, 76.
- Fernández, R (1998). Análisis bibliométrico de la Producción Científica. Revista de Divulgación Científica y Tecnológica de la Asociación Ciencia Hoy; Vol 8; N° 44.
- Fishman, AA. (2016). Cómo las diferencias generacionales tendrán un impacto en el envejecimiento de la fuerza laboral de los Estados Unidos: estrategias para lidiar con la generación del milenio, la generación X y los baby boomers. *Strategic HR Review*, 15 (6), 250-257.
- Fletcher, W. (1997, 20 de enero). El marketing es moderno, ¿bien?: Winston Fletcher. Comentario. *Financial Times*.
- France, C., Merrilees, B., & Miller, D. (2015). Customer brand co-creation: A conceptual model. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(6), 848-864.
- Garibay, J. (2016). Millennials, ¿qué tendencias acapararán el 2017?
- Gavilanes, P. (2016). *El 30% de la población regional es millennial, según una investigación de Telefónica. El Comercio*.
- Geringer, SD, Patterson, DM, & Forsythe, LM (2014). When generation y buys European wine: a consumer decision-making model. *Academy of Marketing Studies Journal*, 18 (1), 167-186.
- Google Trends. (2018).
- Jackson II, R. L., & Hogg, M. A. (Eds.). (2010). *Encyclopedia of identity* (Vol. 1). Sage.



- Herrera M., J., Larrán J., M., Lechuga S., M. P., & Martínez-Martínez, D., (2015). Evolución de la literatura sobre la responsabilidad social en pymes como disciplina científica/The evolution of corporate social responsibility in small and medium enterprises literature as a research discipline. *Revista Europea De Dirección y Economía De La Empresa*, 24(2), 117-128.
- How to reach millennials with your marketing message. (2017). *The Journal of Medical Practice Management: MPM*, 32(4), 224.
- Ilahi, N., Rafiq, M., Idrees, H., Jan, R., & Ilahi, I., (2015). Bibliometric analysis of the journal of law and society: A thirty one year's study from 1982-2012. *International Journal of information, Business and Management*, 7, (4), p. 64.
- INE (2018). *Población residente por fecha, sexo y edad. Ine.es*.
- Kim-Choy, C., & Holdsworth, D. K. (2012). Culture and behavioural intent to adopt mobile commerce among the Y generation: Comparative analyses between Kazakhstan, Morocco and Singapore. *Young Consumers*, 13(3), 224-241.
- Lazarevic, V. (2012). Encouraging brand loyalty in fickle generation Y consumers. *Young Consumers*, 13(1), 45-61.
- Leak, T. M., Benavente, L., Goodell, L. S., Lassiter, A., Jones, L., & Bowen, S. (2014). EFNEP graduates' perspectives on social media to supplement nutrition education: focus group findings from active users. *Journal of nutrition education and behavior*, 46(3), 203-208.
- Lorena, D. & Ospina, P., (2015). Análisis bibliométrico para la identificación de factores de innovación en la industria alimenticia. *Ad-Minister*, (27), p. 99.
- Lu, L., Bock, D., & Mathew, J. (2013). Green marketing: What the millennials buy. *The Journal of Business Strategy*, 34(6), 3-10.
- Martin, E. J. (2015). How to use authenticity, brands, and visuals to engage millennials. *EContent*, 38(8), 6-8.
- Meredith, G.E. & Schewe, C.D. (1994), "The power of cohorts", *American Demographics*, Vol. 16 No. 12, pp. 22 - 29.

- Norton, M. (2000). Introductory concepts in information science. Information Today, Inc.
- Schewe, C.D. & Meredith, G.E. (2004), " Segmenting global markets by generational cohorts: determining motivations by age ", *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 4 No. 1, pp. 51 - 63.
- Smith, K. T. (2011). Digital marketing strategies that millennials find appealing, motivating, or just annoying. *Journal of Strategic Marketing*, 19(6), 489.
- Smith, K. T. (2012). Longitudinal study of digital marketing strategies targeting millennials. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 86-92.
- Smith, K.T. (2014) Millennials' interpretations of green terminology. *Academy of Marketing Studies Journal*, 18 (1), 55-68.
- UNWTO (2016). *Tourism Highlights*. 2016 Edition. Madrid
- Williams, K.C., Page, R.A., Petrosky, A.R. and Hernandez, E.H. (2010), "Multigenerational marketing: descriptions, characteristics, lifestyles, and attitudes", *Journal of Applied Business and Economics*, Vol. 11 No. 2, pp. 21 - 36.

## **LEAN THINKING PARA FOMENTAR LA TRANSICIÓN DE LA LOGÍSTICA TRADICIONAL HACÍA EL PHYSICAL INTERNET**

Vanessa Rodríguez Cornejo\*

[vanesa.rodriguez@uca.es](mailto:vanesa.rodriguez@uca.es)

Ángel Cervera Paz\*

[angel.cervera@uca.es](mailto:angel.cervera@uca.es)

Luis López Molina\*

[luis.lopez@uca.es](mailto:luis.lopez@uca.es)

Víctor Pérez Fernández

[victor.perez@uca.es](mailto:victor.perez@uca.es)

Miguel Ángel Montañez Del Río\*

[miguelangel.montañez@uca.es](mailto:miguelangel.montañez@uca.es)

Jaime Sánchez Ortiz\*

[jaime.sanchez@uca.es](mailto:jaime.sanchez@uca.es)

Departamento de Organización de Empresas.

Universidad de Cádiz

## Resumen

El presente estudio pretende poner de manifiesto la estrecha relación entre los paradigmas PI y Lean y por lo tanto el valor añadido que su consideración simultánea puede suponer en el análisis y optimización de las redes logísticas. En esencia, empleando Lean Thinking se obtendrían las cosas correctas en el lugar correcto, en el momento correcto, en la cantidad correcta, minimizando el despilfarro, siendo flexible y estando abierto al cambio. Y en consecuencia la aplicación de Lean ayuda a la reducción de costes, creando más valor para la empresa y mejorar sus resultados, siendo ello aplicable a la cadena de suministro desde la fabricación hasta el cliente.

El VSM, como herramienta LEAN aplicado a la actividad logística, recogería en un solo documento de manera gráfica, el mapa del proceso desde el suministro hasta el cliente. Empleando esta técnica se pueden encontrar actividades de NO valor. Algunas de estas actividades son: el exceso de almacenamiento, la sobreproducción, los tiempos de espera excesivos y tiempos de espera innecesarios, los defectos, rechazos y reprocesos y, finalmente, los transportes y movimientos innecesarios.

Almacenamiento, tiempos de espera, transportes y movimientos innecesarios llevan al núcleo de PI. Otros desperdicios que se podrían incluir y buscar empleando el VSM son: transportes en vacío, emisiones de CO2 innecesarias. Esta propuesta ofrece una herramienta para alcanzar los objetivos del primer roadmap que ALICE ha elaborado para alcanzar PI.

**Keywords:** Physical Internet, Lean Thinking, Value Stream Map y cadena de valor

## 1.- Introducción y objetivos.

El mundo actual es un mundo hiperconectado y esta realidad previsiblemente irá en aumento en el futuro (Coe & Yeung, 2015). Las conexiones se extienden a personas, instituciones, empresas y países, pudiéndose afirmar que los que permanezcan aislados podrán difícilmente progresar (Dasgupta & Sanyal, 2009).

Esta necesidad de conexión total y permanente hace destacar la relevancia de la logística y de la gestión de la cadena de suministro desde una perspectiva tanto global como mundial y que es necesario optimizar.

En este contexto, el concepto Physical Internet (PI) surge desarrollando la metáfora del Internet Digital, generador de una verdadera revolución en el campo de las tecnologías de las comunicaciones, pero aplicado en este caso a los objetos físicos (Pan et al, 2017). PI pretende así llegar a una logística optimizada en la que se involucran diferentes actores a través de nuevos modelos de negocio en una red logística más sostenible donde el papel de las tecnologías y de las competencias profesionales relacionadas con la flexibilidad y la adaptabilidad serán claves (Zijm & Klumpp, 2016).

Por otro lado, el paradigma Lean se basa en el principio de minimización de costos y eliminación de residuos. Según Womack et al. (1990), el concepto básico de Lean es hacer más con menos (por ejemplo: menos esfuerzo humano, menos equipamiento, menos tiempo y menos espacio), acercándose más a las necesidades del cliente.

El objetivo de este trabajo es analizar las interconexiones entre los principios de PI y Lean así como el potencial de su empleo integrado para la creación de valor en las redes logísticas.

## 2.- The Physical internet (PI).

Physical internet es un nuevo concepto, que nace para revolucionar los pilares de la logística, el manejo de materiales y el diseño de las instalaciones. La motivación de este nuevo paradigma se basa en la afirmación, *la forma en que los objetos son movidos, manipulados, almacenados, realizado, suministrado y utilizado en todo el mundo no es sostenible desde el punto de vista económico, medioambiental y social.* (Montreuil, 2010).

Montreuil (2011) consideró que las principales causas de la ineficiencia e insostenibilidad de la logística son 13, presentadas en el Cuadro 1

Inefficiency and unsustainability symptoms	Economical	Environmental	Societal
1. We are shipping air and packaging	•	•	
2. Empty travel is the norm rather than the exception	•	•	
3. Truckers have become the modern cowboys	•		•
4. Products mostly sit idle, stored where unneeded, yet so often unavailable fast where needed	•		•
5. Production and storage facilities are poorly used	•	•	•
6. So many products are never sold, never used	•	•	•
7. Products do not reach those who need them the most	•		
8. Products unnecessarily move, crisscrossing the world	•	•	•
9. Fast & reliable multimodal transport is a dream	•	•	•
10. Getting products in and out of cities is a nightmare	•	•	•
11. Logistics networks & supply chains are neither secure nor robust	•		•
12. Smart automation & technology are hard to justify	•		•
13. Innovation is strangled	•	•	•

Cuadro 1: Inefficiency and unsustainability symptoms. (Montreuil, B. (2009 and 2011)).

Para dar solución a estas problemáticas, apuesta por desarrollos que permitan, a largo plazo, nuevas infraestructuras que traspongan al mundo logístico, lo que sucede ya con los paquetes de datos por internet. Donde los proveedores de servicio compartan información y trabajen conjuntamente para alcanzar la máxima eficiencia operativa y financiera, permitiendo que los productos lleguen de productores a consumidores, ya que el PI deberá ser capaz de realizar estos movimientos de manera estandarizada y eficiente debido a su configuración y protocolos predefinidos. Como él bien indica, el gran reto para una logística sostenible y moderna es *diseñar un sistema que mueva, almacene, suministre y gestione los objetos físicos a través del mundo de una manera que sea económica, ambiental y socialmente eficiente y sostenible*. Por tanto el PI es un concepto novedoso que apunta a optimizar los procesos logísticos, capaz de crear redes eficaces y eficientes.

Por tanto según Ballot et al. (2012) el PI se puede definir como *la forma en que los objetos físicos son manipulados, movidos, almacenados, realizados, suministrados y utilizados, orientados hacia la eficiencia logística global y la sostenibilidad*, organizando el transporte de mercancías de forma similar a la forma en que fluyen los paquetes de datos en la Internet digital. Transformando una industria logística de transporte de mercancías fragmentada en una industria basada en la logística hiperconectada. (Crainic y Montreuil, 2016).

Como podemos observar en la Figura 1, Physical internet se basa en la interconectividad física, digital, operativa, empresarial y jurídica universal logrado a través de protocolos abiertos, estándar, encapsulación, interfaces, certificación, evaluación del rendimiento y control.

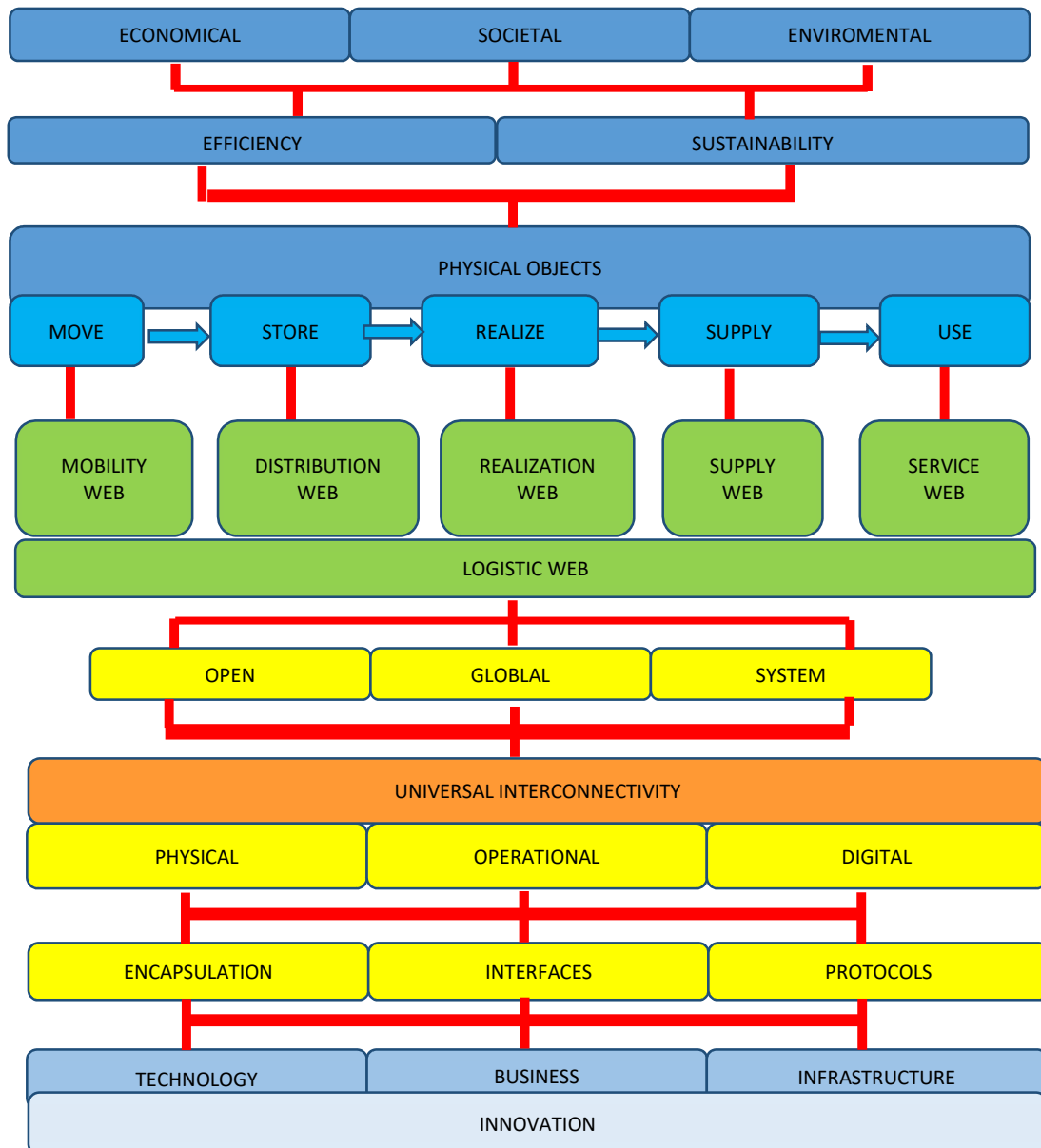


Figura 1. Foundations of the Physical internet. (Montreuil, et al. 2012).

Como se observa en el Cuadro 2, trece son las características a través de las cuales se diseñó la visión del Physical internet.

Características Physical Internet ( $\pi$ o $\pi$ )	
1.	Encapsulate goods in standard, ecological and intelligent containers.
2.	Global interconnectivity.
3.	To evolve to $\pi$ -containers handling and loading systems.
4.	To develop smart container networks containing smart products.
5.	Evolution towards distributed and multi-segment intermodal transport.
6.	Adopt of a unified conceptual multi-tier framework.
7.	Create an open global web of suppliers.
8.	To design products for the containers with the minimum consumption of space.
9.	Minimize physical movements and storages, digitally transmitting the knowledge to materialize the object in the local area where a used one goes.
10.	Deploy performance monitoring and certification of capabilities.
11.	Prioritize network security and trust.
12.	Stimulating innovative business models.
13.	Allow open innovation infrastructures.

Cuadro 2. Características Physical Internet. (Montreuil, 2011).

Los tres tipos clave de elementos físicos que permiten the Physical internet son contenedores, nodos y transportadores, como se puede ver en la Figura 2

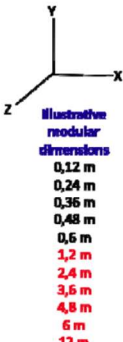
$\pi$ -containers	$\pi$ -nodes	$\pi$ -movers
 <p>Illustrative modular dimensions</p> <p>0,12 m 0,24 m 0,36 m 0,48 m 0,6 m 1,2 m 2,4 m 3,6 m 4,8 m 6 m 12 m</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>\pi</math>-site</li> <li>• <math>\pi</math>-facilities</li> <li>• <math>\pi</math>-system</li> <li>• <math>\pi</math>-transit</li> <li>• <math>\pi</math>-switch</li> <li>• <math>\pi</math>-bridge</li> <li>• <math>\pi</math>-sorter</li> <li>• <math>\pi</math>-composer</li> <li>• <math>\pi</math>-store</li> <li>• <math>\pi</math>-gateway</li> <li>• <math>\pi</math>-hub</li> <li>• <math>\pi</math>-distributor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>\pi</math>-vehicle</li> <li>• <math>\pi</math>-boat</li> <li>• <math>\pi</math>-locomotive</li> <li>• <math>\pi</math>-plane</li> <li>• <math>\pi</math>-robot</li> <li>• <math>\pi</math>-truck</li> <li>• <math>\pi</math>-carrier</li> <li>• <math>\pi</math>-trailer</li> <li>• <math>\pi</math>-tug</li> <li>• <math>\pi</math>-wagon</li> <li>• <math>\pi</math>-conveyor</li> <li>• <math>\pi</math>-handler</li> </ul>

Figura 2. Elementos del Physical internet. (Montreuil, et al. 2010)

Los contenedores son las cargas unitarias fundamentales, que se mueven, manipulan y almacenan, como puede verse en la Figura 2 las hay de diferentes tamaños. Los nodos son las instalaciones o sistemas físicos, en la Figura pueden verse los distintos tipos de nodos existentes y por último los transportadores, transportan o manipulan los contenedores dentro y/o entre nodos, y también pueden verse los diferentes tipos enumerado en la Figura.

Todos estos conceptos se han analizado en la literatura científica dentro de seis tópicos (Cuadro 3).



Elemento	Autores
Modular containers (transport, packaging and handling containers).	Lin et al. 2014; Landschützer et al. 2015; Meller et al. 2012b; Tran-Dang et al. 2015; Lin et al. 2014; Sallel et al. 2015; Sarraj et al. 2014; Zhang et al. 2016.
Improvement of the vehicle, standard vehicles, seeking to share the vehicle and get the full load, achieving energy efficient vehicles.	Lin et al. 2014; Furtado, Frayret 2014; Xu et al 2013.
Open and cooperative transportation centers.	Montreuil et al. 2010; Ballot et al. 2012; Meller et al. 2012c; Montreuil et al. 2013b; Pach et al. 2014; Walha et al. 2015.
Design of integrated protocols, secure with confidential information and mechanisms of exchange with restricted access of data.	Hofman 2015; Tretola, Verdino 2014; Tretola et al. 2015; Montreuil et al. 2012 <sup>a</sup>
Legal framework and regulations topic	Biermasz et al. 2014)
Design of business models with equitable distribution of income.	Koulougli et al. 2015; Franklin, Spinler 2011; Eye for Transport 2011; Sohrabi, Montreuil 2014; Xu et al. 2013; Verstrepren, Van den Bossche, Lisa 2014; Genta, Cruijssen 2013; Rossi 2012; Cruijssen 2012; Jacobs et al. 2014.
Design of innovative business models built under the PI philosophy.	Montreuil et al. 2012b; Oktaei et al. 2015; Oktaei et al. 2014; Rougès, Montreuil 2014.

Cuadro 3. Tópicos Physical Internet

El Physical internet ha adquirido una especial relevancia en Europa donde The European Technology Platform ALICE, estableció una estrategia global de investigación innovación sobre la gestión de la cadena de suministro basada en el concepto Physical internet, el cual debería de estar totalmente implantado par 2050. ALICE ha identificado cinco roadmaps, interrelacionados entre sí (Figura 3) diferentes que necesitan ser analizados y gestionada para lograr su objetivo.



Figura 3. Interrelación entre Roadmaps establecidos por Alice (Alice basic, 2016).

Estos cinco roadmaps son (Alice basic, 2016):

- **Sustainable, Safe and Secure Supply Chains:** The effects of the strategies proposed in this roadmap are measured by means of the following objectives: Transport reduction (percentage of overall value), Improved carrier/ULD utilization (volume/weight), Emission reduction, Increased re-use, Supply chain cost reduction and Supply chain service improvement (quality and due date reliability)
- **Corridors, Hubs and Synchromodality:** Increased efficiency and severe reduction of energy use and CO2 emission through bundling of freight on large carriers (barges, freight trains). Networks such as Ten-T and ultimately the PI may severely contribute towards more sustainable transport:
- **Information Systems for Interconnected Logistics:** Use of information to enhance safety and security through information transparency, while at the same time designing less intrusive inspection methods.
- **Global Supply Network Coordination and Collaboration:** Both horizontal and vertical collaboration and coordination may lead to higher carrier loads and hence contribute to more efficient, hence more sustainable transport, in particular when extended to the coordination of forward and reverse flows.
- **Urban Logistics:** Urban Freight typically concerns last and first mile logistics which offers enormous potential for efficiency improvement, as well as emission and congestion reduction, by smart collaboration and coordination, and hence reducing the number of freight vehicles in urban areas.

Nuestro trabajo se centra dentro del primer roadmaps.

### 3.- Lean Manufacturing

El Lean Manufacturing es un sofisticado sistema de producción en la que todas las partes contribuyen hacia un todo.

El todo, en sus raíces, se enfoca en apoyar y estimular a los trabajadores para mejorar continuamente el proceso donde ellos trabajan y eliminar cualquier desperdicio que pudiera producirse en el desarrollo de sus actividades.

El enfoque inicial fue para las planta de producción, pero los principios son bastante amplios y aplicables tanto a la ingeniería, a los negocios, así como a operaciones de servicio.

La siguiente figura ilustra los tres pilares básicos del Lean consta de filosofía, técnica y gestión.

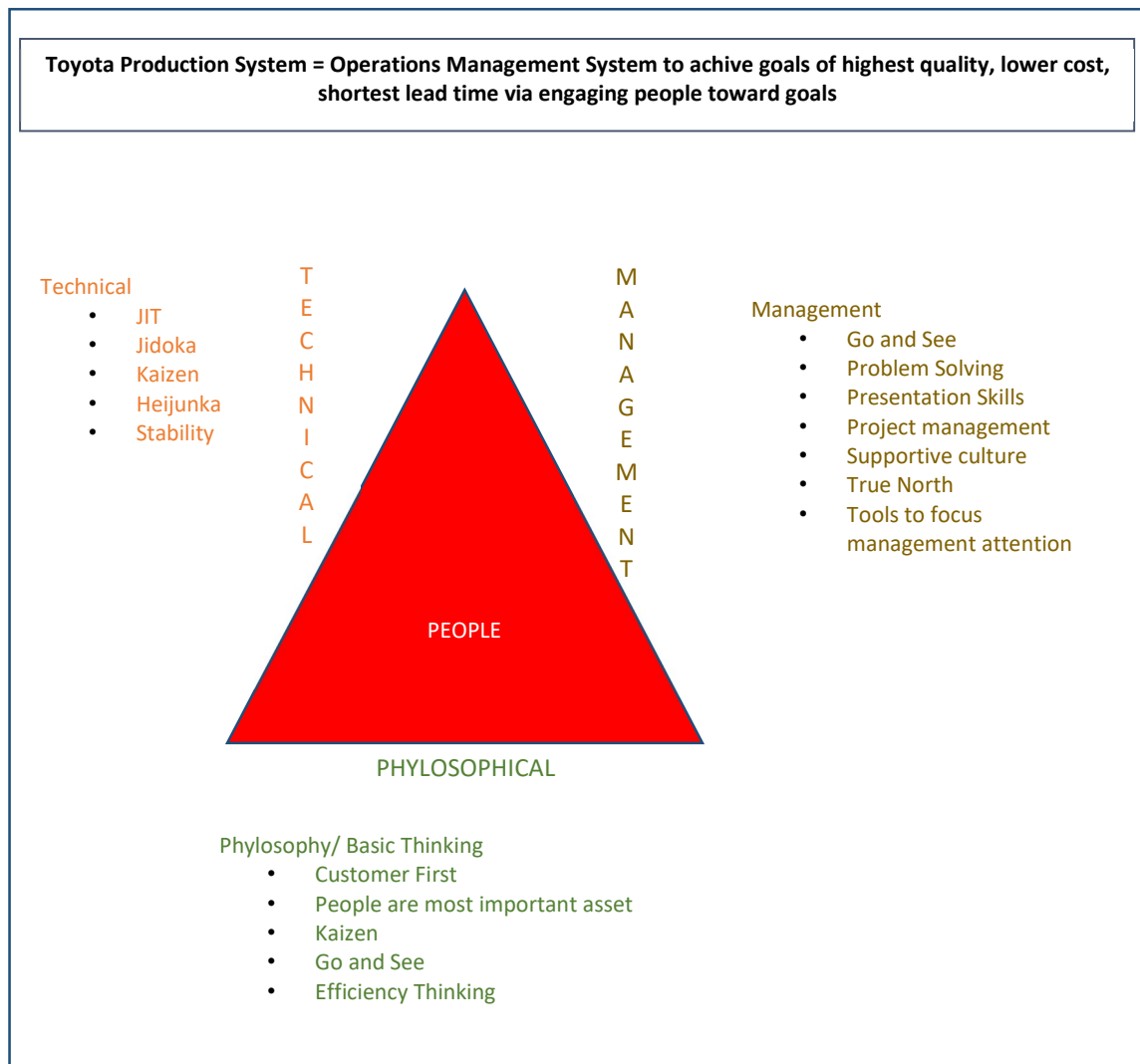


Figura 4: A Toyota leader's view of Toyota Production System (TPS) (Liker, 2004).

El punto crítico para un pensamiento Lean es determinar qué es “Valor”. El valor sólo puede ser definido en última instancia por el cliente. El valor es significativo sólo cuando es expresado en términos de productos específicos (un bien o servicio, y a menudo los dos a la vez) que reúnen las necesidades del cliente en un tiempo determinado y a un precio determinado.

El valor es creado por el productor, desde el punto de vista del cliente, pero en muchas ocasiones es muy difícil para los fabricantes definir el valor con precisión (Womack & Jones, 2003).

Cuando se aplica TPS (Toyota Production System), se comienza examinando el proceso de manufactura desde la perspectiva del cliente. La primera pregunta en TPS es siempre “¿Qué quiere el cliente de este proceso?” (Dos tipos de clientes: el cliente interno en los siguientes pasos en la línea de producción, y el cliente externo, el consumidor final, (Liker, 2004)).

Lean persigue eliminar los desperdicios (MUDA en japonés). Eliminar la Muda es el objetivo principal de la mayor parte de los esfuerzos de esta filosofía. Los 7 desperdicios son:

1. Esperas
2. Sobreproducción
3. Defectos
4. Exceso de movimientos
5. Exceso de procesamiento
6. Exceso de inventario
7. Exceso de Transporte

Existe un último desperdicio que interrelaciona a todos los anteriores, el talento humano en tanto en cuanto no se utilice la creatividad y la inteligencia de la fuerza de trabajo y de toda la organización para eliminar los 7 desperdicios anteriores.



Figura 5: Los ocho desperdicios

Si nos centráramos en los 7+1 desperdicios, al menos cuatro de ellos tienen que ver con la logística (interna y/o externa): esperas, exceso de movimientos, exceso de inventarios y exceso de transporte.

Por tanto, habría que plantearse cómo:

1. Distribuir los productos necesarios, en la cantidad adecuada y convenientemente presentado, mirando hacia atrás en la cadena de suministro.
2. Buscar la efectividad en la distribución de productos mirando hacia delante de la cadena de suministro.
3. Eliminar los despilfarros en cada eslabón de la cadena para mejorar la efectividad de las operaciones.
4. Acortar los plazos de entrega en cada eslabón de la cadena para llegar antes a los clientes.

#### 4.- Relación entre ambos conceptos mediante análisis de las interrelaciones.

Para lograr alcanzar la implantación de PI (2050) el primer paso propuesto por ALICE es alcanzar el roadmap “Sustainable, Safe and Secure Supply Chains”. Entre los objetivos definidos para este roadmap se encuentran

	IMPACTS
SOCIETAL	+ Customer satisfaction. + Products availability. + Secure societies
ENVIROMENTAL	- Energy consumption (kWh Logistics/GDP). + Renewable energy sources share. - CO2 Emissions (kg CO2/tkm).
ECONOMICAL	+ Return on assets and working capital. - Cargo lost to theft or damage. - Total supply chain costs.

Cuadro 4: Expected impacts from the implementation of ALICE roadmaps proposed actions (adapted ALICE).

Como analizamos en la Figura 1 el PI pretende lograr que la cadena de valor logística permita una mayor eficiencia y sostenibilidad económica, ambiental y social, aplicando la logística web mediante innovaciones en tecnología, modelos de negocio e infraestructura.

Por otra parte Womak & Jones en Lean Thinking (1996) proponen:

1. Analizar el flujo de valor de un proceso y eliminar los despilfarros
2. Analizar qué es lo que realmente crea valor para el cliente, con el objetivo de dárselo
3. Crear un nuevo flujo de valor a partir de las necesidades de los clientes
4. Continuar de forma cíclica las etapas anteriores en un proceso de mejora continua

En esencia, empleando Lean Thinking se obtendrían las cosas correctas en el lugar correcto, en el momento correcto, en la cantidad correcta, minimizando el despilfarro, siendo flexible y estando abierto al cambio. Y en consecuencia la aplicación de Lean ayuda a la reducción de costes, creando más valor para la empresa y mejorar sus resultados, siendo ello aplicable a la cadena de suministro desde la fabricación hasta el cliente.

El enfoque lean hace hincapié en los procesos, instando a la organización a centrar sus esfuerzos en los que generan más valor, de manera horizontal, ya que todo valor generado es el resultado de un proceso. Pero no olvida a las personas, ni a los clientes (internos o externos) para los cuales se trabaja en un determinado proceso, ni a los empleados y directivos que son los que hacen posible el proceso y la generación del valor.

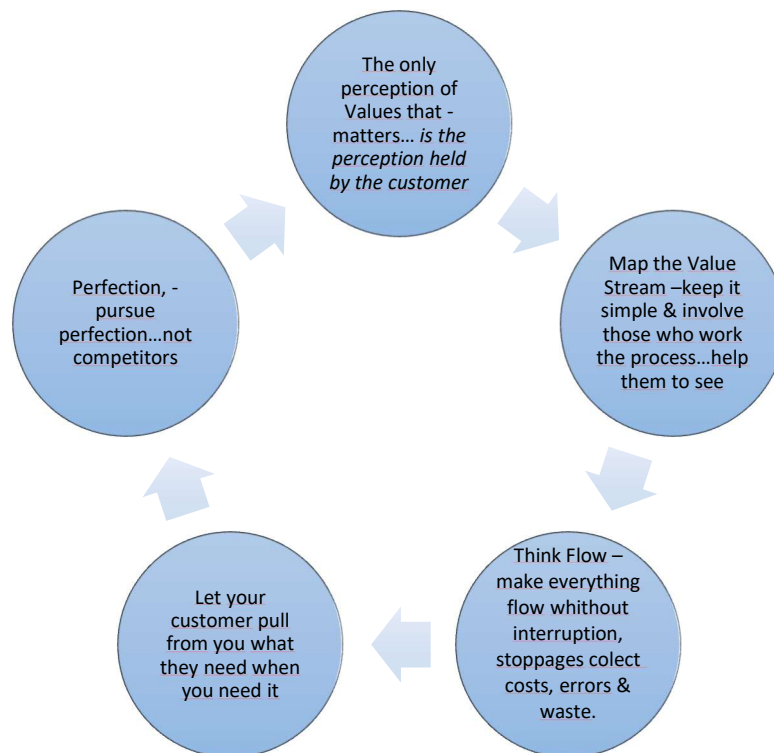


Figura 6: The 5 Principles of Lean Thinking ( Womack and Jones, 1996 )

El VSM aplicado a la actividad logística recogería en un solo documento, de manera gráfica, el mapa del proceso desde el suministro hasta el cliente. Empleando esta técnica se pueden encontrar actividades de NO valor. Algunas de estas actividades son: el exceso de almacenamiento, la sobreproducción, los tiempos de espera excesivos y tiempos de espera

innecesarios, los defectos, rechazos y reprocesos y, finalmente, los transportes y movimientos innecesarios.

Almacenamiento, tiempos de espera, transportes y movimientos innecesarios llevan al núcleo de PI. Otros desperdicios que se podrían incluir y buscar empleando el VSM son: transportes en vacío, emisiones de CO2 innecesarias. Esta propuesta ofrece una herramienta para alcanzar los objetivos del roadmap.

## **5.- VSM aplicado a la logística.**

Value Stream Mapping (VSM) es una técnica lean de mejora de proceso (Rother and Shook, 1999). Es desarrollada para comprender el conjunto de acciones o actividades que aportan valor y las que no en una cadena de valor: flujo de producción desde el proveedor hasta el cliente o consumidor.

Esta herramienta ha demostrado ser efectiva generando una mayor visibilidad del proceso (Klotz et al., 2008) y una reducción del lead time y de los inventarios (Seth and Gupta, 2005).

Una aproximación al método de trabajo para la realización de VSM es la siguiente (Hernández and Vizán, 2013):

1. Dibujar los iconos de clientes, proveedores y control de producción.
2. Identificar los requisitos de clientes por mes/día.
3. Calcular la producción diaria y los requisitos de contenedores.
4. Dibujar iconos logísticos con la frecuencia de entrega.
5. Agregar las cajas de los procesos en secuencia, de izquierda a derecha.
6. Agregar las cajas de datos debajo de cada proceso y la línea de tiempo debajo de las cajas.
7. Agregar las flechas de comunicación y anotar los métodos y frecuencias.
8. Obtener los datos de los procesos y agregarlos a las cajas de datos.
9. Agregar los símbolos y el número de operadores.
10. Agregar los sitios de inventario y niveles en días de demanda.
11. Agregar las flechas de flujo y otra información que pueda ser útil.
12. Agregar datos de tiempo, turnos al día, tiempos de descanso y tiempo disponible.
13. Agregar horas de trabajo, valor agregado y tiempos de entrega al pie de los procesos.
14. Calcular el tiempo de ciclo, de valor agregado total y el tiempo total de procesamiento.

Este procedimiento suele realizarse para tres estados diferentes: Estado actual, Estado futuro y Estado ideal.

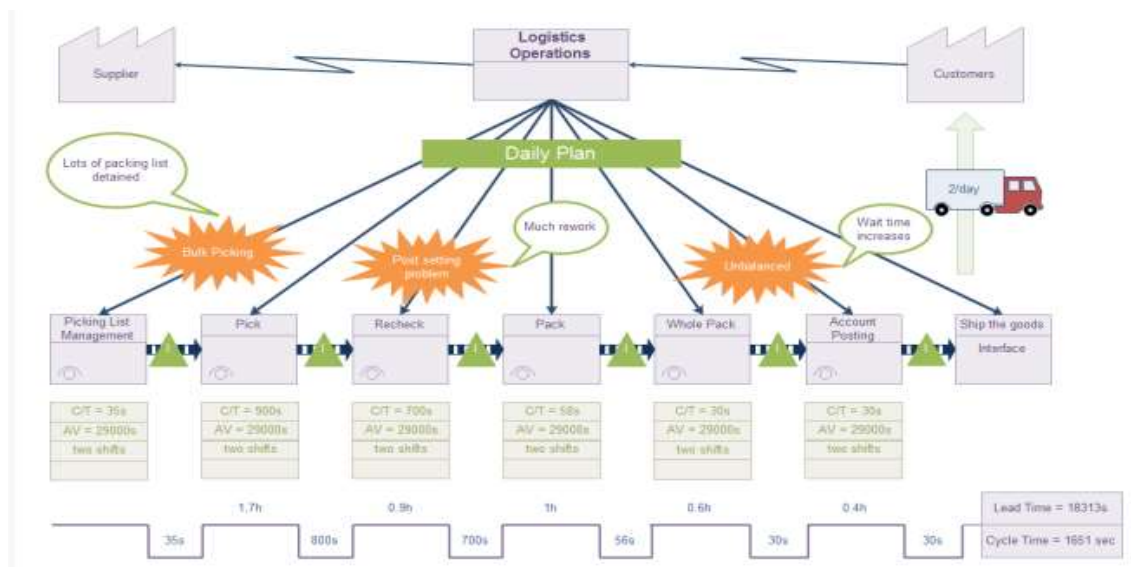


Figura 7: VSM aplicado a la logística (<https://www.edrawsoft.com/template-logistics-value-stream-map.php>, 06/01/2017)

En el anexo se muestran algunos ejemplos de símbolos VSM.

## 6.- Conclusiones y trabajos futuros.

El presente estudio pone de manifiesto la estrecha relación entre los paradigmas PI y Lean y por lo tanto el valor añadido que su consideración simultánea puede suponer en el análisis y optimización de las redes logísticas.

Especialmente es de destacar la técnica VSM que conduce a identificar actividades que no aportan valor y que generan exceso de almacenamiento, sobreproducción, tiempos de espera excesivos o innecesarios, defectos, rechazos y reprocesos y finalmente, transportes y movimientos innecesarios.

La aplicación de Lean y VSM en procesos logísticos puede llevar a facilitar el desarrollo y avance de PI, fundamentalmente a través de la optimización en aspectos de carácter muy vinculados a la logística como son: almacenamiento, tiempos de espera y transportes y movimientos innecesarios. Otros aspectos o “desperdicios” que podrían ser claves en la aplicación de Lean en su relación con PI son: los transportes en vacío y las emisiones CO2 innecesarias. En este sentido, resulta clave las conclusiones del estudio de Dües et al (2011).

La limitación fundamental de las conclusiones del presente estudio se focaliza en su carácter teórico, ya que se basa en una revisión bibliográfica sistemática sobre la temática abordada. Es por ello que el equipo investigador propone como estudios a abordar en el futuro, realizar un



proyecto de adaptación al concepto PI en al menos una empresa del sector logístico y aplicar durante el mismo técnicas Lean como el VSM.

Se propone así mismo analizar en detalle distintos alcances en el proyecto llegando hasta el análisis de la implementación de la estrategia Pull en el consumidor final y por lo tanto partiendo el estudio desde que el cliente solicita mercancía hasta que ésta le es entregada, estudiando todas las fases intermedias (recepción del pedido, fabricación, almacenamiento, envío, etc.)

## 7.- Bibliografía.

Alice Documents & publish (2016): ALICE Basic presentation November 2016.

Ballot, E., Gobet, O., & Montreuil, B. (2012): *Physical internet enabled open hub network design for distributed networked operations*. In Service Orientation in Holonic and Multi-Agent Manufacturing Control (pp. 279-292). Springer Berlin Heidelberg.

Ballot, E., Montreuil, B. & Thivierge, C. (2012): *Design of Physical Internet Facilities: A Road-Rail Hub*. In Benoit Montreuil (Ed.): Progress in Material Handling Research. Charlotte, NC: MHIA, pp. 1–34.

Biermasz, J., Louws, M & Kneppelhout. (2014): *Legal Framework Transformation*. In CO3: Collaboration Concepts for Co-Modality Deliverable D2.9. 2014. Available online at <http://www.co3-project.eu/wo3/wp-content/uploads/2011/12/CO3-D-2-9-Legal-Framework-excl-contr.-august-2014.pdf>, Revisado 20 de Abril de 2017.

Coe, N.E, Yeung, H. W-C. (2015): *Global Production Networks: Theorizing Economic Development in an interconnected world*. Oxford University Press.

Crainic, T. G., & Montreuil, B. (2016): *Physical Internet Enabled Hyperconnected City Logistics*. Transportation Research Procedia, 12, 383-398.

Crujssen, F. (2012): *Framework for Collaboration*. In CO3: Collaboration Concepts for Co-Modality Deliverable D2.1. Available online at <http://www.co3-project.eu/wo3/wp-content/uploads/2011/12/CO3-D-2-1-Framework-for-collaboration-full-report-2.pdf>. Revisado 01 de mayo de 2017.

Dasgupta, S., Sanyal, D. (2009): *Bridge to the future: connect your strategies in an interconnected world*. Foresight, Vol. 11, No. 1, pp. 81-93. <https://doi.org/10.1108/14636680910936459>

Dües, C.M., Tan K.H., Lim, M. (2011): *Green as the new lean: How to use lean practices as a catalyst to greening your supply chain*. Journal of Cleaner Production, Vol. 40, No. 02, pp. 93-100. DOI: 10.1016/j.jclepro.2011.12.023

Eye for Transport. North. (2011): *American Horizontal Collaboration in the Supply Chain*. Available online at <http://faculty.ineg.uark.edu/rmeller/web/CELDi-PI/NAHCSC-2011.pdf>. Revisado 20 de marzo de 2017.

Franklin, J. & Spinler, S. (2011): *Shared Warehouses – Sharing Risks and Increasing Eco-Efficiency*. In *International Commerce Review*, Vol. 10 (1), pp. 22–31.

Furtado, P. & Frayret, J. (2014): *Impact of Resource Sharing of Freight Transportation*. In : First International Physical Internet Conference. Québec City, Canada, May 28-30 . pp. 1–15.

Genta, S. & Cruijssen, F. (2013): *Web . Set of Methods and Tools Supporting Collaboration and Co-Modality*. In *CO3: Collaboration Concepts for Co-Modality Deliverable D2.6*. Available online at <http://www.co3-project.eu/wo3/wp-content/uploads/2011/12/CO3-D-2-6-WP2-T2.2-D2.6-20131031-2.pdf>. Revisado 20 de marzo de 2017.

Hernández, J.C. and Vizán, A. (2013): *Lean Manufacturing. Concepto, técnicas e implantación*, Fundación EOI.

Hofman, W. (2015): *Federated Platforms for Seamless Interoperability in the Physical Internet*. In : Second Physical Internet Conference. Paris, France, July 6-8, pp. 1–16.

Jacobs, K., Van Lent, C., Verstrepen, S. & Bogen, M. (2014): *Horizontal Collaboration in Fresh & Chilled Retail Distribution*. In *CO3: Collaboration Concepts for Co-Modality Deliverable D4.3.2*. Online at <http://www.co3-project.eu/wo3/wp-content/uploads/2011/12/CO3-Deliverable-Nestle-C3-A9-Pepsico-STEF-case-study-1.pdf>. Revisado 01 de mayo de 2017.

Klotz, L., Michael H., Henry, H. and John, B. (2008): *The Impact of Process Mapping on Transparency*. *International Journal of Productivity and Performance*.

Koulougli, K., Chaabane, A. & Amodeo, L. (2015): *Assessment of Transportation Collaboration in Global Logistics*. In : Second Physical Internet Conference. Paris, France, July 6-8, pp. 1–16.  
Landschützer, C., Ehrentraut, F. & Jodin, D. *Containers for the Physical Internet: Requirements and Engineering Design Related to FMCG Logistics*. In *Logistics Research 2015*, Vol. 8 (1), pp. 1–22. Available online at <http://dx.doi.org/10.1007/s12159-015-0126-3>.

Liker, J. K. (2004): *The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer* (Reissue ed.). McGraw-Hill Education.

Lin, Y., Meller, R., Ellis, K., Thomas, L. & Lombardi, B. (2014): *A decomposition-based approach for the selection of standardized modular containers*. In *International Journal of Production Research*, Vol. 52 (15), pp. 4660–4672. Available online at <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=97015269&site=ehost-live>.

Meller, R., Lin, Y., Ellis, K. & Thomas, L. (2012): *Standardizing Container Sizes Saves Space in the Trailer: A Result of the CELDi Physical Internet Project*. In *Center for Excellence in Logistics and Distribution*, University of Arkansas.

Meller, R., Montreuil, B., Thivierge, C., Montreuil, B. & Zachary. (2012): *Functional Design of Physical Internet Facilities: A Road-Based Transit Center*. In Benoit Montreuil (Ed.): *Progress in Material Handling Research*. Charlotte, NC: MHIA.

Montreuil, B. (2009): *The Physical Internet Manifesto*. [online], version 1.10 available: <http://www.physicalinternetinitiative.org>, recuperado el 13 de enero de 2017.

Montreuil, B. (2010): *Physical Internet Manifesto*, version 1.4, 2010-04-02, [www.physicalinternetinitiative.org](http://www.physicalinternetinitiative.org), recuperado el 10 de enero de 2017.

Montreuil, B. (2011): *Toward a Physical Internet: meeting the global logistics sustainability grand challenge*. Logistics Research, 3(2-3), 71-87

Montreuil, B., Meller, R & Ballot, E, (2010): *Towards a Physical Internet: The Impact on Logistics Facilities and Material Handling Systems Design and Innovation* Functional. In : International Material Handling Research Colloquium, IMHRC 2010. Milwaukee, US, June 21-24 2010.

Montreuil B., R.D. Meller & E. Ballot (2012): *Physical Internet Foundations*, In: *Service Orientation in Holonic and Multi Agent Manufacturing and Robotics*, edited by T. Borangiu et al., Springer.

Montreuil, B., Meller, R. D., & Ballot, E. (2013). Physical internet foundations. In *Service orientation in holonic and multi agent manufacturing and robotics* (pp. 151-166). Springer Berlin Heidelberg.

Montreuil, B., Ballot, E, & Fontane, F.(2012): *An Open Logistics Interconnection Model for the Physical Internet*. In : *Information Control Problems in Manufacturing*. Bucharest, Romania, 23-25 May, pp. 1–6.

Montreuil, B., Meller, R., Thivierge, C., Montreuil & Zachary, (2013): *Functional Design of Physical Internet Facilities: A Road-Based Crossdocking Hub*. In *Faculté des sciences de l'administration, Université Laval*, 2013 pp. 1–55.

Montreuil, B., Rougès, J.F., Cimon, Y & Poulin, D.(2012c): *The Physical Internet and Business Model Innovation*. In *Technology Innovation Management Review*. June, pp. 32–37.

Oktaei, P., Hakimi, D., Lehoux, N, Montreuil, B & Cloutier,, C.(2015): *Impact of Geographic Locations on the Business Model of Physical Internet Enabled Transit Centers*. In : *Second Physical Internet Conference*. Paris, France, July 6-8, 2015, pp. 1–19.

Oktaei, Parnian; Lehoux, N & Montreuil, B.(2014): *Designing Business Models for Physical Internet Transit Centers*". In : *First International Physical Internet Conference*. Québec City, Canada, May 28-30 2014, pp. 1–17.

Pach, C., Berger, T., Adam, E., Bonte, T & Sallez, Y.(2014): *Proposition of a Potential Fields Approach to Solve Routing in a Rail-Road PI-Hub*. In : *First International Physical Internet Conference*. Québec City, Canada, 28-30 May 2014, pp. 1–12.

Pan, S., Ballot, E., Huang, G., Montreuil, B. (2017): *Physical Internet and interconnected logistics services: research and applications*. International Journal of Production Research, Vol. 55, No. 9, pp. 2603-2609. DOI: 10.1080/00207543.2017.1302620

Rossi S. (2012): *Challenges of Co-Modality in a Collaborative Environment*. In *CO3: Collaboration Concepts for Co-Modality* Deliverable D2.3. 2012. Available online at [http://www.co3-project.eu/wo3/wp-content/uploads/2011/12/CO3-D-2-3-Position-Paper-on-Co-modality\\_def.pdf](http://www.co3-project.eu/wo3/wp-content/uploads/2011/12/CO3-D-2-3-Position-Paper-on-Co-modality_def.pdf). Revisado 01 de mayo de 2017.

Rother,

M & Johns, H. (1999). *Learning see: allocation of added value current value and eliminate Muda*. Brookline, MA: Lean Enterprise Institute.

Rougès, J.F. & Montreuil, B. (2014): *Crowdsourcing Delivery: New Interconnected Business Models to Reinvent Delivery*. In : First International Physical Internet Conference. Québec City, Canada, May 28-30, 2014, pp. 1–19.

Sallez, Y., Montreuil, B. & Ballot, E. (2015): *On the Activeness of Physical Internet Containers*. In Theodor Borangiu, André Thomas, Damien Trentesaux (Eds.): *Service Orientation in Holonic and Multi-agent Manufacturing*, Vol. 594: Springer International Publishing (Studies in Computational Intelligence), pp. 259-269. Available online at [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-15159-5\\_24](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-15159-5_24).

Sarraj, R., Ballot, E., Pan, S., Hakimi D & Montreuil B. (2014): *Interconnected Logistic Networks and Protocols: Simulation-Based Efficiency Assessment*. In International Journal of Production Research, Vol. 52 (11), pp. 3185–3208.

Seth, D. & Gupta, V. (2005): *Application of Value Stream Mapping for Lean Operations and Cycle Time Reduction: An Indian Case Study*. Production Planning & Control 16 (1): 44–59.

Sohrabi, H & Montreuil, B. (2014): *Towards an Interconnected Distribution Planning Framework*. In : First International Physical Internet Conference. Québec City, Canada, May 28-30, pp. 1–15.

Tran-Dang, H., Krommenacker, N & Charpentier, P. (2015): *Enhancing the Functionality of Physical Internet Containers by Wireless Sensor Networks*. In : Second Physical Internet Conference, pp. 1–13. Paris, France, July

Trentesaux T (Eds.): *Service Orientation in Holonic and Multi-agent Manufacturing*, Vol. 594: Springer International Publishing (Studies in Computational Intelligence), pp. 307-314. Available online at [http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-151595\\_28](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-151595_28).

Tretola, G & Verdino, V. (2014): *A Collaborative Approach for Managing Data and Processes in the Physical Internet Using Modular Logistics*. In : First International Physical Internet Conference. Québec City, Canada, 28-30 May, pp. 1–47.

Tretola, G., Verdino, V & Biggi, D. (2015): *A Common Data Model for the Physical Internet*. In : Second Physical Internet Conference. Paris, France, July 6-8, pp. 1–16.

Verstrepen, S & Van den Bossche, L. (2014): *Retail Inbound Horizontal Collaboration*. Available online at [http://www.co3-project.eu/wo3/wpcontent/uploads/2011/12/spar\\_retail\\_bundling\\_of\\_loads.pdf](http://www.co3-project.eu/wo3/wpcontent/uploads/2011/12/spar_retail_bundling_of_loads.pdf). Revisado 20 de marzo de 2017.

Walha, F., Chaabane, S., Bekrar, A & Loukil, T. (2015): *A Simulated Annealing Metaheuristic for a Rail-Road PI-Hub Allocation Problem*. In Theodor Borangiu, André Thomas, Damien, pp. 16. Womack, J., Jones, D. T. and Roos, D. (1990): *The Machine That Changed the World*. New York, Rawson Associates.

Womack, J. P. & Jones, D. (1996): *Lean thinking: Banish waste and create wealth in your organisation*. Simon and Shuster, New York, NY 397. <https://www.edrawsoft.com/template-logistics-value-stream-map.php>, 06/01/2017

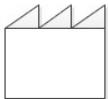









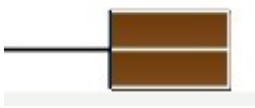

Womack, J. P. & Jones, D. (2003): *Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth In Your Corporation*. Second edition. Simon & Schusters. New York.

Xu, X., Pan, S & Ballot, E. (2013): *A Sharing Mechanism for Superadditive and Non-Superadditive Logistics Cooperation*. In : International Conference on Industrial Engineering and Systems Management. Rabat, Morocco, October 28-30 2013, pp. 1–10.

Zhang, Y., Liu, S., Liu, Y & Li, R, (2016): *Smart box-enabled product-service system for cloud logistics*. In International Journal for Production Research, pp. 1–14.

Zijm, H., Klumpp, M. (2016): *Future Logistics: What to expect, how to adapt*. Proceedings of the 5th International Conference LDIC, 2016, Bremen, Springer.

**ANEXO: SÍMBOLOS VSM. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.**

Símbolo	Significado	Símbolo	Significado
	Fuentes externas: Representa a clientes, proveedores y procesos de manufactura externos		Flecha de traslado: Representa el traslado de materias primas y producto terminado.
	Transporte		Información: Programación.
	Casillero de datos con indicadores del proceso.		Flecha de empuje para conectar flujo de materiales. Push
	Flecha de arrastre para conectar flujo de materiales. Pull		Información transmitida de forma manual.
	Información transmitida de forma electrónica.		Relámpago Kaizen: Simboliza los puntos donde deben realizarse mejoras.
	Final de línea del tiempo: Indica Lead Time.		Operador: Indica el número de operarios

## DISPONIBILIDAD PARA TRABAJAR Y BÚSQUEDA DE EMPLEO. UN ANÁLISIS DE GÉNERO

Margarita Gallego Sánchez<sup>1</sup>  
Universidad de Cádiz  
e-mail: [margarita.gallego@uca.es](mailto:margarita.gallego@uca.es)

### Resumen:

La identificación y valoración del trabajo con aquel que se realizaba exclusivamente en el ámbito mercantil durante el proceso de acumulación capitalista relegó a un segundo plano el trabajo realizado en el ámbito doméstico y de los cuidados y a quienes lo realizaban, y sin el cual no hubiera sido posible la transformación en el mundo del trabajo (Federichi, 2009, Bianchi, 2017). Aun hoy estos trabajos continúan siendo invisibles. En la actualidad, la mayoría de las estadísticas laborales describen con el término “inactividad” los trabajos de los cuidados, o “cares”, y el trabajo doméstico, ya sea en el ámbito familiar o en la forma de servicios externos<sup>1</sup>. En España, las definiciones operativas de actividad y paro de la Encuesta de Población Activa (en adelante EPA) relegan a la inactividad a un conjunto de personas, en su mayoría mujeres, que no pueden incorporarse al mercado laboral por diferentes motivos.

En su dimensión de género, la importancia de considerar “activas” a un sector importante de población disponible para trabajar, más allá de denunciar su sesgo androcéntrico, reviste de gran importancia en el diseño de las políticas públicas, ya que solo es posible proponer medidas adecuadas cuando se visibilizan las demandas y han sido previamente diagnosticadas. El objetivo de este trabajo es precisamente cuantificar y visibilizar este colectivo encubierto en las estadísticas de empleo, que alcanza cerca de los 1,3 millones de personas. Tras un análisis de la evolución y perspectivas de la población activa en España, analizaremos, desde la perspectiva de género y partir de los microdatos proporcionados por la propia EPA, las razones por las que una parte de la población disponible para trabajar no busca empleo, para posteriormente analizar el por qué las personas que quieren trabajar no pueden incorporarse a un empleo, con objeto de determinar los factores que inciden en su no participación y que establecen su exclusión de la actividad.

**Palabras clave:** Encuesta de Población Activa - disponibilidad para trabajar - mercado de trabajo- crisis económica- precariedad laboral- inactividad- género.

### Abstract:

## AVAILABILITY FOR WORK AND THE JOB SEARCH. A GENDER ANALYSIS

The valuation and identification of work exclusively with jobs related to a mercantile sphere during the Capitalism accumulation process, put those housekeeping and care jobs, which were decisive for the transformation of the world work, and those individuals who carried them out, in a second place (Federichi, 2009, Bianchi, 2017). Even today, these jobs keep being invisible. Currently, most of labour statistics use the term “inactivity” to refer to care and housekeeping jobs, either carried out in a family circle or as an external service. In Spain, the operative definitions for inactivity and unemployment contained at the Labour Force Survey (EPA) define a number of individuals, most of them women who can not enter the workforce as per many different reasons, as inactive.

---

<sup>1</sup> Licenciada en Ciencias Políticas y Sociología, especialidad Sociología, por la Universidad de Granada. Licenciada en Ciencias del Trabajo, por la Universidad de Cádiz. Maestría Universitaria en Mediación por la Universidad de Cádiz. Profesora en el área de Sociología en la Universidad de Cádiz.

From a gender point of view, considering a relevant part of the population who are available for work and can't do it as "active", beyond condemning male bias, is of great importance for the design of public policies, as it is only possible to propose appropriate measures if people's petitions are visible and once they have been previously assessed. The aim of this paper is precisely to quantify and to give visibility to this part of the population, which reaches near 1.3 million of people and to analyze the barriers which prevent their entry on the workforce. After an analysis of the evolution and perspectives of the active population in Spain, first we analyze, from a gender perspective and based on microdata provided by the EPA, the reasons why a part of the population available for work does not search for an employment, and then, an analysis of the reasons why those individuals willing to enter the workforce can't do it, with the purpose of determining the elements which have an impact on the non-participation and which establish their exclusion from the workforce.

**Key Words:** active population survey – availability to work –workforce- economic crisis – job insecurity- inactivity- gender.

## 1. Introducción

El concepto “inactividad”, según la Real Academia Española de la Lengua significa “carente de toda actividad o movimiento” y surge, según García Sanz en oposición al concepto de “actividad” como una distinción de *clase*, consolidándose ya en el siglo XX en las estadísticas de empleo como una distinción sobre todo de *género* para designar a las personas, en su mayor parte mujeres, que permanecen fuera del mercado laboral. Como consecuencia, los resultados de la explotación de los datos dan lugar a una interpretación de las personas inactivas como dependientes económicamente, poco integradas en la actividad económica o que no trabajan o trabajan menos horas. (García Sanz, 176-177).

Como afirman Carrasco y Mayordomo, el modelo teórico sobre el que descansan las estadísticas de empleo circunscribe el trabajo exclusivamente a su dimensión capitalista, obviando las actividades productivas no mercantiles que en la división social del trabajo quedan relegadas a la mujer. De esta manera, el término “inactivo” en las estadísticas de empleo encubre en la realidad trabajos que no son retribuidos ni valorados (2000),

En España la EPA, aun siendo la principal fuente para medir la actividad económica, escapa a los conceptos que pretenden aprehenderla (García Sanz, 1993:61). Esto es así porque la complejidad y multidimensionalidad del mundo del trabajo y de la realidad es interpretada bajo el prisma del modelo teórico elegido, el cual refleja la perspectiva de quienes ostentan el poder para elaborarlo y bajo el que las medidas estadísticas recogen tan solo la información que el modelo considera relevante (Carrasco y Mayordomo, 2000).

En el ámbito comunitario, el nuevo Reglamento 1897/2000 de la CE representa el modelo imperante en las estadísticas del mercado de trabajo europeas. Dicho Reglamento, siguiendo los criterios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), establece las disposiciones relativas a la organización de la encuesta muestral sobre la población activa y una definición operativa de “desempleado” como: las personas de 15 a 74 años que están sin trabajo, disponibles para trabajar y que buscan “activamente” empleo<sup>ii</sup>. Sobre este último requisito, mediante el nuevo Reglamento, la sola inscripción como demandante de empleo en las oficinas públicas de empleo (en España el Servicio Público de Empleo Estatal) deja de considerarse como un método de búsqueda *activa* de empleo, siendo este un requisito indispensable para su inclusión como población activa.

Desde el punto de vista sociológico existe también discordancia entre lo que para las personas y la sociedad significa estar activas (y en paro) y los criterios que adoptan las estadísticas para su inclusión como tales. Sanchís y Simó (2014) explican esta discrepancia argumentando la existencia de un “paro sociológico” que surge de las representaciones sociales sobre la figura del parado, distinto al que miden las estadísticas oficiales. Así por ejemplo una persona que está estudiando oposiciones y no ha buscado “activamente” empleo en las últimas dos semanas se clasifica como “inactiva”, aunque para sus familiares, amigos y entorno más cercano esté desempleada. O aquella otra persona que trabajó apenas dos horas en las últimas dos semanas, que según los parámetros de la EPA se clasifica como ocupada, aunque realmente cualquiera podría considerar que está sin trabajo.

En este trabajo pretendemos sacar a la luz uno de los colectivos “invisibles” que la EPA excluye de la actividad y relega a la inactividad: la de un segmento de población que afirma que quiere trabajar, aunque por diversos motivos no busca o ha dejado de buscar activamente empleo. La particularidad de este segmento de “inactivos”, a diferencia del resto de inactivos que no trabajan por decisión propia, es la existencia de barreras, llamémosles externas, que impiden su participación laboral, y que los sitúa, a nuestro juicio, más cerca de la actividad que de la inactividad.

A lo largo de las siguientes páginas mostraremos en primer lugar, la evolución y las perspectivas de la población activa en España. En segundo lugar, mediante un análisis de los microdatos de la EPA analizaremos desde una visión de género, esa parte de la población que quiere trabajar



y está disponible para hacerlo pero que la EPA clasifica como inactiva. A continuación examinaremos las barreras que impiden la incorporación laboral a personas que queriendo trabajar no pueden incorporarse a un empleo. Por último, aportaremos unas breves conclusiones, que justifican la necesidad de incorporar la perspectiva de género y el consecuente cambio de modelo en las estadísticas laborales.

## **2- Evolución y perspectivas de la población activa en España**

Incrementar la población activa constituye un desafío para los países europeos, que, en mayor o menor medida, están viendo disminuir la ratio población activa/población dependiente por la dinámica demográfica. La aceleración del envejecimiento de la población y la entrada en la jubilación de la generación de la explosión demográfica de los años 60 da lugar a una disminución de la población activa. El menor número de activos, conjuntamente con un mayor número de jubilados se traduce en mayor dependencia económica. En España, según las proyecciones demográficas del INE el porcentaje de población de 65 y más años aumentará del 18,7% en 2016 al 25,6% en 2031 y al 34,6% en 2066<sup>iii</sup>.

En la línea de incentivar la participación laboral y disminuir la ratio población activa/dependiente, la nueva estrategia Europa 2020 establece como uno de los cinco objetivos prioritarios que “la tasa de empleo de la población de entre 20 y 64 años debería pasar del actual 69% a, como mínimo, el 75%” para el año 2020. España presenta una tasa de actividad elevada en relación a los países europeos, pero, pese a la incorporación de la mujer al trabajo, una de las tasas femeninas más bajas del conjunto europeo (un 53,3 en 2017).

El advenimiento de la crisis económica, y el conjunto de medidas adoptadas por el gobierno para salir de ésta, ha surtido importantes efectos no solo sobre la ocupación y el paro, sino también sobre la inactividad, variando la composición de la población en relación a la actividad (Alós, 2015). Estos cambios han afectado de manera diferencial a hombres y mujeres, destacando el incremento de la participación femenina durante la misma, lo que contrasta con lo sucedido en anteriores crisis, en el que el nivel de participación femenina se reducía (Rocha y Negueruela, 2014:30).

La mayor destrucción de empleo al inicio de la crisis económica en sectores tradicionalmente masculinos como la Industria y, sobre todo, la Construcción; la caída de las rentas familiares y la pérdida de poder adquisitivo, son señalados como factores explicativos de la incorporación laboral de las mujeres durante la crisis. (Serrano, 2012; Daher, 2013; Martínez y Víctor, 2015). El agotamiento de las prestaciones y el recorte de las políticas sociales provocó que muchas mujeres, que hasta entonces habían permanecido inactivas, quisieran incorporarse al mercado laboral (Rocha y Negueruela, 2014, Informe España, 2009). Este fenómeno se conoce como el “efecto del trabajador añadido” y consiste en la incorporación de nuevos activos a la búsqueda de empleo y ocurre ante la incertidumbre, la disminución de ingresos o cuando un miembro del hogar pierde su empleo. (Muñoz y Madroño, 2012).

La “salida de la crisis” en lo que se refiere al empleo es bastante dudosa. La crisis económica ha dejado tras de sí unos niveles de ocupación inferiores a los niveles previos a la misma, pese a la lenta recuperación a partir de 2012. Parte del empleo recuperado se ha producido bajo la forma de contratos temporales y de jornada parcial involuntario<sup>iv</sup>. En 2017, se contabilizaban un total de 940 mil subocupados más que en el 2006, lo que supone menores rentas, más inestabilidad y mayor precariedad laboral. El empeoramiento de las condiciones laborales y la caída de los salarios ha provocó que emergiera con fuerza un colectivo de trabajadores- el de trabajadores pobres- y que la disociación entre tener trabajo y estar en riesgo de exclusión desapareciera (Banyuls y Recio, 2017).

En el año 2017 (2º trimestre) se contabilizaba 2.1 millones más de desempleados que en 2006 pasando de los 1,8 millones de a 3,9 millones. Este incremento se debió, no tanto a las nuevas incorporaciones al mercado de trabajo – protagonizadas por jóvenes<sup>v</sup> en su mayoría- (parados

sin experiencia laboral), como al incremento de parados con experiencia laboral - trabajadores que perdieron sus empleos. (Tabla I).

**Tabla I: Composición de la población en relación a la actividad según clasificación EPA (2006-2017)**

Unidad: miles y %

	2006		2012		2017	
	n	%	nº	%	n	%
<b>POBLACIÓN ACTIVA</b>	<b>21.726</b>	<b>58,6%</b>	<b>23.490</b>	<b>60,5%</b>	<b>22.728</b>	<b>58,8%</b>
<b>Ocupados</b>	<b>19.891</b>	<b>53,7%</b>	<b>17.758</b>	<b>45,7%</b>	<b>18.813</b>	<b>48,7%</b>
Ocupados con insuficiencia horaria	1.501	7,5%	2.376	13,4%	1.941	10,30%
Resto de ocupados	18.391	92,5%	15.382	86,6%	16.872	89,7%
<b>Desempleados</b>	<b>1.834</b>	<b>5,0%</b>	<b>5.731</b>	<b>14,8%</b>	<b>3.914</b>	<b>10,1%</b>
Parados que buscan primer empleo	214	11,7%	493	8,6%	414	10,6%
Parados que han trabajado antes	1.621	88,3%	5.238	91,4%	3.501	89,4%
<b>POBLACION INACTIVA</b>	<b>15.330</b>	<b>41,4%</b>	<b>15.334</b>	<b>39,5%</b>	<b>15.901</b>	<b>41,2%</b>
<b>Activos potenciales</b>	<b>555</b>	<b>3,6%</b>	<b>629</b>	<b>4,1%</b>	<b>473</b>	<b>3,0%</b>
Desanimados	248	44,7%	431	69,0%	301	44,7%
Resto de activos potenciales	307	55,3%	198	31,5%	172	36,4%
<b>Resto de inactivos</b>	<b>14.775</b>	<b>96%</b>	<b>14.705</b>	<b>95,9</b>	<b>15.428</b>	<b>97,0%</b>

Fuente: microdatos EPA (II Trim)

En relación a la inactividad, la EPA clasifica como tales a 15,9 millones de personas, de los cuales solo un 3% considera activos potenciales<sup>vi</sup>. Dentro de éstos, los desanimados constituyen un subgrupo de individuos que no busca trabajo porque creen que no lo van a encontrar, mientras que el resto de activos potenciales no lo hacen por otras razones relacionadas con el desánimo. Como se observa en la tabla I, durante la crisis el colectivo de inactivos se incrementó en 653 mil personas (un 4,4% más).

### 3- Disponibilidad para trabajar y búsqueda de empleo. Un análisis de género

La aplicación, a partir del IV trimestre de 2001 del nuevo Reglamento 1897/2000 de la CE por la EPA no supuso un cambio “formal” en la definición de “parado”, pero las nuevas instrucciones para interpretar la búsqueda “activa” de empleo provocó un efecto estadístico importante. La nueva interpretación afectó profundamente a las cifras, conllevando la reclasificación de 321,6 mil parados que migraron, bien hacia la inactividad -cuyos efectivos se incrementaron en 483,4 mil personas, bien hacia la ocupación, con más de 1,2 millones de ocupados más.

Como resultado, la tasa de actividad aumentó en 1,49 puntos porcentuales, mientras que la tasa de paro se redujo en un -2.46, alcanzándose unos niveles de desempleo históricamente bajos que tienen que ver más con esta circunstancia que con un crecimiento real del empleo durante estos años previos a la crisis. (Sanchís y Simó, 2014: 54).

El trasvase poblacional de una a otra categoría de la encuesta se produjo como consecuencia de que parte de la población que la EPA consideraba hasta entonces parada, pasó a clasificarse como inactiva: labores de hogar y estudios principalmente, mientras que otra parte de desocupados: trabajadores temporeros y fijos discontinuos durante el periodo de baja o a la espera de reanudar su actividad, así como parte de las personas insertas en un expediente de regulación de empleo<sup>vii</sup> fueron reclasificadas como ocupadas. En resumidas cuentas, el efecto estadístico provocó un descenso de la tasa de paro y un incremento de la tasa de empleo y de la población inactiva. En la siguiente tabla (tabla II) se muestra el impacto estadístico sobre la población.

**Tabla II: Impacto estadístico del Reglamento 1897/2000.**

Datos a IV trimestre de 2001.

	Datos antiguos (A)	Definición Reglamento 1997/2000	Diferencia (B-A)	(%) Variación
<b>Población de 16 años y más</b>	<b>32.974,5</b>	<b>33.799,9</b>	<b>825,4</b>	<b>+2,5</b>
<b>Activos</b>	<b>17.080,3</b>	<b>180.12,8</b>	<b>932,5</b>	<b>+5,5</b>
ocupados	14.866,9	16.121	1.254,1	+8,4
parados	2.213,4	1.891,8	-321,6	-14,5
<b>Inactivos</b>	<b>15.351</b>	<b>15.834,4</b>	<b>483,4</b>	<b>+3,1</b>
estudiantes	2.769,8	2.848,3	78,5	+2,8
jubilado	6.220,2	6.228,6	8,4	0,1
labores de hogar	5.142,6	5.342,4	199,8	3,9
incapacidad permanente	836,1	838,1		0,2
otra	328,2	576,9	248,7	75,8
Tasa de actividad	51,8	53,29	1,49	-

Fuente: Boletín informativo 23/2002 Cifras INE y EPA.

Pese a que las estadísticas que arroja la EPA tienen su base en la definición de las personas paradas como aquellas que cumplen unos parámetros: estar sin trabajo, disponibles para trabajar y buscar activamente empleo, a través de los microdatos de la propia encuesta es posible profundizar en esa parte de la población que es considerada parada al no cumplir el requisito de búsqueda de empleo, como son los disponibles que desean trabajar, pero que no buscan trabajo o han dejado de buscarlo. En el año 2017, 803 mil personas se encontraban en esta situación, de las cuales el 65,4% eran mujeres.

Por otra parte, para analizar las barreras que impiden la incorporación al mercado de trabajo, desde la perspectiva del género es importante conocer los motivos por las que hombres y mujeres no pueden incorporarse al mercado laboral. En el año 2017, 479 mil personas se hallaban en esta situación, en su mayor parte mujeres (70,5%). Sumado a los disponibles, esta población alcanza los 1,28 millones de personas y constituye, junto a los desempleados y subocupados con insuficiencia horaria, la fuerza de trabajo no utilizada.

Por otra parte, la inscripción como demandante de empleo, mecanismo que además permite la medición del paro mensual registrado por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) del Ministerio de Empleo y Seguridad, no es relevante para la EPA, pese a que dicho registro constituye el principal indicador coyuntural de la evolución del paro en España<sup>viii</sup>. La percepción de prestación o subsidio por desempleo tampoco supone la inclusión como parado en la EPA. Tal es así que más de la mitad de los disponibles clasificados como inactivos estaban inscritos como demandantes de empleo, y una tercera parte de los mismos percibía algún tipo de subsidio por desempleo (Tabla III).

**Tabla III: Disponibles que desean trabajar pero no buscan empleo, según su situación el domingo pasado en relación con la inscripción en las oficinas de empleo**

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estaba inscrito como demandante y recibía algún tipo de prestación	142.966	17,8	17,8
Estaba inscrito como demandante sin recibir subsidio o prestación por desempleo	280.293	34,9	52,7
No estaba inscrito como demandante	359.412	44,7	97,4
No contesta/no sabe	20.590	2,6	100,0
<b>Total</b>	<b>803.261</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: microdatos de la EPA (II trim. 2017)

La siguiente tabla (Tabla IV) muestra a las personas disponibles por tipo de inactividad en la que se clasifican (desanimados, activos potenciales y resto de inactivos) y razones por las que no buscan empleo. Como puede observarse, la EPA solo clasifica como *activos potenciales* a las personas desanimadas – razón principal por la que los disponibles no buscan empleo (38,3%) - y a aquellas que no buscan por “otras razones” relacionadas con el desánimo.

**Tabla IV: Disponibles para trabajar que no buscan empleo. por tipo de inactividad y razones por las que no busca.**

Unidad: miles y %.

DESEA=1 y DISP =1 FILTTR0 AOI = 0 >7

	Activos potenciales				Resto de inactivos		Total inactivos	
	Desanimados		Resto de activos potenciales					
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
<b>TOTAL</b>	<b>301,3</b>	<b>38,3%</b>	<b>115,6</b>	<b>14,7%</b>	<b>370,5</b>	<b>47,1%</b>	<b>787,4</b>	<b>100,0</b>
No sabe	-		-		5,6	0,7%	5,6	0,7%
Cree que no lo va a encontrar	301,3	38,3%	-		-		301,3	38,3%
Está afectado por una regulación de empleo	-		2,7	0,3%	-		2,7	0,3%
Por enfermedad o incapacidad propia	-		-		51,6	6,5%	51,6	6,5%
Cuidado de niños o de adultos enfermos discapacitados o mayores	-		-		69,0	8,8%	69,0	8,8%
Tiene otras responsabilidades familiares o personales	-		-		105,2	13,4%	105,2	13,4%
Está cursando estudios o recibiendo formación	-		-		135,3	17,2%	135,3	17,2%
Jubilado	-		-		3,8	0,5%	3,8	0,5%
Otras razones <sup>(1)</sup>	-		112,9	14,3%	-		112,9	14,3%

Fuente: elaboración propia a partir de los microdatos de la EPA. II Trimestre

<sup>(1)</sup> Razones por las que no busca:

No creen que haya ninguno disponible en los alrededores;

No creen que ninguno se adapte a su cualificación

no saben dónde dirigirse para encontrarlo

Esperan la estación de mayor actividad;

Esperan los resultados de gestiones anteriores;

Esperan reanudar su actividad por cuenta propia

Sin embargo, el género y la edad se configuran como variables determinantes a la hora de analizar los motivos por los que las personas disponibles no buscan empleo. El 66% son mujeres, y entre éstas, el cuidado de niños, enfermos o incapacitados y las responsabilidades familiares constituyen conjuntamente, tras el desánimo, el principal motivo para no buscar empleo (28,7%), mientras que este tipo de razones solo son mencionadas por el 9,3% de los hombres. A

diferencia de las mujeres, para los hombres, la principal razón para no buscar empleo tras el desánimo, son estudios (19,7%) seguido de otras razones relacionadas con el desánimo.

Los motivos para no buscar trabajo son también muy diferentes en función de la edad y marcan las diferentes trayectorias que seguidas por hombres y mujeres. Entre los jóvenes de 16 a 24 años, los estudios constituyen la principal razón por la que no buscan empleo. A partir de los 25 años, aparece la brecha de género, y se aprecian importantes diferencias entre hombres y mujeres.

Entre los 25 y los 34 años los estudios siguen siendo el factor más importante entre los jóvenes para no buscar trabajo (31,7%), mientras que en el caso de las chicas la razón principal pasa a ser el cuidado de menores, ancianos y/o incapacitados (20,8%) que conjuntamente con las responsabilidades familiares constituyen la causa principal para el 37,6% de las chicas, frente al 13,6% de los chicos.

La brecha de género se incrementa aún más entre los 35 a los 44 años, intervalo de edad en la que casi la mitad de las mujeres entre los 35 y 44 años (47,9%) argumentan razones relacionadas con la conciliación laboral, personal y familiar, frente a un 9,3% de los varones. A partir de los 45 años, el desánimo se configura como la razón predominante tanto en hombres como en mujeres.

**Tabla V: Disponibles por razones por las que no busca empleo y grupo de edad. HOMBRES**

Tabla cruzada (personas sin empleo que no buscan empleo) razones por las que no busca empleo*EDAD10 HOMBRES								
			EDAD10					Total
			De 16 a 24	De 25 a 34	de 35 a 44	De 45 a 54	55 y mas	
(Personas sin empleo) Razones por las que no busca empleo	No sabe	Recuento	637	655	878	1058	829	4057
		% dentro de EDAD10	,8%	1,4%	2,6%	2,6%	1,3%	1,5%
		% del total	,2%	,2%	,3%	,4%	,3%	1,5%
	Cree que no lo va a encontrar	Recuento	9024	9694	8547	19035	43486	89786
		% dentro de EDAD10	11,2%	21,2%	25,0%	46,4%	65,6%	33,6%
		% del total	3,4%	3,6%	3,2%	7,1%	16,3%	33,6%
	Está afectado por una regulación de empleo	Recuento	0	863	0	290	679	1831
		% dentro de EDAD10	0,0%	1,9%	0,0%	,7%	1,0%	,7%
		% del total	0,0%	,3%	0,0%	,1%	,3%	,7%
	Por enfermedad o incapacidad propia	Recuento	4028	2382	2723	4348	7339	20820
		% dentro de EDAD10	5,0%	5,2%	8,0%	10,6%	11,1%	7,8%
		% del total	1,5%	,9%	1,0%	1,6%	2,7%	7,8%
	Cuidado de niños o de adultos enfermos	Recuento	0	1661	3821	3347	0	8829
		% dentro de EDAD10	0,0%	3,6%	11,2%	8,2%	0,0%	3,3%
		% del total	0,0%	,6%	1,4%	1,3%	0,0%	3,3%
	Tiene otras responsabilidades familiares o personales	Recuento	3289	4576	1993	2442	3792	16092
		% dentro de EDAD10	4,1%	10,0%	5,8%	6,0%	5,7%	6,0%
		% del total	1,2%	1,7%	,7%	,9%	1,4%	6,0%
	Está cursando estudios o recibiendo formación	Recuento	52793	14500	2935	738	329	71294
		% dentro de EDAD10	65,8%	31,7%	8,6%	1,8%	,5%	26,7%
		% del total	19,7%	5,4%	1,1%	,3%	,1%	26,7%
	Está jubilado	Recuento	0	0	0	0	2118	2118
		% dentro de EDAD10	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	,8%
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	,8%	,8%
	Otras razones	Recuento	10462	11435	13234	9753	7676	52561
		% dentro de EDAD10	13,0%	25,0%	38,8%	23,8%	11,6%	19,7%
		% del total	3,9%	4,3%	4,9%	3,6%	2,9%	19,7%
Total		Recuento	80232	45766	34131	41012	66247	267388
		% dentro de EDAD10	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	30,0%	17,1%	12,8%	15,3%	24,8%	100,0%

a. SEXO = varón

**Tabla VI: Disponibles por razones por las que no busca empleo y grupo de edad. MUJERES**

Tabla cruzada (personas sin empleo que no buscan empleo) razones por las que no busca empleo*EDAD10 MUJERES								
			EDAD10					Total
			De 16 a 24	De 25 a 34	de 35 a 44	De 45 a 54	55 y mas	
(Personas sin empleo) Razones por las que no busca empleo	No sabe	Recuento	140	177	1105	144	0	1565
		% dentro de EDAD10	,2%	,3%	1,3%	,1%	0,0%	,3%
		% del total	,0%	,0%	,2%	,0%	0,0%	,3%
	Cree que no lo va a encontrar	Recuento	4621	7442	21269	74481	103676	211489
		% dentro de EDAD10	7,2%	14,1%	24,2%	<b>46,0%</b>	<b>67,5%</b>	40,7%
		% del total	,9%	1,4%	4,1%	14,3%	19,9%	40,7%
	Está afectado por una regulación de empleo	Recuento	0	0	0	138	715	853
		% dentro de EDAD10	0,0%	0,0%	0,0%	,1%	,5%	,2%
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	,0%	,1%	,2%
	Por enfermedad o incapacidad propia	Recuento	842	2066	4548	9589	13689	30735
		% dentro de EDAD10	1,3%	3,9%	5,2%	5,9%	8,9%	5,9%
		% del total	,2%	,4%	,9%	1,8%	2,6%	5,9%
	Cuidado de niños o de adultos enfermos, discapacitados o mayores	Recuento	1233	10959	23500	17483	6959	60135
		% dentro de EDAD10	1,9%	<b>20,8%</b>	<b>26,7%</b>	10,8%	4,5%	11,6%
		% del total	,2%	2,1%	4,5%	3,4%	1,3%	11,6%
	Tiene otras responsabilidades familiares o personales	Recuento	6942	8826	18626	37021	17725	89140
		% dentro de EDAD10	10,9%	<b>16,8%</b>	<b>21,2%</b>	22,9%	11,5%	17,1%
		% del total	1,3%	1,7%	3,6%	7,1%	3,4%	17,1%
	Está cursando estudios o recibiendo formación	Recuento	42597	10710	6594	3779	339	64019
		% dentro de EDAD10	<b>66,8%</b>	20,3%	7,5%	2,3%	,2%	12,3%
		% del total	8,2%	2,1%	1,3%	,7%	,1%	12,3%
	Está jubilado	Recuento	0	0	0	0	1732	1732
		% dentro de EDAD10	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	,3%
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	,3%	,3%
	Otras razones	Recuento	7401	12499	12360	19270	8834	60363
		% dentro de EDAD10	11,6%	23,7%	14,0%	11,9%	5,7%	11,6%
		% del total	1,4%	2,4%	2,4%	3,7%	1,7%	11,6%
Total		Recuento	63777	52678	88002	161905	153668	520030
		% dentro de EDAD10	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	12,3%	10,1%	16,9%	31,1%	29,5%	100,0%

a. SEXO = mujer

a. SEXO = mujer

#### 4. Barreras a la incorporación laboral

La imposibilidad de incorporarse a un empleo constituye también una de las causas de inactividad según los criterios de la EPA. Sin embargo, muchas de las razones para no poder incorporarse a un empleo tienen su origen en las dificultades para conciliar la vida laboral, personal y familiar, y que constituyen barreras para la inserción que afectan básicamente a las mujeres. (El 70% lo son). A partir de los 25 años en adelante las responsabilidades familiares y personales (incluido el cuidado de hijos, incapacitados o enfermos) constituye la principal barrera para la incorporación laboral en las mujeres (un 44.2%), e incide especialmente entre las que tienen entre 35 a 44 años (61%), frente a solo un 7% de los hombres a esas edades.

Al igual que ocurría en los disponibles, hasta los 25 años estar estudiando es la principal razón para no poder incorporarse a un empleo en ambos sexos (79,1%), apareciendo la brecha de género a partir de los 25 años. Entre los 25 y los 34 años, las responsabilidades familiares aparece como la principal razón entre las jóvenes para no poder incorporarse a un empleo (40,5%) mientras que apenas es significativo entre los jóvenes de estas edades (4,6%), siendo los estudios el motivo principal para el 58,5% de los hombres de estas edades.

**Tabla VII. Personas que desean trabajar, pero no están disponibles. Razones para no poder incorporarse en el plazo de dos semanas. HOMBRES**

Tabla cruzada razones para no poder incorporarse en el plazo de 2 semanas*EDAD10*HOMBRES								
			EDAD10					Total
			De 16 a 24	De 25 a 34	de 35 a 44	De 45 a 54	55 y mas	
razones para no poder incorporarse en el plazo de 2 semanas	Tener que completar estudios o formación	Recuento	27,5	10,9	0,5	0,4	0	39,2
		% dentro de EDAD10	78,0%	58,5%	2,4%	2,1%	0,0%	32,1%
		% del total	22,4%	8,9%	,4%	,4%	0,0%	32,1%
	Responsabilidades familiares o personales	Recuento	3,0	0,9	1,3	4,6	5,7	15,5
		% dentro de EDAD10	8,6%	4,6%	7,0%	22,3%	19,6%	12,7%
		% del total	2,5%	,7%	1,1%	3,8%	4,6%	12,7%
	Enfermedad o incapacidad propias	Recuento	1,5	4,4	13,5	12,8	18,1	50,4
		% dentro de EDAD10	4,2%	23,5%	71,7%	62,3%	62,5%	41,2%
		% del total	1,2%	3,6%	11,1%	10,5%	14,8%	41,2%
	Otras razones	Recuento	3,3	2,5	3,6	2,7	5,2	17,2
		% dentro de EDAD10	9,2%	13,4%	18,9%	13,2%	17,9%	14,1%
		% del total	2,7%	2,0%	2,9%	2,2%	4,2%	14,1%
Total		Recuento	35,2	18,6	18,9	20,6	29,0	122,3
		% dentro de EDAD10	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	28,8%	15,2%	15,4%	16,8%	23,7%	100,0%

a. SEXO = varón

Fuente: elaboración propia a partir de los microdatos EPA (2º trim.17)

**Tabla VIII. Personas que desean trabajar, pero no están disponibles. Razones para no poder incorporarse en el plazo de dos semanas. MUJERES**

Tabla cruzada Razones para no poder incorporarse en el plazo de 2 semanas*EDAD10* MUJERES								
			EDAD10					Total
			De 16 a 24	De 25 a 34	de 35 a 44	De 45 a 54	55 y mas	
Razones para no poder incorporarse en el plazo de 2 semanas	Tener que completar estudios o formación	Recuento	31,0	9,2	1,5	1,9	0,4	43,9
		% dentro de EDAD10	80,2%	21,2%	3,0%	2,6%	,5%	15,8%
		% del total	11,1%	3,3%	,5%	,7%	,1%	15,8%
	Responsab. familiares o personales	Recuento	2,0	17,6	30,0	38,1	35,3	123,0
		% dentro de EDAD10	5,1%	40,5%	61,0%	53,7%	46,4%	44,2%
		% del total	,7%	6,3%	10,8%	13,7%	12,7%	44,2%
	Enfermedad o incapacidad propias	Recuento	1,0	9,1	12,3	27,2	32,9	82,6
		% dentro de EDAD10	2,5%	21,1%	25,1%	38,3%	43,4%	29,7%
		% del total	,3%	3,3%	4,4%	9,8%	11,8%	29,7%
	Otras razones	Recuento	4,7	7,5	5,4	3,7	7,4	28,7
		% dentro de EDAD10	12,2%	17,2%	10,9%	5,3%	9,7%	10,3%
		% del total	1,7%	2,7%	1,9%	1,3%	2,7%	10,3%
Total	Recuento	38,7	43,5	49,2	70,9	76,0	278,3	
	% dentro de EDAD10	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	13,9%	15,6%	17,7%	25,5%	27,3%	100,0%	

a. SEXO = mujer

Fuente: elaboración propia a partir de los microdatos EPA (2º trim.17)



Tener algún tipo de incapacidad o enfermedad constituye la principal barrera para la incorporación laboral en los hombres a partir de los 35 años, mientras que para la inmensa mayoría de las mujeres lo constituye la imposibilidad de conciliación laboral, personal y familiar.

Por tanto, los motivos por los que hombres y mujeres no participan en el mercado laboral tiene un significado muy distinto, e incluso opuesto, ya que mientras que en el caso de las mujeres los motivos se relacionan con los roles tradicionalmente asignados a su género, como el de cuidadora y ama de casa, en el caso de los hombres que no participan en mercado laboral, no lo hacen por motivos relacionados con su salud (41,2%) o sus estudios (32,1%), cuando estos son más jóvenes.

## 5. Conclusiones

El objetivo de este paper era evidenciar una realidad que queda oculta en las estadísticas de empleo, cuestionando la idoneidad clasificar como inactiva a un segmento de población, en su mayoría mujeres, que quieren trabajar y están disponibles para hacerlo, pese a no buscar trabajo, y que van a parar en las estadísticas a lo que parece el cajón de sastre donde se mezclan con aquellas otras personas que de manera voluntaria optaron por no trabajar, sin embargo parece carente de todo sentido tratar de manera homogénea a las personas que afirman estar disponibles y quieren trabajar, de aquellas otras que se encuentran fuera del mercado laboral por decisión propia.

La importancia de cómo se mide la actividad económica y el empleo, más allá de reivindicar la infravalorada contribución económica y social de los trabajos “no productivos” y “no pagados” realizados mayoritariamente por las mujeres, trasciende a la esfera de las políticas públicas, en tanto que los indicadores de actividad, empleo y desempleo constituyen la base sobre las que se toman decisiones y elaboran las estrategias. Como señalan Carrasco y Mayordomo “prestar escasa o nula atención al trabajo no remunerado deja de ser un problema exclusivamente analítico y simbólico desde el momento en que los datos estadísticos sirven de base para la elaboración e implementación de programas sociales y políticas económicas, que, en definitiva, resultarían inadecuadas para corregir las desigualdades sociales existentes entre hombres y mujeres” (104:2000).

Tras el análisis empírico se evidencia que, si bien no todas las razones argumentadas por las personas que quieren trabajar tienen su base en las dificultades de conciliación familiar, laboral y personal, es significativo cómo en la mayoría de los casos estas situaciones se corresponden con mujeres que encuentran serias dificultades para su participación laboral. Los datos muestran que el uso del término “inactivo” en las estadísticas de empleo encubre en la realidad trabajos que no son retribuidos ni valorados y que el trabajo doméstico y de cuidados se configuran como los elementos que están detrás de la consideración de inactivas y constituyen el principal impedimento para la integración laboral de las mujeres. La brecha de género se hace más evidente cuando lo que se analizan son las barreras para la incorporación laboral de esa parte de la población que no está disponible para trabajar y donde perduran los roles arraigados que vinculan el trabajo de las mujeres con el trabajo reproductivo en el que quedan relegadas pese a querer trabajar.

En línea con los objetivos comunitarios de la estrategia 2020 de incrementar la tasa de actividad, que necesariamente pasa por el incremento de la actividad femenina, precisa incorporar la perspectiva de género en las estadísticas de empleo, al tiempo que las políticas y medidas contribuyan a reducir las desigualdades de género, haciendo visible la aportación de los empleos “no productivos” y su contribución a la sociedad.

Es necesario una reinterpretación del sistema social de producción, que reconozca la producción y reproducción del trabajo como una actividad socio-económica y como una fuente de

acumulación del capital, en lugar de mistificarla como un recurso natural o un servicio personal, y sacar provecho de la condición no-asalariada del trabajo involucrado.

## 6. Bibliografía

ALÓS, R. (2015): "Desempleo y empleo durante la crisis". En MIGUÉLEZ (coord.) *Diagnóstico socio-económico sobre las políticas de empleo en España, 2012-2014*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible en <http://ddd.uab.cat/record/142884> con acceso el 20/02/2018

BANYULS, J. Y RECIO, A. (2017) "La pobreza laboral en España: causas y alternativas políticas". *Anuario IET de Trabajo y Relaciones Laborales*. Desigualdades en el Mercado de Trabajo después de la Gran Recesión. Vol.4, pp. 135-149.

BIANCHI PERNASILICI (2017): "El empleo de hogar y crisis económica. Una mirada desde las experiencias de hombres y mujeres procedentes de países andinos". *Revista del Economía y Sociología*, nº131, Ministerio de Empleo y Seguridad Social, pp. 141-170.

CARRASCO Y MAYORDOMO (2000): "Los modelos y estadísticas de empleo como construcción social: la encuesta de población activa y el sesgo de género". *Política y Sociedad*, 34, pp. 101-112.

COMUNICACIÓN CE (COM 2010): Europa 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

DAHER, A. (2013): "El sector inmobiliario y las crisis económicas" en *EURE*, 39 (118): pp.47-76.

FEDERICI, SIVIA (2009) *Caliban and the Witch*. Autonomedia, Brooklyn, New York.

GARCÍA, M.A. (2005) "Cambios en la Encuesta de población activa 2005" *Revista Índice*. Temas de portada Julio 2005, pp. 6 a 10. Disponible en <http://www.revistaindice.com/numero11/p6.pdf>, con acceso el 27/02/18.

GARCÍA SÁINZ, CRISTINA (1993) "Revisión de los conceptos de la Encuesta de Población Activa" *Reis*, nº6, pp. 173 a194.

"La crisis desata el 'efecto del trabajador añadido': mujeres con marido en el paro y mayores de 45 años se convierten en los nuevos buscadores activos de empleo". 26/02/2009 [www.elconfidencialdigital.com](http://www.elconfidencialdigital.com). Disponible en: [https://www.elconfidencialdigital.com/dinero/trabajador-mayores-convierten-buscadores-activos\\_0\\_1129687026.html](https://www.elconfidencialdigital.com/dinero/trabajador-mayores-convierten-buscadores-activos_0_1129687026.html). con acceso el 20/06/18.

MARTÍNEZ, R., Y VÍCTOR, C. (2015). *Análisis de la evolución de la crisis económica en el sector de la construcción en diferentes países de Europa en un período de 10 años, de 2003 a 2013* disponible en: <http://upcommons.upc.edu/handle/2117/76689>, con acceso el 12/05/2018

MINISTERIO DE TRABAJO E INMIGRACIÓN. (2010) *El empleo y la dimensión social en la estrategia UE-2020*. Subdirección General de Información Administrativa y Publicaciones.

MULAS-GRANADOS, C. y FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, RAFAEL (2011) "El empleo en España frente a la Estrategia 2020.", en *Cuadernos del Mercado de Trabajo*, Ed. Semestral 6 enero de 2011. Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal.

MUÑOZ DEL BUSTILLO, R. (2002): "Mercado de trabajo y exclusión social". *Acciones e Investigaciones Sociales*, 16, pp. 89-124. [https://doi.org/10.26754/ojs\\_ais/ais.200216236](https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.200216236)

PEREZ INFANTE, J.I. (2003): "¿Por qué el paro registrado supera al paro de la EPA?". *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, pp. 53-65. núm. 71. Disponible en:

[http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub\\_electronicas/destacadas/revista/numeros/71/est03.pdf](http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/71/est03.pdf)  
f consultado el 20/06/18

REGLAMENTO (CE) Nº 1897/2000 DE LA COMISIÓN de 7 de septiembre de 2000 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 577/98 del Consejo relativo a la organización de una encuesta maestra sobre la población activa en la Comunidad por lo que respecta a la definición operativa de desempleo.

ROCHA, F. Y NEGUERUELA (2014) *El mercado de trabajo en España en 2013 ¿Hacia una recuperación frágil y socialmente injusta de la crisis?* Colección Informes, núm. 87. Fundación 1º de Mayo, Madrid

SANCHÍS, E. Y SIMÓ, C. (2014): "Paro estimado y paro sociológico". *Sistema* 236/2014, pp 49-69.

SERRANO, C. G. (2012): "Del pasmo al marasmo: *El sector de la construcción y su relación con la crisis del empleo*" en *Estudios de economía aplicada*, 30(1): pp. 7-20.

---

<sup>i</sup> En un reciente trabajo "El empleo de hogar y la crisis económica. Una mirada desde las experiencias de mujeres y hombres procedentes de los países andinos" Bianchi (2017) define el trabajo doméstico y el de cuidados como un compendio de tareas heterogéneas predominantemente realizadas por mujeres y ampliamente infravaloradas tanto si se realizan en el ámbito privado de cuidados personales o como trabajo remunerado, normalmente esta última bajo la forma parte de la economía sumergida o empleo irregular.

<sup>ii</sup> Según el anexo del REGLAMENTO (CE) 1897/2000 DE LA COMISIÓN de 7 de septiembre de 2000 por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) nº 577/98 del Consejo relativo a la organización de una encuesta maestra sobre la población activa en la Comunidad por lo que respecta a la definición operativa de desempleo: "De acuerdo con las normas aprobadas por la OIT en las decimotercera y decimocuarta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET) a efectos del muestreo sobre población activa en la Comunidad, son desempleados las personas con edades comprendidas entre los 15 y los 74 años que se hallen:

a) sin trabajo durante la semana de referencia, es decir, que no dispongan de un empleo por cuenta ajena o de un empleo por cuenta propia (durante al menos una hora);  
b) disponibles para trabajar, es decir, disponibles para iniciar una actividad por cuenta ajena o por cuenta propia dentro del plazo de las dos semanas siguientes a la semana de referencia;  
c) en busca de trabajo activa, es decir, que hayan tomado medidas concretas para buscar un empleo por cuenta ajena o un empleo por cuenta propia en un período de cuatro semanas que se termine al final de la semana de referencia, o que hayan encontrado trabajo y empiecen a trabajar en un período de tres meses como máximo.

Según la letra c) del punto 1, se considera como medidas concretas:

- estar en contacto con una oficina pública de empleo con el fin de encontrar trabajo, cualquiera que sea la parte que haya tomado la iniciativa (la renovación de la inscripción por razones puramente administrativas no constituye un planteamiento activo),
- estar en contacto con una oficina privada (oficina de empleo temporal, empresa especializada en contratación, etc.) con el fin de encontrar trabajo,
- enviar una candidatura directamente a los empleadores,
- indagar a través de relaciones personales, por mediación de sindicatos, etc.,
- anunciarse o responder a anuncios en los periódicos,
- estudiar las ofertas de empleo,
- participar en una prueba, concurso o entrevista, en el marco de un procedimiento de contratación,
- buscar terrenos, locales o material,
- realizar gestiones para obtener permisos, licencias o recursos financieros"

<sup>iii</sup>Nota de prensa 20 de octubre de 2016. Proyecciones de Población 2016–2066. Instituto Nacional de Estadística. <http://www.ine.es/prensa/np994.pdf>

<sup>iv</sup> ocupados con insuficiencia horaria, también llamados subocupados o ocupados a tiempo parcial forzoso es la categoría que emplea la EPA para clasificar a aquellos individuos que ocupan empleos parciales por no haber podido encontrar un empleo a tiempo completo, para diferenciarlo de aquellos otros que tienen jornada parcial por propia elección.

<sup>vi</sup> El potencial de activos son una subcategoría de inactivos, que no buscan trabajo por las siguientes razones: creen que no lo van a encontrar (desanimados); no cree que haya ninguno a sus alrededores; no creen que ninguno se adapte a su cualificación; no saben dónde dirigirse para encontrarlo; esperan estación de mayor actividad; esperan resultados de gestiones anteriores; esperan reanudar su actividad por cuenta propia.

<http://www.ine.es/epa02/ultima%20nota%20metodologica.pdf>

<sup>vii</sup> Punto 3 del Anexo I del Reglamento 1897/2000: "las personas despedidas se equiparán a los trabajadores en situación de excedencia a iniciativa del empleador, incluso en caso de financiación del permiso por entidades o fondos públicos".

## **MUJER Y CREACIÓN DE EMPRESAS: ¿QUÉ PODEMOS APRENDER DE UN ANÁLISIS COMPARADO?**

Juan Pablo Diáñez-González

Universidad de Cádiz

José Ruiz-Navarro

Universidad de Cádiz

**Resumen**

Partiendo de la creciente importancia económica y social de las mujeres en la actividad emprendedora (Álvarez et al., 2017; Ruiz-Navarro et al., 2012), esta investigación tiene como objetivo principal analizar y comparar el perfil de las emprendedoras españolas y europeas, así como de sus iniciativas emprendedoras. Para tal fin, se utilizará la información proporcionada por el proyecto internacional de investigación colaborativa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) correspondiente al año 2016. Los resultados obtenidos plantean una serie de lecciones a aprender con implicaciones prácticas para los agentes implicados en la generación e impulso de la actividad emprendedora.

**Palabras clave**

Emprendimiento; género; GEM; factores cognitivos; cultura emprendedora

**Clasificación JEL**

ME13 – ME10

## 1. Introducción

Desde que en el año 1979, el profesor del Massachusetts Institute of Technology (MIT) David Birch sorprendiera al mundo con la publicación de los resultados de su informe “*Job generation process*”, en el que se ponía de relieve la crucial relevancia que tenía la creación de nuevas empresas para la economía norteamericana, el interés académico internacional por el fenómeno del emprendimiento ha experimentado un auge exponencial, abarcando dicha creciente investigación múltiples y diversos tópicos relacionados con este área de conocimiento (Davidsson, 2015; Fernández-Alles et al., 2018). En este sentido, cabe destacar el reciente crecimiento que la investigación del emprendimiento desde el enfoque de género ha experimentado en los últimos años, proliferando los estudios que lo analizan desde perspectivas multifacéticas. Sin embargo, a pesar de los avances realizados en el campo y de la reconocida importancia del papel de la mujer en la creación de empresas (Álvarez et al., 2017), el estado actual de la investigación indica que el emprendimiento femenino es un fenómeno de estudio complejo que requiere de un concienzudo y profundo análisis a distintos niveles. A este respecto, si bien es cierto que, en la última década, se ha intensificado la actividad investigadora en el ámbito del emprendimiento femenino, no es menos cierto que, tal y como sostienen De Bruin et al., (2007) y Brush y Cooper (2012), la investigación en el campo es aún escasa e incipiente, precisando que comprende menos del 10% de la investigación total desarrollada en el área del emprendimiento.

En el ámbito específico del emprendimiento femenino, uno de los tópicos que más atención ha suscitado en los últimos años es el del análisis de las diferencias de género en la actividad emprendedora a través de distintos países. En este sentido, la mayoría de estas investigaciones han sido llevadas a cabo utilizando la información suministrada por el

Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual, a través del examen de la actividad emprendedora en más de 70 países ha mostrado que, pese a que el número de mujeres emprendedoras ha aumentado ostensiblemente en los últimos años, el ratio entre el porcentaje de mujeres y hombres emprendedores es significativamente desfavorable en términos de participación femenina en casi todos los países de la muestra (Ruiz-Navarro et al., 2012). A este respecto, algunos trabajos anteriores han abordado el análisis de las diferencias de género en materia emprendedora en diferentes países (Lewellyn y Muller-Kahle, 2016; Sánchez-Escobedo et al., 2014). Este tipo de investigaciones, sin embargo, apenas han sido focalizadas en la mujer emprendedora como materia específica de estudio, a pesar de que, tal y como señala Minniti (2009), las variaciones entre países no se limitan únicamente a las diferentes tasas de involucración de la mujer con respecto al hombre en la actividad emprendedora, sino que incluso entre las mujeres emprendedoras, es posible encontrar relevantes diferencias en función del país en el que éstas llevan a cabo sus iniciativas emprendedoras, siendo necesario una mayor profundización en el análisis de dichas diferencias.

Partiendo de estos argumentos y, utilizando como herramienta de análisis, los datos proporcionados por las encuestas a la población activa (*Adult Population Survey –APS–*) llevadas a cabo por el Proyecto GEM en su edición del año 2016, este trabajo tiene como objetivo principal describir el perfil de las iniciativas emprendedoras femeninas surgidas en España y en una muestra de países europeos con un nivel de desarrollo económico y cultural similar al exhibido por nuestro país, con el propósito de identificar si existen diferencias significativas entre ambas muestras. Concretamente, las naciones elegidas son Grecia, Países Bajos, Francia, Italia, Suiza, Austria, Reino Unido, Suecia y Alemania.

Para ello, tal y como han planteado algunas investigaciones anteriores (Álvarez et al., 2017; Ruiz-Navarro et al., 2012), se propone un marco integrador e inclusivo que categorice los factores que inciden en el emprendimiento femenino en dos grandes grupos: (i) demográficos y cognitivos; (ii) contextuales y se examina la posible existencia de diferencias significativas entre las emprendedoras españolas y europeas. Específicamente, los rasgos demográficos y cognitivos considerados son: el capital humano, en términos de nivel de estudios; la autoconfianza; el miedo al fracaso; y la habilidad para reconocer oportunidades emprendedoras. Por su parte, la influencia del contexto es examinada a través de la cultura emprendedora nacional, la cual se define en base a las percepciones de las emprendedoras sobre el apoyo y reconocimiento que los nuevos negocios reciben en sus territorios. Por último, se describe el perfil y potencial innovador y de crecimiento futuro de las iniciativas emprendedoras, focalizando el análisis en las diferencias existentes entre el contexto español y el europeo.

## **2. Metodología.**

Con el propósito de atender los objetivos anteriormente descritos, la presente investigación utiliza la información extraída del Proyecto GEM 2016 y, más concretamente, de la encuesta realizada a la población activa (APS) de los 64 países que participaron en el estudio. Dicha encuesta fue llevada a cabo telefónicamente o mediante entrevistas personales, entre los meses de abril y junio de 2016, a una muestra aleatoria de 194.824 individuos, recogándose, al menos, 2.000 respuestas por país. Partiendo de dicha información y, con el propósito de delimitar las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo por las mujeres en España y en los países europeos seleccionados (Grecia, Países Bajos, Francia, Italia, Suiza, Austria, Reino Unido, Suecia y Alemania), se procedió a depurar la base de datos original, de tal modo que la muestra final quedó compuesta por



2.852 emprendedoras, de las cuales, 1.081 habían desarrollado sus iniciativas en España y las 1.771 restantes, en los otros países europeos.

Para el análisis descriptivo y comparado, se ha utilizado como técnica estadística el test  $\chi^2$  de independencia de las muestras, el cual permite extraer conclusiones válidas acerca de las similitudes o diferencias que exhiben ambas muestras en cuanto al perfil demográfico y cognitivo de las emprendedoras; el grado de apoyo recibido por el contexto institucional; y el perfil y potencial de las iniciativas emprendedoras creadas.

### **3. Género y emprendimiento**

En los últimos años, el número de mujeres emprendedoras ha incrementado considerablemente, provocando un relevante impacto en el desarrollo innovador de los territorios, así como en la creación de empleo y riqueza en las economías (Brush et al., 2009; Kickul et al., 2008). No obstante, la mayoría de estudios existentes demuestran que, pese al incremento de la actividad emprendedora de las mujeres, aún persisten las diferencias significativas en las tasas de participación masculina y femenina en las actividades emprendedoras, siendo las mujeres sensiblemente menos propensas que los hombres a iniciar una actividad emprendedora (Camelo-Ordaz et al., 2016; Elizundia-Cisneros, 2015).

Tal y como se desprende de los datos recogidos en la tabla 1, la comparativa entre el escenario español y el europeo muestra que la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) es significativamente superior en Europa (6,7% vs 4,6%;  $p < 0,001$ ). No obstante, estas diferencias parecen matizarse cuando se introduce el componente de género en el análisis. Así, es posible observar que, aunque tanto en el análisis de la TEA masculina como en el de la TEA femenina, los resultados revelan una diferencia significativa ( $p < 0,005$ ) en favor de los países europeos, dicha diferencia se reduce –aun siendo significativa– cuando

se pone en el foco en la actividad emprendedora femenina. Específicamente, la TEA masculina en Europa alcanza el 8,6% y en España el 5,0%. Por su parte, la distancia entre la TEA femenina en España (4,1%) y en Europa (4,9%) se cifra únicamente en ocho décimas porcentuales. Las Tablas 2 y 3 recogen el detalle de la TEA española y europea, en función del género.

**Tabla 1. TEA**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
PORCENTAJE	4,6%	6,7%
N	1.008	2.388
$\chi^2$		110,642
SIG.		0,000

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 2. TEA masculina**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
PORCENTAJE	5,0%	8,6%
N	1.500	550
$\chi^2$		127,249
SIG.		0,000

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 3. TEA femenina**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
PORCENTAJE	4,1%	4,9%
N	453	888
$\chi^2$		9,189
SIG.		0,001

Fuente: Elaboración propia.

#### **4. Características y determinantes del emprendimiento femenino**

El análisis que se desarrolla en este apartado tiene como objetivo establecer una visión de los rasgos y características que definen y determinan el emprendimiento femenino en España y en la muestra de países europeos. Para ello, se aborda, en primer lugar, el

análisis de una serie de factores demográficos y cognitivos de las emprendedoras y, en segundo lugar, la influencia del contexto nacional en el que desarrollan sus iniciativas.

#### **4.1. Factores demográficos**

Recientes investigaciones han analizado la existencia de vínculos entre los factores demográficos y la iniciativa emprendedora, obteniéndose algunas evidencias empíricas de dicha relación. El argumento central en el que se fundamenta dicha relación es que la decisión de crear una empresa forma parte de una conducta individual y como tal, los atributos individuales de las personas pueden constituir factores determinantes del comportamiento emprendedor (Sternberg y Wagner, 2005).

En esta investigación, se considera como factor demográfico relevante de estudio el capital humano de las emprendedoras.

##### **4.1.1. Capital humano**

Tal y como postula Becker (1964), el capital humano se define como el conjunto de habilidades y conocimientos que los individuos adquieren a través de las inversiones en educación –formal e informal-, capacitación laboral y otros tipos de experiencia. En el campo del emprendimiento, un considerable número de investigaciones sugiere que la posesión de determinadas habilidades y conocimientos incide en la probabilidad de que los individuos creen una empresa (Rauch et al., 2005).

Entre las diversas dimensiones que componen el capital humano, esta investigación pone su foco en el nivel educativo de las emprendedoras. A este respecto, si bien es cierto que la literatura es concluyente a la hora de señalar a la educación como una herramienta fundamental para acumular conocimientos y habilidades útiles para el inicio y desarrollo de la actividad emprendedora (BarNir, 2012), los estudios empíricos realizados muestran resultados contradictorios con respecto a la relación existente entre el nivel educativo y

la probabilidad de convertirse en emprendedor. Así, algunos estudios sugieren la existencia de una relación positiva (Acs et al., 2005; Shane, 2003), mientras que otros detectan una relación inversa, ya que los individuos con mayores niveles educativos podrían sentirse atraídos por otras opciones laborales menos arriesgadas y/o mejor remuneradas (Koellinger et al., 2007). Menos concluyentes son aún los escasos estudios que abordan esta cuestión desde la perspectiva de género, ya que si bien los argumentos teóricos parecen indicar que las mujeres otorgan un mayor peso al nivel educativo alcanzado a la hora de iniciar una carrera emprendedora que los hombres, diversos estudios muestran que apenas existen diferencias entre sexos y que, al menos, en los países desarrollados, la mayoría de hombres y mujeres emprendedoras reportan niveles de educación secundaria o superiores (Ruiz-Navarro et al., 2012).

Al objeto de profundizar en esta cuestión, la presente investigación pone su foco en el nivel educativo de las emprendedoras y, específicamente, analiza la posible existencia de diferencias significativas en el nivel educativo ostentado por las emprendedoras españolas y europeas. A este respecto, la tabla 5 muestra la existencia de importantes y significativas diferencias ( $p < 0,001$ ). Así, mientras que en Europa, el 39,45% de las mujeres emprendedoras poseen un título universitario o superior, en España ese porcentaje se reduce drásticamente, hasta alcanzar únicamente al 24% de la muestra.

**Tabla 4. Capital humano. Emprendedoras con estudios superiores**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	24,00%	39,45%
<b>N</b>	1.075	1.749
$\chi^2$		71,276
<b>SIG.</b>		0,000

Fuente: Elaboración propia.

## **4.2. Factores cognitivos**

La literatura en emprendimiento ha reconocido consistentemente la relevancia de los factores cognitivos a la hora de influir en la probabilidad de que los individuos decidan convertirse en emprendedores (Evald et al., 2011; Minniti y Nardone, 2007). Específicamente, la autoconfianza emprendedora, el miedo al fracaso y la capacidad para reconocer oportunidades emprendedoras han sido señalados por una amplia corriente de investigación como tres de los más importantes predictores del comportamiento emprendedor de los individuos (Camelo-Ordaz et al., 2016; Koellinger et al., 2007).

### **4.2.1. Autoconfianza emprendedora**

El concepto de autoconfianza hace referencia a la percepción individual de las personas acerca de sus propias habilidades y/o capacidades para desarrollar exitosamente una carrera emprendedora (Wilson et al., 2007). La autoconfianza emprendedora influye en la toma de decisiones, las aspiraciones y el esfuerzo, así como en la perseverancia cuando los emprendedores se enfrentan a dificultades y juega un papel transcendental en la intención de los individuos de convertirse en emprendedores (Kickul et al., 2008).

En los últimos años, la investigación ha comenzado a abordar el tópico desde una perspectiva de género (Camelo-Ordaz et al., 2016), señalando que las mujeres suelen limitar en una mayor proporción sus opciones a desarrollar una carrera emprendedora porque consideran que carecen de las habilidades necesarias para ello (Kickul et al., 2008). No obstante, la literatura también señala que estas diferencias de género podrían diluirse una vez que las mujeres se han convertido en emprendedoras, ya que habrían adquirido una serie de habilidades, conocimientos y experiencias que redundarían positivamente en su propia percepción de sus capacidades para seguir desarrollando comportamientos emprendedores. Siguiendo esta línea, la información suministrada por

la presente investigación en las tablas 6 y 7 muestra, en primer lugar, que, tanto en España, como en Europa, las mujeres no emprendedoras exhiben una autoconfianza emprendedora sensiblemente inferior a la de sus homólogos masculinos (España: 38,17% vs. 42,87%; Europa: 26,55% vs. 42,17%); en segundo lugar, que las mujeres incrementan considerablemente su autoconfianza una vez que se han convertido en emprendedoras, mitigándose, además, las diferencias de género (España: 85,53% vs. 85,81%; Europa: 81,63% vs. 87,71%); y, por ultimo, que, específicamente, tanto las no emprendedoras como las emprendedoras españolas reportan niveles de autoconfianza emprendedora significativamente superiores a los exhibidos por la población de mujeres europeas (no emprendedoras: 38,17% vs. 26,55%;  $p < 0,001$ ; emprendedoras: 85,53% vs. 81,63%;  $p < 0,01$ ).

**Tabla 5. Autoconfianza No emprendedores**

PAÍS	HOMBRES NO EMPRENDEDORES		MUJERES NO EMPRENDEDORES	
	ESPAÑA	EUROPA	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	42,87%	42,17%	38,17%	26,55%
<b>N</b>	3.961	5.761	3.605	4.123
$\chi^2$	1,100		371,171	
<b>SIG.</b>	0,150		0,000	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 6. Autoconfianza emprendedores**

PAÍS	HOMBRES EMPRENDEDORES		MUJERES EMPRENDEDORES	
	ESPAÑA	EUROPA	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	85,81%	87,71%	85,53%	81,63%
<b>N</b>	1.180	2.635	899	1.391
$\chi^2$	3,029		7,070	
<b>SIG.</b>	0,046		0,004	

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.2. Miedo al fracaso

Desde un punto de vista teórico, el miedo al fracaso puede definirse como una emoción que conduce a las personas a centrarse en evitar los resultados negativos derivados de un acto y que, por lo tanto, se encuentra directamente asociada con una elevada percepción del riesgo (Foo et al., 2009). En el contexto emprendedor, la literatura parece converger a la hora de señalar el miedo al fracaso como un factor que influye directa y negativamente sobre la actividad emprendedora (Welpé et al., 2012). En esta línea, Minniti (2009: 50) argumenta que, “dado que la mayoría de los individuos tienen aversión al riesgo y, puesto que el miedo al fracaso percibido es un componente importante del riesgo implícito de crear una empresa, aquellos individuos que perciban una menor probabilidad de fracaso incrementarán sus opciones de convertirse en emprendedores”. No obstante, es preciso señalar que la revisión de la literatura muestra que los estudios empíricos a este respecto no son concluyentes, encontrándose resultados contradictorios con respecto a la relación entre el miedo al fracaso y el emprendimiento (Caliendo et al., 2009; Martiarena, 2013).

En el contexto específico de los estudios de género, la mayoría de investigaciones coinciden en señalar que, en general, las mujeres presentan un mayor nivel de miedo al fracaso que los hombres, lo cual repercute negativamente en la propensión de las mujeres para convertirse en emprendedoras (Koellinger et al., 2013; Minniti, 2009). Estas diferencias de género podrían venir explicadas por los diferentes procesos de socialización que experimentan los hombres y mujeres a lo largo de sus vidas y que redundan en que, no solo la sociedad en su conjunto considere a las mujeres como menos tolerantes al riesgo de lo que en realidad son, sino que incluso esa percepción sea compartida por las propias mujeres (Eckel y Grossman, 2003). La información suministrada por los análisis estadísticos llevados a cabo en esta investigación parece

corroborar esta argumentación. Así, la tabla 8 muestra que, tanto en España como en Europa, la proporción de hombres que manifiestan que su propio miedo al fracaso es un obstáculo que les impide desarrollar una actividad emprendedora es significativamente inferior a la proporción de mujeres que reportan dicho sentimiento (España: 26,41% vs. 30,56%;  $p < 0,05$ ; Europa: 25,15% vs. 31,23%;  $p < 0,001$ ). En cambio, si el análisis se focaliza en el comportamiento de las mujeres emprendedoras, es posible observar en la tabla 9 la ausencia de diferencias significativas en función del país en el que las mujeres desarrollen su actividad ( $p > 0,05$ ), reportando valores muy similares, tanto las emprendedoras españolas (30,56%) como las que pertenecen a la muestra de países europeos (31,23%).

**Tabla 7. Miedo al fracaso. Emprendedores vs. Emprendedoras**

PAÍS GÉNERO	ESPAÑA		EUROPA	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
<b>PORCENTAJE</b>	26,41%	30,56%	25,15%	31,23%
<b>N</b>	359	324	751	535
$\chi^2$	5,061		20,250	
<b>SIG.</b>	0,014		0,000	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 8. Miedo al fracaso. Emprendedoras españolas vs Emprendedoras europeas**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	30,56%	31,23%
<b>N</b>	324	535
$\chi^2$	0,136	
<b>SIG.</b>	0,373	

Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2.3. Capacidad para reconocer oportunidades emprendedoras

La capacidad para reconocer oportunidades emprendedoras ha sido frecuentemente destacada por la literatura como el factor más indicativo y crucial del comportamiento emprendedor (Koellinger et al., 2007; Minniti, 2010). El reconocimiento de



oportunidades emprendedoras es un proceso cognitivo y, como tal, solo ciertos individuos poseen dicha capacidad que les impulsará decididamente a crear nuevas empresas (Ozgen y Baron, 2007). A la hora de analizar la influencia de este factor sobre la probabilidad de que las mujeres desarrollen iniciativas emprendedoras, la mayoría de las investigaciones anteriores han demostrado que existen importantes diferencias de género, exhibiendo los hombres una mayor capacidad para reconocer oportunidades emprendedoras (Langowitz y Minniti, 2007). A este respecto, los diferentes procesos sociales en los cuales hombres y mujeres están inmersos en sus vidas parecen incidir en que ambos posean diferentes stocks de capital humano y social, lo cual les lleva a reconocer las oportunidades emprendedoras de una manera diferenciada (Arenius y De Clercq, 2005; González-Álvarez y Solís-Rodríguez, 2011). Los resultados de la presente investigación parecen corroborar parcialmente esta línea argumental, ya que, tal y como refleja la tabla 10, mientras que en España, es posible encontrar diferencias significativas en cuanto a la capacidad exhibida por hombres y mujeres para reconocer oportunidades emprendedoras (hombres: 37,79%; mujeres: 33,51%;  $p < 0,005$ ), dichas diferencias parecen diluirse cuando se analiza el contexto europeo (hombres: 58,69%; mujeres: 57,05%;  $p > 0,05$ ). Por su parte, el análisis específico del comportamiento de las mujeres emprendedoras revela diferencias extremadamente significativas ( $p < 0,001$ ) entre la capacidad para reconocer oportunidades emprendedoras que reportan las mujeres emprendedoras españolas y las europeas. Así, solo un 33,51% de las emprendedoras españolas poseen dicha capacidad, elevándose dicho porcentaje hasta el 57,05% en el caso de la muestra europea.

**Tabla 9. Reconocimiento de oportunidades. Emprendedores vs. Emprendedoras**

PAÍS GÉNERO	ESPAÑA		EUROPA	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES

<b>PORCENTAJE</b>	37,79%	33,51%	58,69%	57,05%
<b>N</b>	474	312	1.492	809
$\chi^2$		4,263		1,008
<b>SIG.</b>		0,022		0,166

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 10. Reconocimiento de oportunidades. Emprendedoras españolas vs. Emprendedoras europeas**

<b>PAÍS</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>EUROPA</b>
<b>PORCENTAJE</b>	33,51%	57,05%
<b>N</b>	312	809
$\chi^2$		124,828
<b>SIG.</b>		0,000

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.3. Factores contextuales. La cultura emprendedora nacional**

La literatura en emprendimiento converge a la hora de señalar la importancia de los factores contextuales en la decisión de los individuos de desarrollar una iniciativa emprendedora, siendo esta influencia aún más decisiva en el caso de las mujeres (Minniti, 2010). En la presente investigación, siguiendo a autores como Jaén et al., (2013), el contexto nacional es medido a través de la cultura emprendedora, la cual se define como el conjunto de actitudes, valores, patrones de comportamiento y/o maneras colectivas de entender el emprendimiento por parte de un grupo o colectivo, que favorecen el desarrollo del espíritu emprendedor en el seno de dicha colectividad (Spigel, 2013).

Diversas investigaciones han sugerido que una alta valoración del espíritu emprendedor en una sociedad conduce a actitudes más positivas e intenciones de emprender por parte de los individuos, por lo que, tanto las motivaciones y valores que les llevan a crear empresas, como los propios rasgos asociados a los emprendedores, como incluso sus factores cognitivos, podrían diferir en función del contexto cultural en el que se encuentren ubicados (Goktan y Gunay, 2011; Hayton y Cacciotti, 2013).

En esta investigación, al objeto de analizar si existen diferencias en el contexto cultural emprendedor en el que se ubican las emprendedoras españolas y europeas, se han examinado las percepciones que las emprendedoras de ambas muestras poseen sobre cuatro factores contextuales diferentes: (i) el estatus y respeto que ostentan los emprendedores de éxito; (ii) la proliferación en los medios de comunicación de noticias y reportajes sobre nuevos negocios exitosos; (iii) las facilidades existentes para iniciar un negocio; (iv) la consideración de las empresas como un mecanismo para solucionar problemas sociales. Los resultados exhibidos en las tablas 12, 13, 14 y 15 muestran que las emprendedoras españolas y europeas perciben de manera significativamente diferente el contexto emprendedor en el que se encuentran ubicadas, ya que las cuatro dimensiones que conforman la cultura emprendedora nacional son percibidas de un modo más favorable por las emprendedoras europeas. Específicamente, el 70,61% de las emprendedoras europeas consideran que en sus países, los emprendedores exitosos gozan de un estatus privilegiado, mientras que en España dicha percepción alcanza solo el 49,34% ( $p < 0,001$ ). Similarmente, el 58,98% de las emprendedoras europeas perciben que los medios de comunicación publican frecuentemente noticias y reportajes sobre las iniciativas emprendedoras exitosas, frente al 51,14% de la muestra española ( $p < 0,001$ ). En cuanto a la facilidad percibida para crear un negocio, el 50,09% de las emprendedoras europeas creen que es relativamente fácil hacerlo en sus países de origen; en España, contrariamente, solo el 27,52% de las mujeres que forman parte de la muestra comparten dicha creencia ( $p < 0,001$ ). Por último, la percepción de que los negocios sean considerados en el país como un medio para solucionar los problemas sociales también es significativamente superior en el caso de la muestra europea (34,89% vs. 25,99%;  $p < 0,001$ ).

**Tabla 11. Cultura emprendedora. Estatus**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	49,34%	70,61%
<b>N</b>	493	973
$\chi^2$	110,746	
<b>SIG.</b>	0,000	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 12. Cultura emprendedora. Medios de comunicación**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	51,14%	58,98%
<b>N</b>	548	801
$\chi^2$	1,873	
<b>SIG.</b>	0,092	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 13. Cultura emprendedora. Facilidad para crear un negocio**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	27,52%	50,09%
<b>N</b>	273	551
$\chi^2$	111,304	
<b>SIG.</b>	0,000	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 14. Cultura emprendedora. Solución de problemas sociales**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	25,99%	34,89%
<b>N</b>	242	350
$\chi^2$	18,013	
<b>SIG.</b>	0,000	

Fuente: Elaboración propia.

## 5. Características de las iniciativas emprendedoras

Una vez examinados los factores que condicionan la actividad emprendedora femenina, así como el grado en que dichos factores difieren en función del territorio en el que las emprendedoras desarrollan sus iniciativas, el análisis que se desarrolla en este apartado tiene como objetivo ofrecer una visión exacta del perfil y potencial de dichas iniciativas.

De esta manera, se pretende ofrecer una fotografía nítida de los rasgos característicos y diferenciadores de los nuevos negocios impulsados por las emprendedoras españolas y europeas. Para tal fin, el análisis se focaliza en los siguientes elementos: (i) motivación para emprender; (ii) actividad emprendedora por sectores; (iii) empleo medio actual y futuro; (iv) grado de innovación percibido por los clientes; (v) nivel de diferenciación con respecto a los productos/servicios ofrecidos por los competidores; (vi) volumen de ventas en territorios extranjeros.

### **5.1. Motivación para emprender**

La literatura ha señalado que la motivación de los emprendedores constituye un factor determinante de las oportunidades que éstos reconocen y explotan y, por ello, del potencial de crecimiento e innovación de la actividad emprendedora (Sserwanga y Rooks, 2014). Entre las diversas tipologías existentes, destaca la propuesta por el Proyecto GEM, que distingue entre emprendedores por necesidad y por oportunidad (Block y Wagner, 2010). Los emprendedores por necesidad reconocen oportunidades por un instinto de supervivencia, ya que se ven forzados a crear un negocio para superar barreras externas negativas que no les permiten el desarrollo de otra actividad laboral. Estos emprendedores suelen ignorar las oportunidades que requieren de un plazo de recuperación de la inversión más alejado en el tiempo, por lo que el potencial innovador y de crecimiento de este tipo de iniciativas es reducido (Casrud y Brännback, 2011). Por su parte, los emprendedores por oportunidad exhiben un comportamiento proactivo de búsqueda y reconocimiento de oportunidades reales de negocios, de tal manera que eligen la iniciativa emprendedora por delante de otras alternativas laborales atractivas (Aído-Almagro et al., 2016). Este tipo de emprendimiento se asocia con la creación de empresas innovadoras y con un alto potencial de crecimiento y desarrollo (Sserwanga y Rooks, 2014).

Tradicionalmente, la literatura ha señalado que la motivación para emprender es influenciada por las condiciones del entorno en el que los emprendedores operan, exhibiendo las mujeres una mayor sensibilización que los hombres hacia los condicionantes locales (Langowitz y Minniti, 2007). En este sentido, algunos trabajos anteriores, como los desarrollados por Langowitz y Minniti (2007) y Malach-Pines y Schwartz (2008) han demostrado que las emprendedoras femeninas que operan en países en vías de desarrollo suelen hacerlo, principalmente, por razones de necesidad, invirtiéndose dicha tendencia en el caso de los países desarrollados.

Los resultados de la presente investigación reflejan, sin embargo, que existen importantes y significativas diferencias en los escenarios españoles y europeos. Así, tal y como se extrae de la tabla 16, el 42,45% de las emprendedoras españolas reconocen que han emprendido por necesidad, lo cual contrasta abruptamente con el 25,65% que reportan sus homólogas europeas ( $p < 0,001$ ). Consecuentemente, la motivación por razón de oportunidad también es significativamente superior en el contexto europeo (74,35% vs. 57,55%;  $p < 0,001$ ).

**Tabla 15. Motivación para emprender**

PAÍS	MOTIVACIÓN POR NECESIDAD		MOTIVACIÓN POR OPORTUNIDAD	
	ESPAÑA	EUROPA	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	42,45%	25,65%	57,55%	74,35%
<b>N</b>	155	210	690	1.027
<b><math>\chi^2</math></b>	1,896		312,129	
<b>SIG.</b>	0,000		0,000	

Fuente: Elaboración propia.

## 5.2. Perfil y potencial de la iniciativa emprendedora

La elección del sector para el desarrollo de la actividad emprendedora constituye uno de los factores que más diferencias genera entre los hombres y las mujeres emprendedoras. En el caso específico del emprendimiento femenino, esta elección condiciona un buen número de las características de sus iniciativas emprendedoras y, especialmente puede afectar a la dimensión de sus negocios, a su potencial de crecimiento y a su grado de internacionalización (Ruiz-Navarro et al., 2012).

Según los datos proporcionados por el Proyecto GEM, la tabla 17 refleja que, tanto en España como en Europa, la mayoría de las iniciativas desarrolladas por las emprendedoras se orientan al sector terciario, sin que puedan reseñarse diferencias apreciables entre la muestra española (83,4%) y la europea (84,1%). No obstante, cabe reseñar que las emprendedoras españolas presentan una mayor orientación hacia las actividades relacionadas con los servicios (25,70% vs. 18,40%), mientras que en el resto de Europa, las iniciativas emprendedoras femeninas se circunscriben en mayor proporción a las actividades de consumo (65,70% vs. 57,70%).

**Tabla 16. Actividad emprendedora por sectores**

SECTOR / PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>EXTRACTIVO</b>	5,10%	5,10%
<b>TRANSFORMADOR</b>	11,50%	10,80%
<b>SERVICIOS</b>	25,70%	18,40%
<b>CONSUMO</b>	57,70%	65,70%

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al nivel de empleo generado, los datos ponen de manifiesto que las iniciativas emprendedoras creadas por las emprendedoras europeas generan, por término medio, un volumen de empleo significativamente superior al de aquéllas que son iniciadas por sus homólogas españolas. Concretamente, la tabla 18 muestra que las empresas constituidas por las emprendedoras españolas crean 4,98 empleos por término medio, mientras que en Europa, el número asciende hasta 29,06 ( $p < 0,001$ ). Aun más acusada es

esta tendencia cuando se observa la previsión de empleo futuro en un horizonte temporal de cinco años. En este caso, tal y como exhibe la tabla 19, las emprendedoras españolas perciben que sus iniciativas, por término medio, tenderán a reducir su volumen, pasando de 4,98 empleados a 4,14. Por el contrario, las emprendedoras europeas manifiestan una mayor confianza en el potencial de crecimiento de sus negocios, reportando un incremento medio de 29,06 a 30,48 empleados.

**Tabla 17. Empleo actual medio**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>EMPLEO ACTUAL MEDIO</b>	4,98	29,06
N	828	1.224
$\chi^2$		123,348
<b>SIG.</b>		0,000

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 18. Empleo futuro medio**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>EMPLEO FUTURO MEDIO</b>	4,14	30,48
N	726	1.098
$\chi^2$		142,879
<b>SIG.</b>		0,000

Fuente: Elaboración propia.

El análisis del perfil innovador de las iniciativas emprendedoras desarrolladas por las mujeres españolas y europeas también revela importantes y significativas diferencias. Por una parte, en cuanto al grado de innovación que los clientes perciben, los datos extraídos de la tabla 20 permiten concluir que sólo el 41,30% de las empresas creadas por mujeres españolas son consideradas como innovadoras por sus clientes. Este porcentaje se eleva considerablemente, hasta alcanzar el 55,25% en el escenario europeo ( $p < 0,001$ ). Por otra parte, la tabla 21 reporta que el 50,63% de las iniciativas desarrolladas por las emprendedoras españolas ofrecen productos o servicios diferentes a los de sus



competidores, mientras que el grado de diferenciación en la muestra europea es significativamente superior (58,54% vs. 50,63%;  $p < 0,001$ ).

**Tabla 19. Innovación percibida por los clientes**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	41,30%	55,25%
<b>N</b>	95	289
$\chi^2$		12,447
<b>SIG.</b>		0,000

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 20. Innovación. Producto/servicio ofrecido por competidores**

PAÍS	ESPAÑA	EUROPA
<b>PORCENTAJE</b>	50,63%	58,54%
<b>N</b>	120	312
$\chi^2$		4,161
<b>SIG.</b>		0,000

Fuente: Elaboración propia.

Por último, el análisis del nivel de internacionalización de los nuevos negocios impulsados por las emprendedoras españolas y europeas también arroja llamativas y significativas diferencias. Tal y como se desprende de la información suministrada por la tabla 22, sólo un 6,6% de las empresas que componen la muestra española reportan un porcentaje de ingresos por ventas en territorios extranjeros superior al 25%, lo cual contrasta significativamente con el 22,6% europeo. Más acusadas son aún las diferencias cuando se examina la proporción de iniciativas creadas por mujeres que no obtienen ningún ingreso por ventas en el extranjero (España: 78,20% vs. Europa: 33,90%).

**Tabla 21. Ventas al exterior**

PORCENTAJE	ESPAÑA	EUROPA
<b>&gt; 90%</b>	1,40%	4,10%
<b>76% – 90%</b>	1,40%	4,50%
<b>51% – 75%</b>	2,40%	7,10%
<b>26% – 50%</b>	1,40%	6,90%

<b>11% – 25%</b>	2,80%	8,00%
<b>&lt; 10%</b>	12,30%	35,50%
<b>0%</b>	78,20%	33,90%

Fuente: Elaboración propia.

## **6. Discusión de resultados y conclusiones**

En este estudio se ha presentado un análisis cuantitativo sobre los factores individuales y contextuales que condicionan la actividad emprendedora femenina en España y en una muestra de países europeos – Grecia, Países Bajos, Francia, Italia, Suiza, Austria, Reino Unido, Suecia y Alemania –, así como sobre el perfil y características principales de las iniciativas emprendedoras desarrolladas por las emprendedoras pertenecientes a ambos escenarios. Los principales resultados obtenidos permiten obtener relevantes conclusiones acerca del estado actual del emprendimiento femenino en España y de su situación comparada con la de otros territorios europeos.

Desde un punto de vista puramente cuantitativo, es preciso mencionar que los resultados obtenidos reflejan una estrecha diferencia en las tasas de emprendimiento femenino en España (4,1%) y Europa (4,9%), lo cual revela que, aun estando en niveles muy reducidos, la proporción de mujeres que emprenden en ambos territorios es muy similar. Igualmente significativo resulta el hecho de que la diferencia entre la tasa de emprendimiento masculina y femenina sea cuatro veces mayor en Europa (8,6% vs. 4,9%) que en España (5% vs. 4,1). Estos datos parecen indicar, que, siguiendo la tendencia de los últimos años, la brecha de género en materia emprendedora en España continúa reduciéndose.

No obstante, desde un punto de vista cualitativo, existen importantes y relevantes diferencias entre las iniciativas femeninas desarrolladas por las emprendedoras españolas y las europeas. Así, en primer lugar, resulta extremadamente llamativo comprobar que

las empresas que son creadas por mujeres europeas generan, por término medio, casi 25 empleos más que aquéllas que son iniciadas por sus homólogas españolas (29,06 empleos vs. 4,98 empleos), incrementándose incluso esta diferencia cuando se realiza una estimación del número de empleos creados en los próximos cinco años (30,48 empleos vs. 4,14 empleos). En segundo lugar, si el análisis se focaliza en el apartado innovador de las empresas, las diferencias también son notables, tanto si se examina el porcentaje de clientes que consideran los productos o servicios ofrecidos como realmente novedosos (55,25% en el caso de las emprendedoras europeas; 41,30% para las emprendedoras españolas), como si se inquiriere por el grado de novedad con respecto a los competidores existentes (Europa: 58,54%; España: 50,63%). En tercer lugar, también es posible encontrar diferencias extremadamente significativas con respecto al potencial de internacionalización de las empresas. Concretamente, parece sorprendente que sólo un 6,6% de los negocios iniciados por mujeres españolas ingresen al menos un 25% de su cifra total de negocios por ventas fuera de España, mientras que en la muestra de países europeos, ese porcentaje se eleve hasta alcanzar el 22,6%. Más sorprendente es aún, si cabe, que el 78,20% de las emprendedoras femeninas españolas operen exclusivamente en territorio nacional, frente al reducido 33,90% que reportan las emprendedoras europeas.

Desde el prisma español y, de un modo comparado con el contexto europeo, estos resultados parecen describir un escenario claramente desfavorable, al menos desde un punto de vista cualitativo, resultando palpable que las iniciativas emprendedoras puestas en funcionamiento por las mujeres españolas exhiben un alarmante y significativo menor potencial innovador y de crecimiento. Llegados a este punto, sólo cabe preguntarse cuáles son las causas y/o factores que han propiciado que se haya llegado a esta situación y qué

medidas podrían tomarse para tratar de reconducirla. Para tal fin, algunos resultados de la presente investigación podrían servir para arrojar algo de luz. En primer lugar, es preciso resaltar que, contrariamente a lo que cabría esperar, las emprendedoras españolas presentan una mayor confianza en sus capacidades para emprender con éxito (85,53% vs. 81,63%) y un menor nivel de miedo al fracaso (30,56% vs. 31,23%) que sus equivalentes europeas. Estos datos parecen indicar que las emprendedoras españolas y europeas presentan perfiles cognitivos muy similares, por lo que estos factores no parecen ser la causa de las diferencias en las iniciativas emprendedoras de ambos territorios. Más indicativos son los resultados del análisis del capital humano de las emprendedoras, ya que revelan una notable diferencia en el nivel de estudios de las mujeres europeas con respecto al de las españolas. Concretamente, mientras el 39,45% de las emprendedoras europeas poseen estudios superiores, sólo el 24% de las españolas se encuentran en idéntica situación. Esta dispar situación podría ser la causante de las sorprendentes diferencias que españolas y europeas reportan en cuanto al proceso de reconocimiento de oportunidades emprendedoras – el 33,51% de las emprendedoras españolas consideran que tienen la capacidad para reconocer oportunidades emprendedoras, frente al 57,05% de la muestra europea –, ya que tal y como la literatura ha sostenido reiteradamente, los emprendedores con mayores niveles educativos pueden aprovechar sus conocimientos y las redes sociales generadas a través del sistema educativo para adquirir recursos que les ayuden a reconocer más y mejores oportunidades emprendedoras (Arenius y DeClercq, 2005; Shane, 2003). Igualmente sorprendentes son los resultados extraídos del análisis de la motivación principal que conduce a las emprendedoras a desarrollar su negocio. Específicamente, el 42,45% de la muestra española reconoce que ha emprendido porque no tenía otra opción, lo cual contrasta abruptamente con el 25,65% reportado por sus

homólogas europeas. Este valor se encuentra tremendamente alejado de los reportados por la mayoría del resto de economías innovadoras y sitúa a España en una de las últimas posiciones del ranking de los 64 países que conforman la muestra total del Proyecto GEM. Este inesperado hallazgo podría ser uno de los motivos explicativos del anteriormente comentado escaso potencial innovador y de crecimiento de las iniciativas emprendedoras femeninas desarrolladas en España, ya que este tipo de emprendimiento por necesidad suele traducirse en iniciativas muy limitadas y de exiguu valor (Aído-Almagro et al., 2016). Por último, el análisis comparado de la influencia del contexto nacional también arroja significativas diferencias, de tal modo que las emprendedoras europeas perciben que gozan de un mayor estatus (70,61% vs. 49,34%) y que disponen de un mayor apoyo por parte de las instituciones gubernamentales (50,09% vs. 27,52%), los medios de comunicación (58,98% vs. 51,14%) y la sociedad en su conjunto (34,89% vs. 25,99%) para desarrollar sus negocios. Estos resultados podrían explicar, al menos en parte, las notables diferencias existentes entre las iniciativas emprendedoras españolas europeas y femeninas, ya que tal y como argumenta Spigel (2013), la influencia de la cultura nacional es un factor decisivo a la hora de explicar el perfil heterogéneo de las actividades emprendedoras desarrolladas en distintos territorios.

La visión global de los resultados anteriormente descritos posiciona al emprendimiento femenino español en una situación de clara desventaja con respecto al resto de Europa y debería hacer reflexionar a las instituciones gubernamentales sobre la idoneidad de las políticas de fomento y apoyo al emprendimiento que están desarrollando. Así, algunas iniciativas como el Programa “Desafío Mujer Rural” o el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM) podrían reorientar su foco, al objeto de impulsar, no

sólo el crecimiento del número de iniciativas emprendedoras femeninas, sino también la modernización, calidad y potencial innovador e internacional de dichas iniciativas.

### **Bibliografía**

- ACS, Z. J., AUDRETSCH, D. B., BRAUNERHJELM, P. y CARLSSON, B. (2005). "Growth and Entrepreneurship: An Empirical Assessment". *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, nº 3205.
- AÍDO-ALMAGRO, B., DIÁNEZ-GONZÁLEZ, J. P., CAMELO-ORDAZ, C. y RUIZ-NAVARRO, J. (2016). "Identificación del emprendimiento de alto potencial. Un análisis sobre el reconocimiento de oportunidad en diferentes economías". *Economía Industrial*, nº 399, pp. 75-84.
- ÁLVAREZ, C., NOGUERA, M. y URBANO, D. (2017). "Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España". *Economía Industrial*, nº 383 (2012), pp. 43-52.
- ARENIUS, P. y DE CLERCQ, D. (2005). "A network-based approach on opportunity recognition". *Small Business Economics*, vol. 24 nº 3, pp. 249-265.
- BARNIR, A. (2012). "Starting technologically innovative ventures: reasons, human capital, and gender". *Management Decision*, vol. 50 nº 3, pp. 399-419.
- BECKER, G. S. (1964). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- BIRCH, DAVID G. W. (1979). "The Job Generation Process". *MIT Program on Neighborhood and Regional Change*, vol. , 302, pp. 1979.
- BLOCK, J. H. y WAGNER, M. (2010). "Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials". *Schmalenbach Business Review*, vol. 62 nº 2, pp. 154-174.
- BRUSH, C. G., DE BRUIN, A. y WELTER, F. (2009). "A gender-aware framework for women's entrepreneurship". *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 1 nº 1, pp. 8-24.

- BRUSH, C. G. y COOPER, S. Y. (2012). "Female entrepreneurship and economic development: An international perspective". *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 24 n° 1-2, pp. 1-6.
- CALIENDO, M., FOSSEN, F. M. y KRITIKOS, A. S. (2009). "Risk attitudes of nascent entrepreneurs—new evidence from an experimentally validated survey". *Small Business Economics*, vol. 32 n° 2, pp. 153-167.
- CAMELO-ORDAZ, C., DIÁNEZ-GONZÁLEZ, J. P. y RUIZ-NAVARRO, J. (2016). "The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors". *Business Research Quarterly*, vol. 19 n° 4, pp. 261-277.
- CARSRUD, A. y BRÄNNBACK, M. (2011). "Entrepreneurial motivations: what do we still need to know?" *Journal of Small Business Management*, vol. 49 n° 1, pp. 9-26.
- DAVIDSSON, P. (2015). "Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization". *Journal of Business Venturing*, vol. 30 n°5, pp. 674-695.
- DE BRUIN, A., BRUSH, C. G. y WELTER, F. (2007). "Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship". *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31 n° 3, pp. 323-339.
- ECKEL, C. C. y GROSSMAN, P. J. (2003). "Forecasting risk attitudes: An experimental study of actual and forecast risk attitudes of women and men". *Virginia Tech Department of Economics Working Paper*.
- ELIZUNDIA CISNEROS, M. E. (2015). "Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género". *Contaduría y Administración*, vol. 60 n° 2, pp. 468-485.
- EVALD, M. R., KLYVER, K. y CHRISTENSEN, P. R. (2011). "The effect of human capital, social capital and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions". *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 9 n° 1, pp. 1-19.
- FERNÁNDEZ-ALLES, M., DIÁNEZ-GONZÁLEZ, J. P., RODRÍGUEZ-GONZÁLEZ, T., & VILLANUEVA-FLORES, M. (2018). "TTO characteristics and university entrepreneurship: a cluster analysis". *Journal of Science and Technology Policy Management*.  
<https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2018-0026>
- FOO, M. D., UY, M. A. y BARON, R. A. (2009). "How do feelings influence effort? An empirical study of entrepreneurs' affect and venture effort". *Journal of Applied Psychology*, vol. 94 n° 4, pp. 1086-1094.

- GOKTAN, A. B. y GUNAY, G. (2011). "Is entrepreneurial cognition culturally bound? A comparative study conducted in Turkey and the United States". *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, vol. 24 n° 4, pp. 455-470.
- GONZÁLEZ-ÁLVAREZ, N. y SOLÍS-RODRÍGUEZ, V. (2011). "Descubrimiento de oportunidades empresariales: capital humano, capital social y género". *Innovar*, vol. 21 n° 41, pp. 187-196.
- HAYTON, J. C. y CACCIOTTI, G. (2013). "Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research". *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 25 n° 9-10, pp. 708-731.
- KICKUL, J., WILSON, F., MARLINO, D. y BARBOSA, S. D. (2008). "Are misalignments of perceptions and self-efficacy causing gender gaps in entrepreneurial intentions among our nation's teens?" *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 15 n° 2, pp. 321-335.
- KOELLINGER, P., MINNITI, M. y SCHADE, C. (2007). "'I think I can, I think I can': Overconfidence and entrepreneurial behavior". *Journal of Economic Psychology*, vol. 28 n° 4, pp. 502-527.
- KOELLINGER, P., MINNITI, M. y SCHADE, C. (2013). "Gender differences in entrepreneurial propensity". *Oxford bulletin of Economics and Statistics*, vol. 75 n° 2, pp. 213-234.
- LANGOWITZ, N. y MINNITI, M. (2007). "The entrepreneurial propensity of women". *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31 n° 3, pp. 341-364.
- LEWELLYN, K. B., y MULLER-KAHLE, M. I. (2016). "A configurational approach to understanding gender differences in entrepreneurial activity: a fuzzy set analysis of 40 countries". *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 12 n° 3, pp. 765-790.
- MALACH-PINES, A. y SCHWARTZ, D. (2008). "Now you see them, now you don't: gender differences in entrepreneurship". *Journal of Managerial Psychology*, vol. 23 n° 7, pp. 811-832.
- MARTIARENA, A. (2013). "What's so entrepreneurial about intrapreneurs?" *Small Business Economics*, vol. 40 n° 1, pp. 27-39.
- MINNITI, M. (2009). "Gender issues in entrepreneurship". *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, vol. 5 n° 7-8, pp. 497-621.



- MINNITI, M. (2010). "Female entrepreneurship and economic activity". *The European Journal of Development Research*, vol. 22 nº 3, pp. 294-312.
- MINNITI, M. y NARDONE, C. (2007). "Being in Someone Else's Shoes: The Role of Gender in Nascent Entrepreneurship," *Small Business Economics*, vol. 28 nº 2-3, pp. 223-238.
- OZGEN, E. y BARON, R. A. (2007). "Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums". *Journal of Business Venturing*, vol. 22 nº 2, pp. 174-192.
- RAUCH, A., FRESE, M. y UTSCHE, A. (2005). "Effects of human capital and long - term human resources development and utilization on employment growth of small - scale businesses: a causal analysis". *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29 nº 6, pp. 681-698.
- RUIZ-NAVARRO, J. R., CAMELO-ORDAZ, C. y CODURAS-MARTÍNEZ, A. (2012). "Mujer y desafío emprendedor en España: características y determinantes". *Economía Industrial*, nº 383, pp. 13-22.
- SÁNCHEZ-ESCOBEDO, M. C., DÍAZ-CASERO, J. C., DÍAZ-AUNIÓN, Á. M., y HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, R. (2014). "Gender analysis of entrepreneurial intentions as a function of economic development across three groups of countries". *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 10 nº 4, pp. 747-765.
- SHANE, S. A. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Edward Elgar Publishing.
- SPIGEL, B. (2013). "Bourdieuian approaches to the geography of entrepreneurial cultures". *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 25 nº 9-10, pp. 804-818.
- SSERWANGA, A. y ROOKS, G. (2014). "Cognitive consequences of business shut down. The case of Ugandan repeat entrepreneurs". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 20 nº 3, pp. 263-277.
- STERNBERG, R. y WAGNER, J. (2005). "Zur Evidenz regionaler Determinanten im Kontext individueller Gründungsaktivitäten". *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, vol. 49 nº 3-4, pp. 167-184.
- WELPE, I. M., SPÖRRLE, M., GRICHNIK, D., MICHL, T. y AUDRETSCH, D. B. (2012). "Emotions and opportunities: The interplay of opportunity evaluation, fear, joy, and anger

as antecedent of entrepreneurial exploitation”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 36 n° 1, pp. 69-96.

WILSON, F., KICKUL, J. y MARLINO, D. (2007). “Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31 n° 3, pp. 387-406.

## PRERREQUISITOS MACROECONÓMICOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CONCEPTO DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN UCRANIA

Oksana V. Hrynevych<sup>1</sup>

Universidad Politécnica Nacional de Odessa

[studyabroad416@gmail.com](mailto:studyabroad416@gmail.com), [oksana.hrynevych@alum.uca.es](mailto:oksana.hrynevych@alum.uca.es)

Oleksii S. Goncharenko<sup>2</sup>

Universidad Politécnica Nacional de Odessa

[gon4arenko@ukr.net](mailto:gon4arenko@ukr.net), [goncharenko@opu.ua](mailto:goncharenko@opu.ua)

Tema: Economía y sociedad: nuevos retos

### Resumen

El artículo investiga los aspectos de la economía social y solidaria, las condiciones previas para el desarrollo de una economía social y solidaria desde el punto de vista macroeconómico. En el curso del estudio se consideró un análisis de indicadores macroeconómicos de la economía ucraniana, que fueron considerados como puntos de partida para la introducción de principios básicos de la economía social y solidaria y que pueden convertirse en una base para el desarrollo de las líneas de actuación para potenciar los principios de la economía social, solidaria y sostenible en Ucrania.

### Palabras clave:

economía solidaria-economía social-desarrollo sustentable-sistema económico-análisis macroeconómico-economía nacional

### Abstract

The article investigates the aspects of the social and solidarity economy, the preconditions for the development of a social and solidarity economy from the macroeconomic point of view. In the course of the study was developed an analysis of macroeconomic indicators of the Ukrainian economy, which were considered as starting points for the introduction of basic principles of the social and solidarity economy and that can become a basis for the development of the lines of action to enhance the principles of the social, solidarity and sustainable economy in Ukraine.

### Key words:

solidarity economy-social economy-sustainable development-economic system-macroeconomic analysis-national economy

<sup>1</sup> PhD candidate in General economics at the Odessa national polytechnic university, Ukraine

<sup>2</sup> PhD candidate in General economics at the Sumy State University, Ukraine; Head of department on work with foreign students

## 1. INTRODUCCIÓN.

Vivimos en el mundo de umbrales ecológicos inevitables y puntos de inflexión en el medio ambiente, la desigualdad social continua y la pobreza persistente. Las nuevas amenazas globales a "nuestro futuro común" requieren una acción colectiva mucho mayor, una mejor distribución de los beneficios de los recursos naturales y proporcionar más fondos para la conversión (acciones transformadoras). Y alentando estos cambios, necesitamos un nuevo imperativo moral vinculado a resultados justos de preocupación distribuida y requisitos iguales, incluidos los derechos de las generaciones futuras. Necesitamos desarrollar un nuevo modelo económico que pueda progresar y lograr los objetivos del desarrollo sostenible, y que satisfaga las ambiciones de los países a medida que comienzan la implementación de la Agenda +2030 sobre "Desarrollo Sostenible". Un modelo tan prometedor para los países que buscan alcanzar el desarrollo sostenible dando esperanza para un mejor futuro de las nuevas generaciones y para alcanzar la prosperidad, puede ser la sinergia de los principios de la economía social y solidaria [Van Paddenburg, A., Bassi, A., Buter, E., et al., 2012; 70].

El actual interés por el concepto de la economía social y solidaria y el desarrollo sostenible sin duda contribuye a la creciente desilusión con el modelo económico más común y al agotamiento generado por las múltiples crisis y fallas del mecanismo del mercado, que ocurrió durante la primera década del nuevo siglo, especialmente la crisis financiera y económica de 2008. Pero al mismo tiempo estamos viendo más y más signos de progreso, la aparición de un nuevo modelo económico, dentro del cual la humanidad no pagará por nuevos bienes materiales por un mayor riesgo para el medio ambiente, la escasez de recursos naturales y el aumento de las diferencias sociales.

Estos signos también indican que la transición a la economía social y solidaria tiene una fuerte justificación económica y social. Existen fuertes argumentos a favor de duplicar los esfuerzos del estado y el sector privado para la implementación de la transformación económica. Por lo tanto, el estado se enfrenta a la tarea de igualar las condiciones del juego para productos "verdes" evitando la provisión de reformas anticuadas a las políticas de subsidios y creando nuevos incentivos, fortaleciendo la infraestructura de mercado y los mecanismos de mercado, redireccionando las inversiones estatales y la transición hacia adquisiciones estatales verdes. El sector privado tiene el desafío de comprender y utilizar las oportunidades reales que ofrece la transición a la economía social y solidaria en varios sectores clave, y responder a las reformas de políticas y las señales de los precios a través de una mayor financiación e inversión [UNEP, 2011; 5].

## 2. MARCO TEÓRICO.

Un destacado número de científicos [L.G. Melnik, I.B. Degtyareva et al., 2014; 1] consideran la economía social y solidaria como una forma de superar los fenómenos de crisis, una alternativa al sistema capitalista de relaciones económicas. En el marco del funcionamiento de la economía social y solidaria, la gente común desempeña el papel principal en la formación de las relaciones económicas. En contraste con los conceptos de crecimiento económico, la economía social y solidaria es la economía de los principios éticos y los enfoques de valor para el desarrollo económico, de acuerdo con los cuales se proporciona el desarrollo de la soja de los sistemas socioeconómicos y ecológicos. Convengamos con los autores de L.G. Melnik, I.B. Degtyareva, que en el sentido más amplio la economía social y solidaria

se entiende como tales formas de organización social del trabajo, bajo el cual hay una armonización de las metas y los intereses económicos y sociales (incluidos los ambientales, percibidos como socialmente necesarios) de las entidades económicas.

El estudio de los aspectos de la economía social y solidaria, la justificación de sus perspectivas de desarrollo, como una alternativa a la economía existente, en el nivel del desarrollo económico nacional está inextricablemente unida a la evaluación de los requisitos previos para su desarrollo. Consideramos los requisitos previos para el desarrollo de una economía social y solidaria desde un punto de vista macroeconómico.

### 3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA.

#### 3.1. ANÁLISIS DE INDICADORES DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO.

La definición de indicadores clave del estado de la economía doméstica comienza con el PIB como uno de los indicadores más importantes del desarrollo económico, que caracteriza el resultado final de las actividades de producción de las unidades económicas-residentes en el campo de la producción tangible e intangible.

El análisis estadístico muestra que la economía ucraniana se encuentra en un estado inestable, en el período 2013-2015, hubo una clara tendencia a disminuir el PIB nominal (medido en precios actuales en el momento de la producción) en términos de dólares. A fines de 2015, el PIB era de \$ 90,6 mil millones, o un 101% menos que la cifra correspondiente de 2013. Pero en 2016, la situación comenzó a mejorar, y para fin de año, el nivel del PIB era de 2385,4 mil millones de hryvnias, y en 2017 ascendió a 2982,9 mil millones de hryvnias y sigue creciendo (Tabla 1).

**Tabla 1. Análisis de indicadores del producto interno bruto (PIB)**

Año	Mil millones USD	Mil millones UAH	A precios constantes en 2010,% al año anterior	
			Cambio del volumen	Cambio del deflator
2010	136,4	1079,3	4,1	13,7
2011	163,2	1300,0	5,5	14,2
2012	175,8	1404,7	0,2	7,8
2013	183,3	1465,2	0,0	4,3
2014	131,8	1586,9	-6,6	15,9
2015	90,3	1988,5	-9,8	38,9
2016	93,6	2385,4	2,4	17,1
2017	112,2	2982,9	2,5	22,0

Cabe señalar que, junto con el crecimiento del PIB nominal en el equivalente en dólares, sigue existiendo una clara tendencia a aumentar el PIB en la equivalencia hryvnia. Por lo tanto, en 2017, el PIB nominal aumentó a 2982.9 mil millones de UAH, que es un 78% más que en 2013 [4].

Para contrastar si se determina el potencial económico en Ucrania, analizaremos el PIB real, que se mide en precios constantes (constantes, básicos), es decir, la magnitud de este indicador solo se ve afectada por cambios en los volúmenes de producción y no afecta los posibles procesos de inflación y devaluación, cuyas consecuencias serán investigadas a continuación (Gráfico 1).

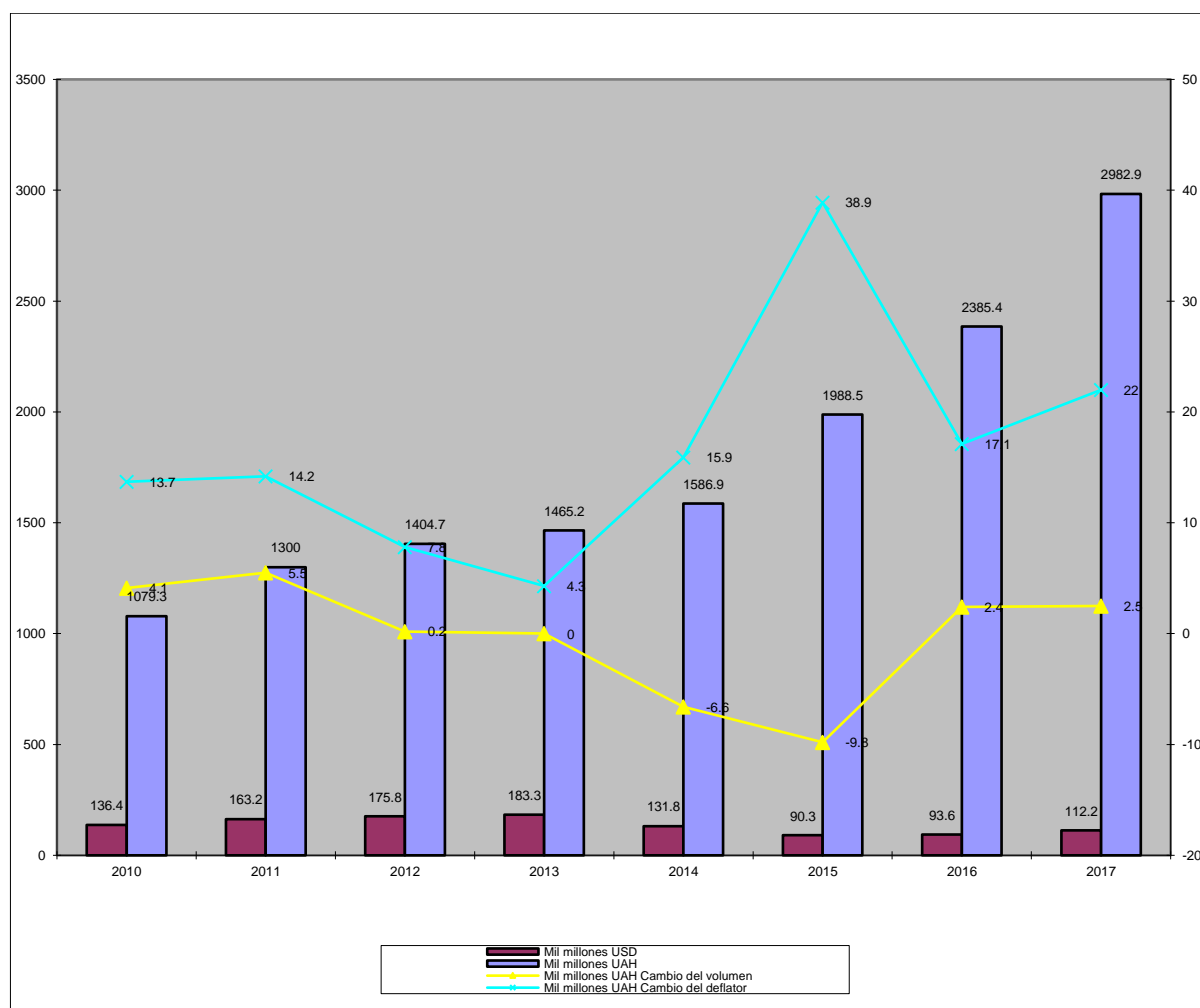


Gráfico 1. PIB real (a precios constantes en 2010,% al período correspondiente del año anterior)

El análisis de la dinámica del PIB real en el período de 2013 a 2016 muestra claramente los procesos recesivos de la economía ucraniana, a saber, la caída de la producción. Incluso un crecimiento real del PIB del 1,5% en 2016 es un resultado negativo, ya que el crecimiento correspondiente se calcula en relación con el año anterior y, como muestra el calendario, la rápida disminución del PIB real durante 2014-2015 solo confirma que la economía del país ha vuelto a Nivel de 2000, pero dados los datos de 2017 (el nivel del PIB aumentó en 2.1%), el crecimiento del PIB está aumentando lentamente, lo que según las fuentes de estadísticas estatales para el período de abril de 2018 es de 3.1%, esto indica que la economía del país comienza a recuperarse de la crisis últimos años [5].

Se puede argumentar que el conflicto militar en las dos regiones industriales principales, que se consideraba la fuerza motriz de la economía, confirmó la dependencia de la economía ucraniana en la industria minera y de procesamiento, que se concentra en la mayor parte de esta región.

El PIB per cápita por paridad del poder adquisitivo (PPA) es la característica más precisa que determina el nivel de desarrollo económico, así como el crecimiento de la economía. Todos los indicadores de comparabilidad se expresan en la moneda única: dólares de la Reserva Federal de EE. UU. La conversión de las monedas nacionales, como es habitual en las comparaciones económicas internacionales, se lleva a cabo no en las tasas de cambio del mercado, sino en las paridades del poder adquisitivo.

Según las estadísticas de 1992, el PIB por paridad del poder adquisitivo ascendió a \$ 318 mil millones, y para el final de 2017 - 368 mil millones \$. Curiosamente, desde 1993, el PIB de la paridad de poder adquisitivo de Ucrania comenzó a disminuir y se recuperó solo en 2000 desde marca 193 mil millones de dólares. Actualmente, Ucrania ocupa el tercer lugar entre los países postsoviéticos y el 118 ° del mundo, lo que deja en claro que la economía del país ha tomado un camino de estabilización después de 2016, cuando finalmente se detuvo la recesión económica [5].

### **3.2. ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE EL PRODUCTO INTERNO BRUTO Y EL NIVEL DE INFLACIÓN.**

El análisis del PIB en el período 2013-2017 mostró un desequilibrio entre los indicadores del PIB nominal, expresado en moneda nacional (crecimiento) y equivalente en dólares (caída), y un crecimiento lento estable de los datos de 2017. Después de analizar los datos para los períodos correspondientes de PIB real, se estableció una disminución en la producción. Por lo tanto, la discrepancia en el crecimiento del indicador hryvnia del PIB nominal se debe solo a la alta inflación [4].

Cabe señalar que los procesos inflacionarios en Ucrania en el período de 2013 a 2017 se pueden dividir en dos etapas:

- rápida profundización de la inflación 2014-2015 hiperinflación se debió, por un lado, la pérdida de las regiones económicas importantes y las políticas públicas ineficaces, lo que resulta en una caída en la tasa de crecimiento de la producción y su baja eficiencia, y el segundo - el aumento del déficit público con una disminución ingresos y preservación del ingreso en el nivel anterior y aumento de los gastos del estado. Como resultado de esto, incluso debido a la falta de inversiones, hubo un problema continuo, y la inflación anual fue del 24,9% en 2014; 2015 - 43.3%.

- El gobierno y la administración del Banco Nacional de Ucrania (BNU) en respuesta a la alta inflación, a través de sus acciones administrativas, por temor a la inflación incontrolada empezaron una política de contención, lo que llevó a una disminución de la inflación (deflación) en 2016 a 14,2%, y el 13,11% en 2017. En abril de 2018 la inflación en Ucrania ascendió a 0,80%, que es 0,30 menos que en marzo de 2018 y menos de 0,10 en abril de 2017. Al mismo tiempo, la inflación desde el comienzo de 2018 fue 4,37%, y en términos anuales - 14,4%. Esto reflejó el aumento de los precios de los alimentos, una recuperación gradual de la demanda de los consumidores y el aumento de los costos laborales. Los precios de los alimentos aumentaron un 13%, los precios de las viviendas y los servicios públicos crecieron un 27% (Gráfico 2).

- BNU cambió la tasa de descuento del 14% anual al 14.5% anual durante el año. El BNU redujo su tasa de descuento dos veces en la primavera, pero devolvió la tasa de descuento a un nivel superior a la anterior, después del aumento de las presiones inflacionarias a fin de año. Sin embargo, las tasas de interés bancarias continuaron disminuyendo en 2017. El índice de tasas para depósitos a 12 meses de individuos en UAH ha disminuido a un nivel inferior al 15% anual del 18% anual.

- La tasa de cambio interbancaria ha disminuido un poco desde 27 UAH por 1 USD al comienzo del año a 28 UAH por 1 USD a fin de año. El tipo de cambio del hryvnia tenía fluctuaciones estacionales tradicionales, donde se intensificó en la primavera y se debilitó a finales de año. El crecimiento en la demanda de consumo e inversión de bienes importados ha exacerbado la presión sobre el tipo de cambio en el último trimestre de 2017. Las reservas internacionales del BNU

ascendieron a 18.8 mil millones de dólares al final de 2017 debido a los préstamos del sector público y la compra neta de divisas en el mercado interbancario.

- La tasa de inflación acumulada en los últimos años (2014-2017) es del 100,2%.
- En 2018, Ucrania ocupa el puesto 17 en términos de inflación en el mundo.

Existe el riesgo de que un déficit diferido constante de la masa de los productos básicos, una caída en las características de calidad de los productos y la falta de demanda efectiva constituyan la base para la formación de los próximos picos de inflación.

Una duplicación del salario mínimo sin un aumento real de la producción tendrá como resultado el crecimiento de los costos de producción promedio, que es la base para la expansión de los costos inflacionarios. Si el gobierno y el Banco Nacional no encontrará en sus herramientas de gestión de eliminación de las expectativas de inflación, sobre la base de "salario - precio" emerge la inflación descontrolada con el rápido ritmo de crecimiento de los precios, lo que hace impacto particularmente perjudicial en el empleo y la producción, ya que en estas condiciones es económicamente rentable para invertir fondos en operaciones especulativas, y no en inversiones. La desconfianza de las políticas inconsistentes del gobierno y del Banco Nacional es un buen "medio" para desplegar una inflación incontrolada (Gráfico 2).

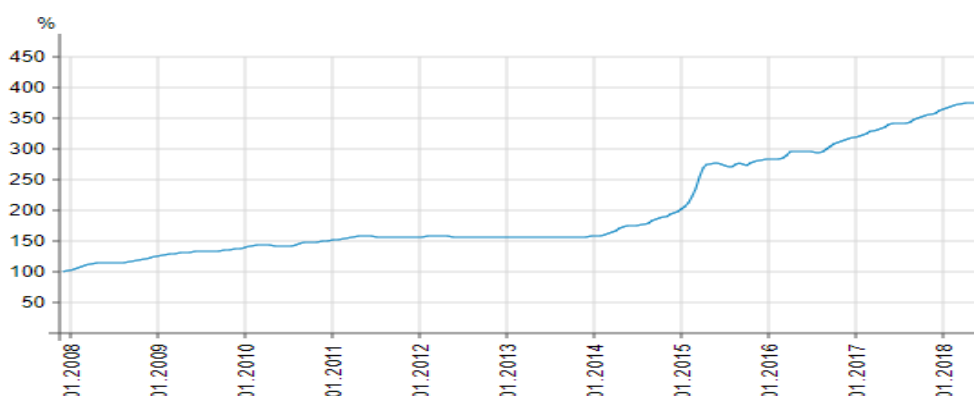


Gráfico 2. Dinámica del cambio del índice de inflación en Ucrania

Por el momento, la economía ucraniana ha encontrado una manera de superar la condición hiperinflacionaria, por lo tanto, una de las formas de mantener ciertos puntos de referencia de la inflación en el BNU es disuadir aún más el déficit de moneda nacional, la actividad empresarial. Sin embargo, este método es extremadamente peligroso para la economía y podría llevar a una crisis de 90 años, reactivando las operaciones de trueque y causando una inflación galopante.

### 3.3. ANÁLISIS DE LA BALANZA DE PAGOS.

La próxima etapa del diagnóstico de la economía nacional es la balanza de pagos. Este es uno de los indicadores más importantes que refleja las relaciones comerciales entre residentes y no residentes e indica la saturación de divisas del país. El valor de la balanza de pagos tiene un impacto directamente proporcional en la formación de la política cambiaria, debido a la formación de la demanda y el suministro de divisas.

Cabe señalar que, desde el punto de vista de los ingresos recibidos (esto afecta la formación del PIB), Ucrania pertenece a los estados orientados a la exportación. La mayor parte de los productos producidos en Ucrania se venden en el extranjero, como lo muestra la relación entre el PIB y las



exportaciones, que es del 50%. Además, desafortunadamente, Ucrania en su mayor parte exporta al exterior productos no terminados, pero solo materias primas (acero, grano, mineral).

Por lo tanto, en 2015, las exportaciones ascendieron al 42% del PIB. Además, el indicador de las exportaciones de 2017 en relación con el PIB está en el nivel de 47%.

En enero-noviembre de 2017 la exportación de bienes ascendió a 39486,1 millones de dólares, la importación - 44697,6 millones de dólares. Comparado con enero-noviembre de 2016 las exportaciones aumentaron en un 20.6% (en 6753.4 millones de dólares), las importaciones - en un 27.5% (en 9634.8 millones de dólares). El saldo negativo fue de 5211.5 millones de dólares. (en enero-noviembre de 2016 también fue negativo: 2330,2 millones de dólares) [4].

El índice de cobertura de exportaciones fue de 0.88 en 2017, mientras que en los 11 meses de 2016 fue de 0.93 (Tabla 2).

El índice de precios para el comercio exterior de bienes (noviembre de 2017 a noviembre de 2016) en las exportaciones fue del 117,9%, en las importaciones: 114,9%.

Las operaciones de comercio exterior se llevaron a cabo con socios de 221 países del mundo.

**Tabla 2. Análisis de la relación entre exportación y PIB**

<b>Año</b>	<b>PIB, miles de millones de dólares</b>	<b>Exportación, miles de millones de dólares</b>	<b>Exportación / PIB</b>
2015	90,6	38,1	42 %
2016	93,6	44,89	48 %
2017	112,2	52,3	47 %

En años 90, Ucrania ha elegido la forma más fácil de generar ingresos a partir de la venta de productos no procesados en lugar del desarrollo tecnológico. Todos los países productores de materias primas están en riesgo: sus productos principales pueden abaratar y superar la economía en cualquier momento. Los países en bruto no controlan su propio desarrollo.

Se determinó que Ucrania exportaba una parte sustancial de su producto manufacturado, mientras que el resto del PIB restante (otro 50%) caía en el mercado interno, donde intenta competir con productos importados.

Cabe señalar que la participación general de las importaciones corresponde al mercado interno, porque la base de las exportaciones nacionales es la venta de materias primas y productos no manufacturados, que excluye la presencia de importaciones en el costo de las exportaciones (Tabla 3).

**Tabla 3. Análisis de la relación entre las importaciones y la circulación de productos básicos**

<b>Año</b>	<b>Volumen de negocios total, mil millones de dólares</b>	<b>PIB, miles de millones de dólares</b>	<b>Importaciones (bienes y servicios), mil millones de dólares</b>	<b>La relación entre las importaciones y la circulación de productos básicos / PIB</b>
------------	---	--	--	--

2017*	84,19	112,2	44,7	53,0%/39,83%
2016	199,6	93,6	103,7	51,9%/110,8%
2015	143,7	90,6	70,7	49,1%/78,0%
2014	159	131,9	70,04	44,05%/53,1%

\* datos reales para el trimestre I-III de 2017

Los datos presentados en la tabla anterior muestran la tremenda dependencia del mercado interno de los productos importados. Esta es también una tendencia bastante peligrosa, ya que la presencia en la estructura del mercado interno de un volumen significativo de importaciones conduce a una disminución del ingreso nacional.

Todos estos factores son una carga para el desarrollo económico y señalan la necesidad de reformas estructurales.

Al analizar una balanza de pagos, debe determinarse que incluye:

- a) cuenta de las operaciones actuales (la diferencia entre la exportación e importación de todos los bienes, servicios y otros ingresos);
- b) volumen de transacciones de la cuenta financiera (entrada / salida de inversiones y endeudamiento neto).

El déficit de la cuenta corriente se mantuvo en el nivel del año 2016 (\$ 3.5 mil millones en 2017 y \$ 3.4 mil millones en 2018). En enero-noviembre de 2017 la exportación de bienes ascendió a 39486,1 millones de dólares, importación - 44697,6 millones de dólares. En comparación con enero-noviembre de 2016 las exportaciones aumentaron en un 20.6% (en 6753.4 millones de dólares), las importaciones - en un 27.5% (en 9634.8 millones de dólares). El saldo negativo fue de 5211.5 millones de dólares (en enero-noviembre de 2016 también fue negativo: 2330,2 millones de dólares) [4].

La pérdida gradual de un productor nacional del mercado interno (reducción de la producción nacional) está asociada a un aumento adicional de las importaciones. Por lo tanto, en 2016, la situación correspondiente condujo a un aumento en la presión de la devaluación (demanda de moneda bajo contratos de importación) sobre la moneda nacional.

La base de la estructura del producto de las exportaciones ucranianas consistía en metales no preciosos y productos derivados, productos vegetales, grasas y aceites de origen animal o vegetal, productos minerales, máquinas mecánicas y eléctricas, productos alimenticios preparados, productos químicos e industrias relacionadas, y madera y productos de madera.

El volumen de exportación de bienes a los países de la Unión Europea ascendió a 15914.4 millones de dólares, o 40.3% de las exportaciones totales (en enero-noviembre de 2016 - 12201.3 millones de dólares, o 37.3%), y aumentó en comparación con enero-noviembre de 2016 por 3713.1 millones de dólares, o por 30.4%.

Los mayores volúmenes de exportaciones a los países de la UE fueron productos del complejo agroindustrial y la industria alimentaria: 31,8% del total de las exportaciones, metales no preciosos y artículos fabricados de ellas - 21,4%, maquinaria mecánica y eléctrica - 14,1%.

La base de la estructura del producto de las importaciones ucranias consistía en productos minerales, maquinaria mecánica y eléctrica, productos de la industria química y afines, vehículos de

transporte terrestre, aeronaves, medios flotantes, materiales poliméricos, plásticos y sus manufacturas, metales preciosos y sus manufacturas, productos alimenticios listos para usar, materiales textiles y textiles y productos de origen vegetal.

En el volumen total de importación de bienes, la proporción de combustibles minerales, petróleo y productos de su destilación aumentó de 19.5% a 23.7%, y los vehículos de transporte terrestre, con excepción de los ferrocarriles, aumentaron de 7.2% a 8.1%. La participación de las máquinas mecánicas cayó de 12.0% a 10.5%, plásticos, materiales poliméricos, de 5.7% a 5.0%, productos farmacéuticos, de 4.1% a 3.5%.

Las importaciones de bienes de los países de la Unión Europea ascendieron a 18831,6 millones de dólares, o 42,1% del volumen total (en enero-noviembre de 2016, respectivamente, 15334,1 millones de dólares y 43,7%), y aumentaron en comparación con el período correspondiente 2016 por 3497,5 millones de dólares, o por 22,8%.

El índice de precios para el comercio exterior de bienes (noviembre de 2017 a noviembre de 2016) en las exportaciones ascendió al 117,9%, en las importaciones: 114,9%.

Por lo tanto, resumiendo los datos anteriores:

- Durante los 11 meses de 2017, el déficit de la cuenta de pago se mantuvo en \$ 3,000 millones (que es muy poco diferente de la cifra de 2016). El crecimiento del déficit comercial de bienes y los pagos de los ingresos de inversión se compensó con un aumento de las transferencias a Ucrania y un superávit en el comercio de bienes.

- Las exportaciones de bienes crecieron por 20% interanual, incluido un aumento de las exportaciones a la UE del 33% interanual. Esto refleja un aumento en los precios de los productos básicos y, posiblemente, los efectos del libre comercio con la UE. En enero-noviembre, las importaciones aumentaron un 22% interanual, ya que las importaciones de productos minerales aumentaron un 51% interanual desde una base baja. La demanda de inversión explica el rápido crecimiento adicional de las importaciones de maquinaria y equipos, que redujeron más del 81% del mínimo en 2015. Las importaciones de otros bienes aumentaron un 15% interanual: se vio estimulada por una mayor demanda de los consumidores.

- El superávit de la cuenta financiera alcanzó los 5.5 mil millones de dólares en enero-noviembre (en comparación con \$ 4.7 mil millones para el mismo período en 2016). Los ingresos del sector público crecieron a 2.100 millones de dólares desde que Ucrania emitió eurobonos. Los ingresos de IED a sector no bancario aumentó a 1,5 mil millones de dólares., pero sigue siendo muy baja.

Las consecuencias de 2014 el gobierno no puede superar incluso en 2018, eligiendo el mecanismo equivocado para eliminar los efectos del financiamiento exclusivamente de los prestamistas internacionales, en lugar de buscar los problemas fundamentales que se encuentran en la economía del país [5].

### **3.4. ANÁLISIS DE LA DEUDA EXTERNA BRUTA.**

Estudio de la deuda externa bruta permite analizar los pasivos totales de todas las obligaciones existentes que deben ser pagados por los deudores y que son pasivos de los residentes de la economía a no residentes. En otras palabras, es la deuda total del país en préstamos externos e intereses no pagados por ellos.

Analizando los indicadores relevantes para el período de 2013, se puede argumentar que hay la reducción total de la deuda externa bruta en un 18,3%. Sin embargo, a pesar de la reducción de la deuda total que se observa incremento en la tendencia negativa de la deuda con respecto al PIB - 78% a partir del 01/01/2014 fue fundamental para el 131% a partir del 01/10/2016. Según el BNU, desde el comienzo de 2017, la deuda externa bruta de Ucrania se ha incrementado en 1.4 billones de dólares o el 1.2%, y al 1 de julio de 2017 ascendieron a 114.8 mil millones de dólares. La estructura monetaria de la deuda no ha cambiado significativamente - la mayor parte (74,5%) denominados en dólares (Gráfico 3) [4].

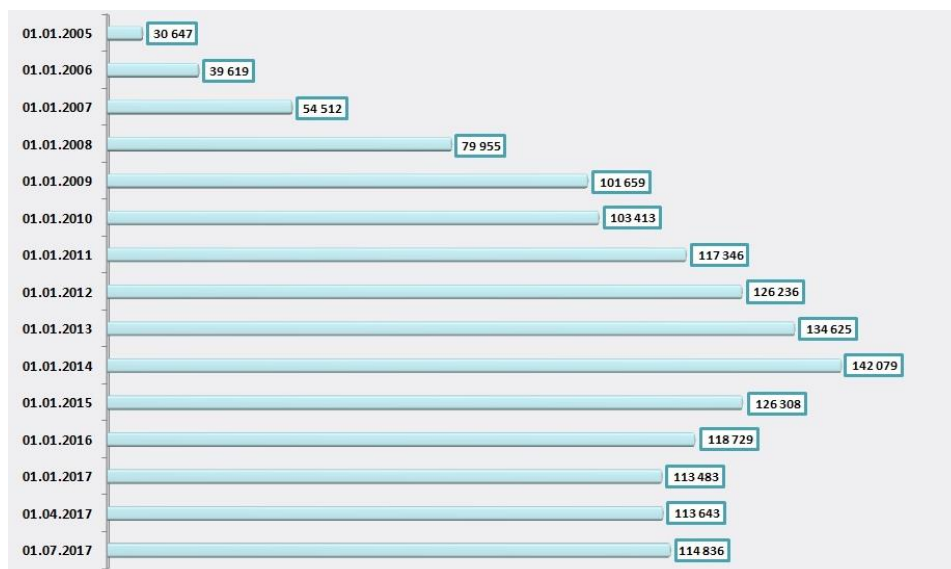


Gráfico 3. Dinámica de la deuda externa bruta de Ucrania (millones de dólares)

El volumen de los activos de reserva oficiales del país a fines de junio de 2017 ascendió al 15,7% del monto total de la deuda externa.

El aumento en el volumen de la deuda externa bruta se debió al aumento de los pasivos del sector público. Desde el comienzo del año, han crecido en \$ 2.3 mil millones, o en un 5.4% y al 1 de julio de 2017 ascendieron a \$ 44.9 mil millones (o 39.1% de la deuda total).

La deuda del sector privado disminuyó en casi \$ 1 mil millones, o en un 1.4%, y en 2017 ascendió a \$ 69.9 mil millones. (o 60.9% de la deuda total).

Debido a que el indicador de la deuda externa bruta total refleja la deuda total de todas las entidades privadas y el estado, es conveniente analizar la estructura de la deuda externa (Tabla 4).

Tabla 4. Análiss de la deuda externa de los sujetos del estado, respectivamente

Sujetos del estado	Deuda a la fecha, (millones de dólares)			
	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017
Sector de gobierno general	29 922	32 884	35 959	36 374
Banco central	1 775	2 176	6 708	6 242
Otras corporaciones de depósito	22 555	18 752	12 823	8 966

Otros sectores	76 642	63 253	54 677	53 322
Inversiones directas: deuda entre empresas	11 185	9 243	8 562	8 614
Deuda externa bruta	142 079	126 308	118 729	113 878

Como se ve en la estructura de la deuda externa bruta, en un momento en que las entidades privadas intentaban pagar tanto como era posible de acuerdo con compromisos anteriores o reestructurar deudas, el estado solo aumentó las deudas de \$ 31,6 mil millones a fines de 2013 a \$ 43,87 mil millones al 10/01/2016, o un aumento del 36%.

Desde el comienzo de 2017, por 1.3 mil millones de dólares o en un 7,2%, aumentó la deuda vencida del sector real, que a partir del 1 de julio de 2017 ascendió a 19.500 millones de dólares.

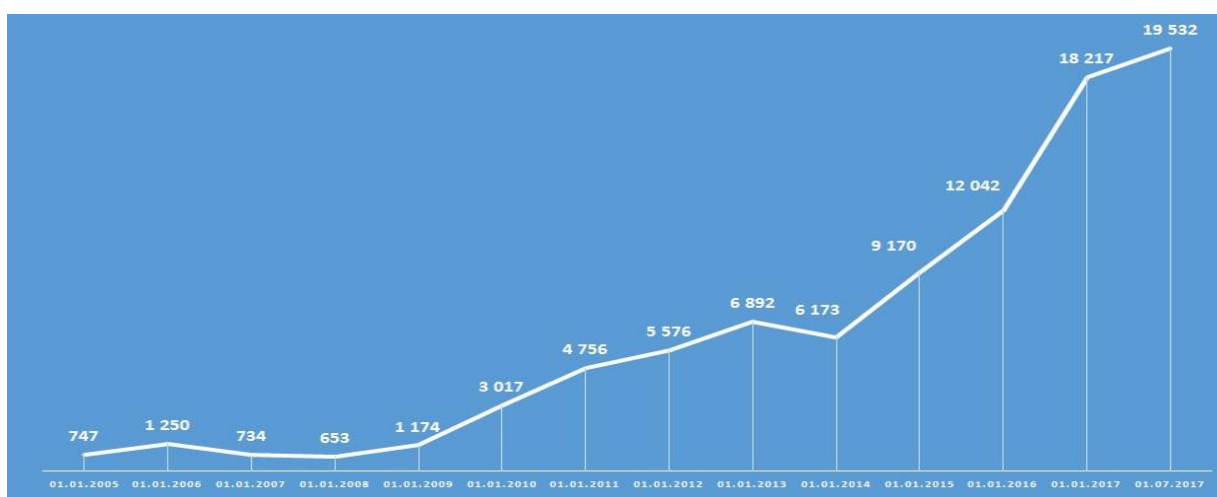


Gráfico 4. Cambio en el volumen de deudas vencidas ( millones de dólares)

Los pasivos externos del sector del gobierno general crecieron a \$ 37,4 mil millones (a 41,3% del PIB) en 2016 o \$ 7,4 mil millones (+ 24%) en comparación con el final de 2013, en principalmente debido a:

- atracción de fondos de la cooperación internacional;
- reorganización de las obligaciones de los préstamos garantizados de las empresas estatales mediante la emisión de bonos del gobierno;

La deuda externa del banco central aumentó a partir de 2016 en \$ 4.7 mil millones (+ 265%) en comparación con el final de 2013 y fue \$ 6.5 mil millones (7.2% del PIB). La reducción de \$ 1.3 mil millones en compromisos de canje fue parcialmente compensada por el producto del próximo tramo del préstamo del FMI por \$ 1 mil millones en el tercer trimestre [5].

La deuda externa otras sociedades de depósito (bancos) de Ucrania a partir de 01.10.2016 ascendió a \$ 9.5 mil millones (10,5% del PIB). Durante los 9 meses de 2016, los pasivos por préstamos de bancos de Ucrania disminuyeron significativamente en \$ 3,2 mil millones, incluyendo \$ 2,4 mil millones para préstamos interbancarios. La deuda de los bancos ucranianos se redujo debido a la reducción de pasivos: para préstamos - en \$ 4,6 mil millones (incluidos \$ 3,7 mil millones para préstamos

interbancarios); títulos de deuda (incluyendo en hryvnia) - en \$ 0.9 mil millones; depósitos a largo plazo y saldos en cuentas de no residentes en bancos de Ucrania - en \$ 600 millones.

A partir del 1 de octubre de 2016, la deuda externa de otros sectores de la economía ascendió a \$ 53.9 mil millones (59.6% del PIB), que es \$ 0.7 mil millones menos que a principios de año. Los principales factores de esto fueron:

- reducción de deuda en préstamos garantizados a largo plazo;
- reducción del endeudamiento en préstamos a largo plazo no garantizados.

A partir del 1 de octubre de 2016, el dólar estadounidense se mantuvo como la principal moneda de endeudamiento en moneda extranjera (73.9%). La participación de los pasivos en derechos especiales a empréstitos antes del FMI aumentó en el tercer trimestre al 11.7% (desde el 11.1%), mientras que parte de la deuda externa en UAH permaneció insignificante: 0.9% de la deuda bruta. Las obligaciones en rublos rusos representaron el 1,7% del pasivo externo bruto de los residentes ucranianos.

- Durante los once meses de 2017, la deuda pública creció un 7,5% en dólares equivalentes. (a 76.3 mil millones de dólares) o por 6.9% en el equivalente de la UAH (hasta 2 062 mil millones UAH). La sostenibilidad fiscal externa sigue siendo baja: la deuda pública denominada en moneda extranjera constituye el 69,7% de la deuda total.

- En enero-noviembre, la deuda interna creció un 6,8% en equivalente de UAH principalmente debido a una mayor recapitalización de los bancos estatales. En 2017, la afluencia total de capital a Privatbank, Savings Bank y Ukreximbank (recapitalización) ascendió a 70,7 mil millones de UAH.

- En octubre, el gobierno y la NBU completaron el rediseño de los bonos del gobierno propiedad de la NBU. Los bonos del Estado por un valor de UAH 220 mil millones (de un total de 361 mil millones de grivnas) fueron reemplazados por bonos del gobierno a largo plazo (con vencimiento en 2025-2047) con una tasa indexada (alrededor de 145 mil millones de hryvnias).

- En 2017, Ucrania, por primera vez desde 2013, regresó al mercado internacional de capitales. Se colocaron los eurobonos a 15 años por valor de \$ 3,000 millones con una tasa anual de 7,375, de los cuales 1,6 mil millones de dólares se usaron para recomprar eurobonos con vencimiento en 2019-2020. Ucrania también recibió 1.0 mil millones de dólares del FMI un tramo en el marco del Programa de financiación reforzada (FEP) y la asistencia macrofinanciera de la UE (AMF III) por valor de 600 millones de euros. En conjunto, durante los once meses de 2017, la deuda externa estatal creció un 7,6% en dólares equivalentes.

- El Ministerio de Finanzas aprobó la Estrategia a Plazo Medio para la Gestión de la Deuda del Estado para 2017-2019. La proyección del valor límite de la deuda pública directa en relación con el PIB para 2017-2019, respectivamente, del 66%, 62% y 58%. Se espera que el vencimiento promedio de la deuda aumente a 7 años en 2017-2018 y 6 años en 2019.

Además, el estado está buscando préstamos en el mercado interno. Dichos préstamos se realizan para cubrir el déficit presupuestario a nivel estatal y regional, el financiamiento objetivo de varios programas, la reposición de los activos de reserva necesarios, así como para refinanciar préstamos estatales previamente emitidos.

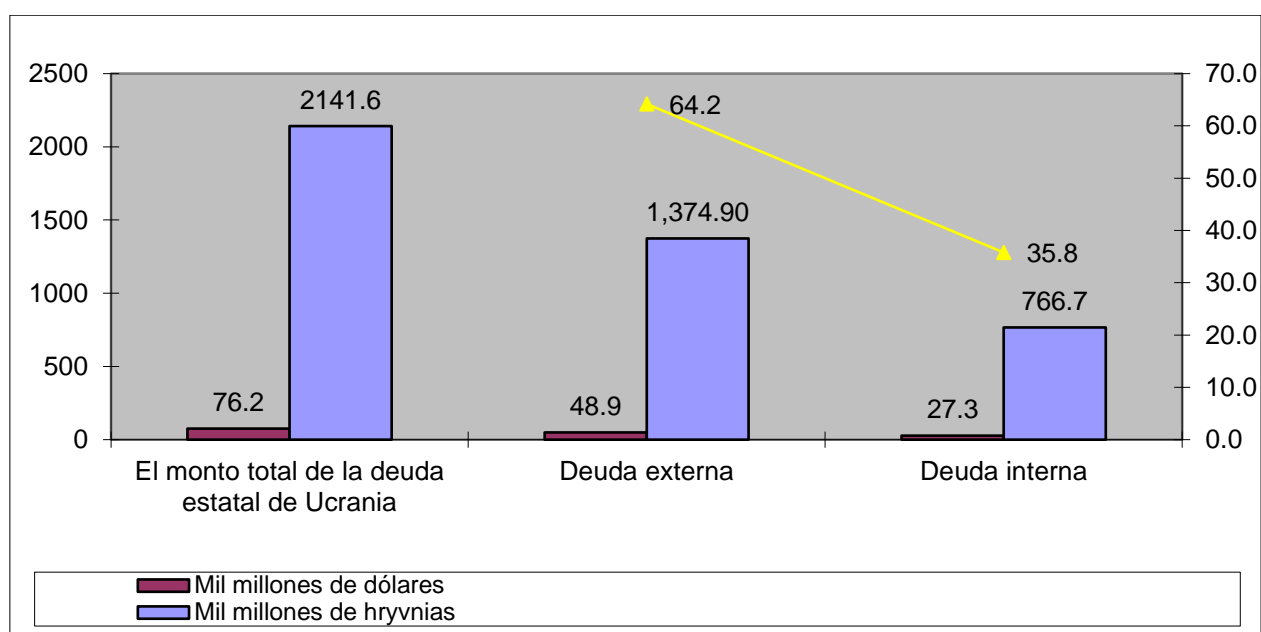
En realidad, la deuda del estado surge como resultado de préstamos financieros del estado, contratos y contratos para la concesión de créditos y préstamos, la prolongación y la reestructuración de las deudas de los últimos años. La deuda agregada del estado también contiene una deuda garantizada

por el estado que surge de las garantías recibidas por el estado sobre las responsabilidades de terceros o las obligaciones asumidas por el estado por terceros. Consideremos la estructura de la deuda pública a partir del 01.01.2018 (Tabla 5).

**Tabla 5. La estructura de la deuda pública de Ucrania**

El monto total de la deuda estatal de Ucrania	Mil millones de dólares	Mil millones de hryvnias	La participación de la deuda externa en el monto total de la deuda estatal de Ucrania, %
	76,2	2141,6	100 %
Deuda externa	48,9	1 374,9	64,2%
Deuda interna	27,3	766,7	35,8%

Con base en los datos proporcionados, formaremos un gráfico de la estructura de la deuda estatal de Ucrania (Gráfico 5).



**Gráfico 5. La estructura de la deuda estatal de Ucrania**

Con cada año que pasa, es cada vez más difícil pagar las deudas. Hasta la fecha, Ucrania ha recibido préstamos para reestructurar los compromisos adquiridos anteriormente, de lo contrario, el incumplimiento.

El crecimiento de la deuda pública conduce a un aumento en el costo de su servicio. La gestión de la deuda pública debe tener como objetivo aumentar el vencimiento de la deuda y reducir los costos del servicio de la deuda, por lo que los compromisos a largo plazo deben ocupar un lugar central en el monto total de los pasivos del gobierno. Es necesario optimizar la estructura de la deuda pública, usar los préstamos antes que nada para invertir en producción, aumentar los ingresos presupuestarios. Solo

una solución integral al problema de la deuda pública contribuirá a la mejora de la situación financiera en Ucrania.

#### **4. CONCLUSIONES.**

El análisis primario de los principales indicadores macroeconómicos determinó la tendencia positiva de los procesos económicos en Ucrania y las principales causas de las consecuencias relevantes.

En primer lugar, en el país entre finales de 2013 y 2017, se registró una fuerte caída en la economía. Incluso un indicador positivo del PIB real de 2017 en la cantidad de + 2.1% no se puede comparar con la caída reiterada de la economía desde finales de 2013. Además, actualmente Ucrania ocupa el tercer lugar en términos de PIB per cápita en el nivel de su poder adquisitivo entre los antiguos países soviéticos, y 118 en el mundo, deja claro que la economía se encamina a la estabilización después de una recesión 2016 fue finalmente parado.

En segundo lugar, el crecimiento incontrolado de la inflación en el período 2014-2015 dio lugar a desequilibrios estructurales en la economía nacional. Al resolver la tarea política de mantener la inflación en un 10-15% y prevenir la inflación, el gobierno ha creado una hambruna financiera para las empresas nacionales. Debido a la falta de dinero barato en el mercado, las empresas reducen la producción o incluso cierran. Los resultados de la contención de la inflación en 2016 pueden tener un impacto negativo en los procesos inflacionarios futuros, que pueden ir acompañados de esquemas de trueque y una mayor inflación no controlada.

En tercer lugar, se determina que debido a la dolarización de la economía doméstica, el problema estructural es la presencia de exportaciones de productos no refinados y no tecnológicos, lo que hace que el país dependa de la coyuntura externa y la alta dependencia de las importaciones del mercado interno, es más fácil competir con los nacionales, que están en una condición financiera insatisfactoria.

En cuarto lugar, uno de los principales riesgos para la economía nacional es su alta dependencia de los préstamos externos. Ya debe pensar en cómo salir de una trampa de deuda y no en acumular nuevas deudas. Además, el mercado interno de bonos del gobierno puede convertirse en un factor importante para impulsar la actividad económica en el país, la entrada de inversiones y la estabilización del mercado de divisas.

Como se puede ver en este estudio, la exacerbación de los problemas sociales y económicos plantea interrogantes sobre la naturaleza de la formación de una nueva las relaciones socioeconómicas, que armonice, objetivos e intereses sociales y económicos. agentes económicos que maximizan los beneficios constantes y dominantes de prioridad, haciendo caso omiso de los principios de desarrollo sostenible, por desgracia, no pueden proporcionar un crecimiento estable de los niveles de vida. Es necesario buscar una forma alternativa de relaciones sociales y económicas. La experiencia de la Unión Europea en la formación y desarrollo de tales medios alternativos es la economía social y solidaria, puede ser muy beneficiosa [3].

Por lo tanto, dado el análisis del estado actual de la situación macroeconómica en Ucrania, cabe señalar que el país tiene las condiciones para la implementación de los principios básicos de la economía social y solidaria, ya que la situación económica actual requiere una nueva perspectiva y nuevos enfoques para superar los problemas económicos identificados.



## 5. BIBLIOGRAFÍA.

1. Van Paddenburg, A., Bassi, A., Buter, E., Cosslett, C. (2012): Investing in Nature for a Green Economy report. Part III «Envisioning and modeling the Green Economy».
2. UNEP. (2011): Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication - A Synthesis for Policy Makers. Disponible en: [www.unep.org/greeneconomy](http://www.unep.org/greeneconomy). Consultado en 20/06/2018 a 12:37.
3. Melnik L., Degtyareva I., Shkarupa E., Chigrin E. (2014): Social and Solidarity Economy in Transition to Sustainable Development: The EU Experience. International Scientific Journal "Mechanism of Economic Regulation", №4. Sumy State University.
4. Public audit. Global Analysis of Ukraine's Basic Macroeconomic Indicators (2016). Disponible en: <http://publicaudit.com.ua/reports-on-audit/analiz-bazovykh-makroekonomichnykh-pokaznykiv-ukrayiny-2013-2016-rr/>. Consultado en 01/07/2018 a 19:45.
5. Recurso electrónico de estadística (Servicio Estatal de Estadísticas de Ucrania), (2017): Informe sobre los datos estadísticos (2013-2018). Disponible en: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. Consultado en 26/06/2018 a 10:02.

## **ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN TECNOLÓGICA DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ PARA LOS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN FQM**

**Alberto Cantador Cecilia**<sup>1</sup>

alberto.cantadorcecilia@alum.uca.es

**Lydia Bares López**<sup>2</sup>

Departamento de Economía General, Universidad de Cádiz

lydia.bares@uca.es

### **Resumen**

Desde antaño el ser humano lleva creando todo tipo de artilugios, desde las invenciones más simples, hasta los descubrimientos más complejos. No obstante, también se realizan mejoras de productos ya creados, como por ejemplo, las innovaciones que se desarrollan para los coches cada año y generan al sector millones de euros.

Este trabajo tiene como principal objetivo el análisis y la evolución de la producción tecnológica de la Universidad de Cádiz (UCA) para los grupos de Física, Química y Matemáticas (FQM).

La metodología se centra en un análisis de las patentes solicitadas por los inventores de las universidades españolas y andaluzas, para conocer la producción de patentes de nuestro país. Además, se realizó una encuesta que tiene como objetivo analizar los grupos FQM pertenecientes a la UCA para entender diferentes aspectos relacionados con las patentes, entre ellos, deducir cuáles son las motivaciones que llevan a los inventores a patentar en la UCA.

**Palabras clave:** patentes-innovación-producción tecnológica-inventores-universidades

### **Abstract**

Since ancient times the human being has been creating all kinds of gadgets, from the simplest inventions to the most complex discoveries. However, improvements are also made to products already created, such as the innovations that are developed for cars every year and generate millions of euros to the sector.

The main objective of this work is the analysis and evolution of the technological production of the University of Cádiz (UCA) for the Physics, Chemistry and Mathematics (FQM) groups.

The methodology focuses on an analysis of the patents requested by the inventors of Spanish and Andalusian universities, to learn about the production of patents in our country. In addition, a survey was conducted that aims to analyze the FQM groups belonging to the UCA to understand different aspects related to patents, among them, to deduce what are the motivations that lead inventors to patent in the UCA.

**Keywords:** patents-innovation-technological production-inventors-universities

---

<sup>1</sup> Grado en Finanzas y Contabilidad. Universidad de Cádiz.

<sup>2</sup> Máster Universitario en Dirección de Empresas. Profesora sustituta interina.

## **1. INTRODUCCIÓN.**

### **1.1. DEFINICIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL, PROPIEDAD INDUSTRIAL Y DERECHOS DE AUTOR.**

La propiedad intelectual es definida por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) como “las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio”.

La propiedad intelectual se divide en dos categorías:

- a. La propiedad industrial, la cual “abarca las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas” (OMPI). El organismo encargado de su gestión es la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).
- b. El derecho de autor, en el que se incluye “las obras literarias (por ejemplo, las novelas, los poemas y las obras de teatro), las películas, la música, las obras artísticas (por ejemplo, dibujos, pinturas, fotografías y esculturas) y los diseños arquitectónicos” (OMPI). El Registro de la Propiedad Intelectual es el órgano administrativo responsable de la tramitación de estos derechos.

### **1.2. TIPOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.**

La clasificación de los derechos de Propiedad Industrial en España es la siguiente:

- a. Diseños industriales: protege todo aquello relacionado con el diseño externo del producto (Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial).
- b. Marcas y Nombres Comerciales (Signos Distintivos): defiende el logotipo de la empresa y el nombre comercial por el cual va a ser distinguido el producto o servicio de otros similares en el mercado (Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas).
- c. Topografías de semiconductores: según la definición de la OEPM son aquellos que “garantizan el (esquema de) trazado de las distintas capas y elementos que componen un circuito integrado, su disposición tridimensional y sus interconexiones, es decir, lo que en definitiva constituye su topografía” (Ley 11/1998, de 3 de Mayo, de Protección Jurídica de las Topografías de los Productos Semiconductores).
- d. Patentes y modelos de utilidad: “patrocinan invenciones consistentes en productos y procedimientos susceptibles de reproducción y reiteración con fines industriales” (OEPM).

### **1.3. DEFINICIÓN DE PATENTE.**

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual una patente es “un derecho exclusivo concedido sobre una invención – el producto o proceso que constituye una nueva manera de hacer algo, o propone una nueva solución técnica a un problema”.

Sin embargo, la Oficina Europea de Patentes (OEP) la define como “el título legal que da el derecho a los inventores, por un tiempo limitado, para evitar que otros usuarios realicen, usen o vendan su invención sin su permiso en los países para los cuales se ha concedido la patente”.

Por último, la definición de la OEPM es “título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva la invención patentada, impidiendo a otros su fabricación, venta o utilización sin consentimiento del titular”.

#### **1.4. REQUISITOS DE UNA PATENTE.**

Los requisitos necesarios para obtener una patente son los siguientes:

- a. No-obviedad/actividad inventiva. “Se considera que una invención implica una actividad inventiva si aquella no resulta del estado de la técnica de una manera evidente para un experto en la materia” (Artículo 8.1 - Ley 24/2015, de 24 de Julio, de Patentes).
- b. Novedad. “Se considera que una invención es nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica” (Artículo 6.1 - Ley 24/2015, de 24 de Julio, de Patentes).
- c. Aplicación Industrial. “Se considera que una invención es susceptible de aplicación industrial cuando su objeto puede ser fabricado o utilizado en cualquier clase de industria, incluida la agrícola” (Artículo 9 - Ley 24/2015, de 24 de Julio, de Patentes).

#### **1.5. VÍAS DE SOLICITUD.**

Para obtener una patente, se tienen que seguir unos procedimientos administrativos. Los inventores según su estrategia de negocios optarán por seleccionar una vía de solicitud determinada.

- a. Vía nacional. El primer paso para proteger un invento, es entregar una solicitud en la oficina nacional de patentes. El primer documento que se presenta para la invención, se llama solicitud prioritaria, que conlleva una fecha de prioridad. A partir de ese momento, se buscan los antecedentes y se hace un examen de la solicitud para saber si se puede conceder o no la patente. La solicitud se suele publicar a los 18 meses aproximadamente, mientras que entre la fecha de presentación y la fecha de concesión suele transcurrir un período que puede oscilar entre dos y ocho años. Esta protección tiene un periodo limitado, que normalmente es de 20 años.
- b. Vía internacional. Los inventores que vayan a registrar su invento en más de un país tienen un año desde la fecha de prioridad para entregar la solicitud en la Oficina Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) a través del procedimiento PCT (Tratado de Cooperación en Materia de Patentes). A través de este procedimiento los inventores disponen de más tiempo para cumplir con los requisitos nacionales y seguir probando sus invenciones y explorar las posibilidades de mercado de sus inventos.

- c. Vías regionales. Otra opción es presentar la solicitud en una oficina regional. En el caso de Europa, la Oficina Europea de Patentes se encarga de conceder “patentes europeas” que tienen validez en los países miembros donde el inventor las haya registrado. Esta validación conlleva que la patente sea traducida al idioma oficial del país y que se paguen las correspondientes tasas nacionales. Las patentes que se registran por esta vía están sujetas a la legislación nacional, y éstas a su vez cumplen una serie de criterios internacionales que están en el acuerdo ADPIC / TRIPS (Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio).

Algunas veces merece la pena registrar la patente en más de una oficina, ya que los beneficios que pueden llegar a generarse son mucho mayores que el coste. Cuando un mismo invento se registra en la Oficina de Patentes y Marcas de Estados Unidos (USPTO), la Oficina Europea de Patentes (EPO) y la Oficina de Patentes de Japón (JPO), las patentes reciben el nombre de “Patentes Triádicas”.

Incluso después de haber sido concedida por una “autoridad administrativa”, la patente puede ser objeto de impugnación por otras personas si siguen los procedimientos legales establecidos, solicitando que la patente sea invalidada.

Tabla 1. Diferencias entre las tres oficinas de patentes más grandes del mundo.

	<b>EPO</b>	<b>JPO</b>	<b>USPTO</b>
<b>La concesión de patentes se basa en</b>	Prioridad de presentación	Prioridad de presentación	Prioridad de la invención
<b>Duración de la patente</b>	20 años		
<b>Idioma de la solicitud</b>	Inglés, francés o alemana	Japonés	Inglés
<b>Área cubierta</b>	Miembros del CPE y países de ampliación	Japón	Estados Unidos
<b>Petición de examen</b>	Sí, en 6 meses	Sí, en 3 años	No
<b>Publicación de la solicitud</b>	18 meses después de la fecha de prioridad	18 meses después de la fecha de prioridad	18 meses después de la fecha de prioridad
<b>¿Hay objetos excluidos de la patentabilidad?</b>	Si	Si	Si
<b>Sistema de oposición</b>	Si	Si	Si

Fuente: Manual de estadísticas de patentes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

## **2. ESTADO DEL ARTE.**

### **2.1. OBJETIVO.**

A lo largo de la historia, se han llegado a crear una gran cantidad de objetos, los cuáles han llevado al ser humano a la necesidad de formalizar normativas que regulen la protección de éstos en cada uno de los países de referencia. Conforme han transcurrido los años, las leyes se han ido actualizando para mejorar la protección de dichos objetos, hasta hoy en día. Dichas leyes se encargan de preservar todo aquello relacionado con las patentes.

Por último, es importante hacer énfasis en el trabajo que otros investigadores han hecho en estos temas durante años atrás, intentando averiguar todo lo relacionado con las patentes, como las motivaciones que llevan al ser humano a inventar y otro tipo de cuestiones relacionadas con estos temas.

A continuación, se procederá a hacer una breve introducción a la historia de las patentes en la cual se narrará como han ido evolucionando éstas a lo largo del tiempo, se explicará cómo ha ido evolucionando la legislación a lo largo de la historia hasta la época actual, a continuación, se comentará a quién pertenece la titularidad de las invenciones en el caso de que las patentes sean creadas dentro de la universidad y cómo se distribuyen los beneficios procedentes de la explotación de sus trabajos según la universidad a la cuál pertenezcan. Para continuar, se expondrá una breve revisión de la literatura de diversos autores que se dedican a investigar sobre ello. Lo siguiente, será un análisis de la contabilidad de las patentes con la exposición de diferentes ejemplos y finalmente, se hablará brevemente de lo que son las Empresas de Base Tecnológicas (EBT) y la importancia que tienen.

### **2.2. BREVE INTRODUCCIÓN A LA HISTORIA Y A LA LEGISLACIÓN VIGENTE.**

La primera patente del mundo surgió en el año 1421, se conocían como “Reales Privilegios de Invención”, y fue concedida al arquitecto Filippo Brunelleschi en Florencia.

El primer órgano oficial de registro (Conservatorio de Artes y Oficios) se constituyó en Madrid, en el año 1810. El 16 de septiembre de 1811, José Bonaparte promulgó el primer Decreto de patentes, que supuso el paso de la modernización liberal de las instituciones y el primer intento por proteger las invenciones. En España, en 1826 las invenciones empezaron a protegerse con una legislación moderna, desde la cual se conservan los primeros documentos registrados.

Actualmente las patentes se rigen por la “Ley 11/1986, de 20 de marzo, de patentes” aunque el 1 de Abril de 2017 entrará en vigor la “Ley 24/2015, de 24 de Julio, de patentes”. Las principales novedades que incluyen esta nueva Ley son:

- Objeto de la norma. Actualizando la normativa sobre patentes al actual marco legal. A partir de ahora la legislación española se acerca más a las legislaciones de otros países más avanzados en el tema de la patentabilidad.
- Bonificación para las universidades del 100 %, cuando se demuestre que se ha producido una explotación económica real y efectiva de la patente (Disposición adicional décima – Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes).

### **2.3. TITULARIDAD DE LAS INVENCIONES DE LOS DOCENTES UNIVERSITARIOS.**

A continuación se va a explicar a quién corresponde la titularidad de las patentes realizadas en el seno de la universidad. Según el artículo 21.1 de la Ley 24/2015 de patentes “las invenciones realizadas por el personal investigador de los Centros y Organismos Públicos de Investigación de otras Administraciones Públicas, de las Universidades Públicas, de las Fundaciones del Sector Público Estatal y de las Sociedades Mercantiles Estatales pertenecerán a las entidades cuyos investigadores las hayan obtenido en el ejercicio de las funciones que les son propias, cualquiera que sea la naturaleza de la relación jurídica por la que estén vinculados a ellas”. Sin embargo, “el investigador tendrá en todo caso derecho a participar en los beneficios que obtengan las entidades en las que presta sus servicios de la explotación o de la cesión de sus derechos sobre dichas invenciones, cuando la patente se solicite a nombre de la entidad” (Artículo 21.4 - Ley 24/2015, de 24 de Julio, de patentes).

Por tanto, la titularidad de la patente pertenece al Centro u organismo donde trabaja el inventor, ya que, al prestarles las instalaciones para trabajar, éstos quedan vinculados jurídicamente a éstas, aunque, en lo que respecta a los beneficios, el investigador tendrá derecho de percibir una parte de ellos cuando la patente se gestione a través de la entidad.

### **2.4. DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS PROCEDENTES DE LA EXPLOTACIÓN.**

En la Tabla 2, se puede observar la distribución de beneficios de explotación que realizan las universidades públicas andaluzas. En el caso de los inventores, podemos comprobar como son éstos, los que mayores beneficios reciben, siendo esta cantidad aproximadamente del 50 % del beneficio en la mayoría de las universidades andaluzas, exceptuando la Universidad de Granada (UGR) y Jaén (UJAEN), donde éstos reciben un 60 % del beneficio, y por último, la UCA que reparte un 90 % siendo ésta la universidad que mayor beneficio distribuye entre sus inventores.

Tabla 2. Distribución de beneficios derivados de la explotación.

	Inventor/- es	Departame nto	Universid ad	G. Investigación	OT RI
*Universidad de Almería	50		20	10	20
*Universidad de Cádiz	90		10		
*Universidad de Córdoba	50		25	25	
*Universidad de Granada	60	15	25		
*Universidad de Huelva	50	25	25		
*Universidad de Jaén	60	20	20		
*Universidad de Málaga	50	25	25		
*Universidad Pablo de Olavide	50	25	25		
*Universidad de Sevilla	50	25	25		

Fuente: Elaboración propia a través de las normativas de las universidades.

En todos los reglamentos, los departamentos, las universidades, los grupos de investigación y las Oficinas de Transferencias de los Resultados de Investigaciones (OTRI) se llevan una parte de los ingresos, que por lo general, es inferior al importe de los inventores.

En cuanto a los beneficios que perciben los departamentos, se puede observar que la Universidad de Almería (UAL), la Universidad de Cádiz (UCA) y la Universidad de Córdoba (UCO) no reciben beneficios de la explotación de la invención. Sin embargo, la Universidad de Huelva (UHU), Universidad de Málaga (UMA), Universidad Pablo de Olavide (UPO) y la Universidad de Sevilla (US) reciben un 25 % de los beneficios mientras que la UJAEN percibe un 20 %, y por último, la UGR obtiene únicamente un 15 %.

Respecto al porcentaje que ingresan las universidades andaluzas, están entre un 20 y 25 % de los beneficios de explotación de la patente, exceptuando la UCA que sólo se asigna el 10 % de éstos.

En relación a los beneficios de los grupos de investigación, la UAL y la UCO son las únicas que se adjudican un pequeño porcentaje de éstos, siendo del 10 y el 25 % respectivamente.

Y como último punto, se encuentra la Oficina de Transferencia de los Resultados de Investigación (OTRI), la única oficina con estas características que adquiere beneficios de la explotación de la patente es la de la UAL, siendo éstos del 20 % de los mismos.

## 2.5. REVISIÓN DE LA LITERATURA.

Algunos autores en su esfuerzo de comprender las motivaciones que llevan al ser humano a inventar, entender cuál es la relación entre obtener beneficios y una buena reputación a través de las patentes, conocer cuáles son los condicionantes que llevan a los investigadores a patentar y como se puede ayudar a la creación de nuevas spin-off han decidido realizar diferentes estudios



para dar respuesta a estos interrogantes. A continuación se expone el trabajo de diferentes autores en relación a esas cuestiones:

Tian (2015) estudió cuales son las motivaciones para patentar de los investigadores universitarios en Suecia a través de encuestas. En su trabajo se identifican los principales motivos para la protección de los resultados de la investigación y actividades relacionadas en ocho grupos: incentivos financieros, legislación y políticas públicas, ayudas de las universidades e industria, cultura y networking, incentivos a la investigación y desarrollo, recompensas personales y motivación intrínseca. El autor concluyó en su trabajo aspectos tan importantes como por ejemplo, la relación de publicaciones y número de patentes por inventor, en la cual, se mostraba en un mismo gráfico que la relación entre publicar artículos o patentar era inversamente proporcional en la mayoría de los casos.

Baldini et al. (2007) realizaron una encuesta a 208 profesores de universidades italianas que se encuentran en la base de datos PATUNIT, en la que se incluyen solicitudes de patentes universitarias entre 1965 y 2002. El principal objetivo es determinar las principales motivaciones de los investigadores, los obstáculos a los que tienen que enfrentarse, y sus sugerencias para fomentar la protección de los resultados de investigación. Los autores concluyen que entre las principales motivaciones de los profesores se encuentran el prestigio y la reputación, no siendo los beneficios una variable importante.

Göktepe-Hultén y Mahagaonkar (2010) exploran qué relación existe entre la posibilidad de patentar y el resultado que obtienen al comercializarlas y que opinión tienen sobre ello. Después de los estudios realizados, llegaron a la conclusión, por un lado, de que las expectativas de obtener ingresos no tienen relación con la actividad de patentar sin la ayuda de la industria, y en cambio, la probabilidad de aumentar su reputación mediante actividades comerciales está directamente relacionada con el desarrollo de patentes y actividades de divulgación científica. Por último, todo esto aumenta las posibilidades de obtener beneficios financieros y de promoción académica gracias a la colaboración de la industria.

Pierre Azoulay, Waverly Ding y Toby Stuart (2007) investigan los condicionantes individuales e institucionales de los científicos que se dedican a patentar. Para ello, utilizan una base de datos compuesta por más de 3800 científicos, en la que emplean diversos modelos estadísticos, los cuáles les permiten observar que antes de patentar, los científicos suelen publicar una cantidad considerable de artículos científicos. Dichos autores concluyeron finalmente que la habilidad para patentar es algo que permanece subyacente en el investigador pero que si no se desarrolla, esa habilidad desaparece y que la “relación social” puede ser un mecanismo mediante el cual se transmite la práctica de patentar entre la población científica.

## 2.6. CONTABILIDAD DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Las patentes se contabilizan como una cuenta de activo y se clasifican en el subgrupo 20 (inmovilizado intangible), dentro de la partida 203 (propiedad industrial) (Tabla 3).

Tabla 3. Cuadro de cuentas del subgrupo 20 y su comparativa con el PGC de 1990.

PGC 1990	PGC 2007
Inmovilizaciones Inmateriales (21)	Inmovilizaciones Intangibles (20)
(210) Gastos I+D.	(200) Investigaciones.
(211) Concesiones administrativas.	(201) Desarrollo.
(212) Propiedad industrial.	(202) Concesiones administrativas.
(213) Fondo de comercio.	(203) Propiedad industrial.
(214) Derecho de traspaso.	(204) Fondo de comercio.
(215) Aplicaciones informáticas.	(205) Derechos de traspaso.
(217) Derecho sobre bienes en régimen de arrendamiento financiero.	(206) Aplicaciones informáticas.
(219) Anticipo para inmovilizaciones inmateriales.	(209) Anticipo para inmovilizaciones intangibles.

Fuente: Elaboración propia según el PGC de 1990 y 2007.

Se define la propiedad industrial como: “importe satisfecho por la propiedad o por el derecho al uso o la concesión del uso de las distintas manifestaciones de la propiedad industrial, en los casos en que, por las estipulaciones del contrato, deban inventariarse por la empresa adquirente. Este concepto incluye, entre otras las patentes de invención, los certificados de protección de modelos de utilidad pública y las patentes de introducción. Esta cuenta también comprenderá también los gastos realizados en desarrollo cuando los resultados de los respectivos proyectos emprendidos por la empresa fuesen positivos y, cumpliendo los necesarios requisitos legales, se inscriban en el correspondiente registro” (ICAC).

Se cargará:

- Cuando se adquiere a otras empresas, con abono, a las cuentas del subgrupo 57.
- Cuando son positivos y se inscriben en el Registro, los resultados de investigación y desarrollo, se abonan a la cuenta 201.
- Los desembolsos exigidos para inscribirlos en el Registro, con abono, generalmente a cuentas del subgrupo 57.

Se abona por las enajenaciones y por la baja del activo, con cargo, generalmente, en las cuentas del subgrupo 57 y en el caso de las pérdidas a la cuenta 670 (PGC).

La propiedad industrial y las concesiones se pueden amortizar en el caso de que se concedan durante un tiempo determinado.

A continuación, expongo los casos más importantes que se pueden llegar a dar en la contabilización de las patentes:

*Adquisición de patentes.*

La empresa "X" ha comprado a la empresa "Y" una patente de una máquina totalmente novedosa para el mercado, la cual le permitirá doblar su producción. A lo anterior se le suman los gastos derivados por el registro de la patente y de la marca. Haciendo un total de 25.000 €.

_____	✖	_____
25.000 € (203) Propiedad Industrial		
5.250 € (472) Hacienda Pública, IVA Soportado (25.000 € * 0,21)		
_____	✖	_____ a (57) Tesorería o Bancos 30.250 €

*Marcas y licencias de fabricación.*

La empresa "X" ha lanzado dos nuevos productos: unos nuevos refrescos con diferentes sabores (uno con sabor a naranja y otro con sabor a té).

A continuación, presento los posibles casos que podrían darse:

1. En el primero de los casos (refresco con sabor a naranja), sabemos que existen en el mercado otras marcas que gozan de las preferencias mayoritarias del público, por lo que el empresario decide comprar la marca a pesar de que el producto sea menos reconocible por parte del público. El empresario compra la marca por 10.000 €.

_____	✖	_____
10.000 € (203) Propiedad Industrial		
_____	✖	_____ a (57) Tesorería o Bancos 10.000 €

2. En el segundo caso (refresco con sabor a té), sabemos que no existen tantas empresas que produzcan una bebida con estas características, por lo que el empresario piensa que puede lanzar su propia marca. Le atribuimos un valor de 30.000 €.

En este caso existe un problema, las marcas sólo pueden ser registradas si se adquieren a título oneroso, por lo que en este caso no se puede registrar.

*Deterioro y reversión de una patente.*

La empresa "Z" posee dos patentes. Se dan los siguientes dos casos:

1. La primera patente está valorada en 25.000 € y se ha visto como disminuía el valor debido a una disminución en la demanda del bien. El deterioro producido fue de 10.000 €.

_____	✖	_____
10.000 € (690) Pérdidas por deterioro del inmovilizado material		
_____	✖	_____ a (290) Deterioro de valor del inmovilizado material 10.000 €

2. La segunda de las patentes tiene un valor neto de 30.000 €. A día de hoy la patente tiene un valor razonable de 25.000 €. La pérdida tiene carácter reversible (30.000 € - 25.000 € = 5.000 €).

5.000 € (290) Deterioro de valor del inmovilizado intangible

a (790) Reversión del deterioro del inmovilizado intangible 5.000 €

#### *Amortización de una propiedad industrial o intelectual.*

La empresa "X" solicita una patente de un nuevo accesorio para una maquinaria que ya posee la empresa que conseguirá duplicar la producción. La patente se registra el 1 de Enero con un coste de 20.000 €. Su vida útil es de 10 años de forma lineal.

2.000 € (680) Amortización del inmovilizado intangible (20.000 €/10 años = 2.000 €)

a (2802) Amortización acumulada de la propiedad industrial 2.000 €

#### *Ingresos por cánones, royalties, cesiones de la propiedad industrial (patentes y marcas).*

La empresa "X" cobra por la cesión de uso de una de sus patentes 1.000 € más IVA.

1.210 € (572) Bancos e instituciones de créditos c/c vista, euros

a (753) Ingresos de propiedad industrial cedida en explotación 1.000 €

a (1.000 € \* 0,21) (477) Hacienda pública, IVA repercutido 210 €

#### *Pagos por utilización de patentes, marcas, licencias de fabricación.*

La empresa "X" paga por el derecho de uso de una patente, una cuota mensual de 500 € a la empresa propietaria de la patente. Esta patente asegurará la continuidad de la empresa en el mercado.

500 € (621) Arrendamiento y cánones

105 € (472) Hacienda Pública, IVA soportado

a (57) Tesorería 605 €

#### *Venta de una patente.*

La empresa "X" vende finalmente la patente principal derivada de su actividad por 30.000 €, debido al cierre de la empresa.

---

30.000 € (572) Bancos e instituciones de créditos c/c vista, euros

✖

---

a (203) Propiedad Industrial 30.000 €

## 2.7. EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA.

La UCA siempre ha brindado el máximo apoyo a todos sus investigadores, por ello la creación de Empresa de Base Tecnológica (EBT) ha sido uno de sus objetivos principales. Estas empresas tienen como objetivo sacar al mercado aquellos productos que han sido elaborados a partir de investigaciones o desarrollados a través de nuevas tecnologías.

La UCA creó su primera EBT en el año 2002. Desde entonces se han creado un total de 22 spin off y aunque no existe un concepto claro, los autores Beraza y Rodríguez (2014) la definen como “una empresa con personalidad jurídica propia creada con el fin de explotar conocimientos desarrollados por la actividad de investigación en la universidad” y que presentan las siguientes características para que sean calificadas como tal:

1. Que la tecnología creada tenga origen en parques tecnológicos o incubadoras de empresas que pertenecen al sector público o a la universidad.
2. Que en el capital invertido haya participado una universidad o centro público de investigación.

A continuación se expone el caso de la empresa Bionaturis S.L., creada por Víctor Manuel Infante Viñolo (Doctor en química orgánica por la UCA) y su equipo, perteneciente al grupo de investigación Física, Química y Matemáticas (FQM) N.º 286 “Aleopatía en plantas superiores y microorganismos”, el cual analiza productos bioactivos de origen natural y fabrica proteínas recombinantes, que “son proteínas a partir de una especie o una línea celular distinta a la original” (SEBBM – Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular) para la salud humana y animal. Su actividad se centra en el uso de la Garvicina A como producto antimicrobiano mediante aislamiento natural o de forma recombinante como compuesto antimicrobiano para la salud animal, salud humana e industrial alimentaria. Este producto es importante para la fauna marina, debido a que es un antibiótico para algunas especies marinas como la trucha, la anguila, el seriola y el pez gato. Respecto al precio de la vacuna, en el año 2013 el precio inicial fue de 6,50 €, pero al poco tiempo llegó a un máximo de 7,24 €, aportando a la empresa cuantiosos beneficios. La venta del producto se hace enteramente a través de la página web de Bionaturis. El modelo de negocio consiste en desarrollar y producir medicamentos biológicos para terceros que tengan capacidad de registrarlos y venderlos en los principales mercados.

Con el trabajo del Doctor Víctor Manuel Infante, se pone de manifiesto la importancia de las EBT no sólo para el propio empresario, sino todos los beneficios que se derivan de forma directa o indirecta para la sociedad.

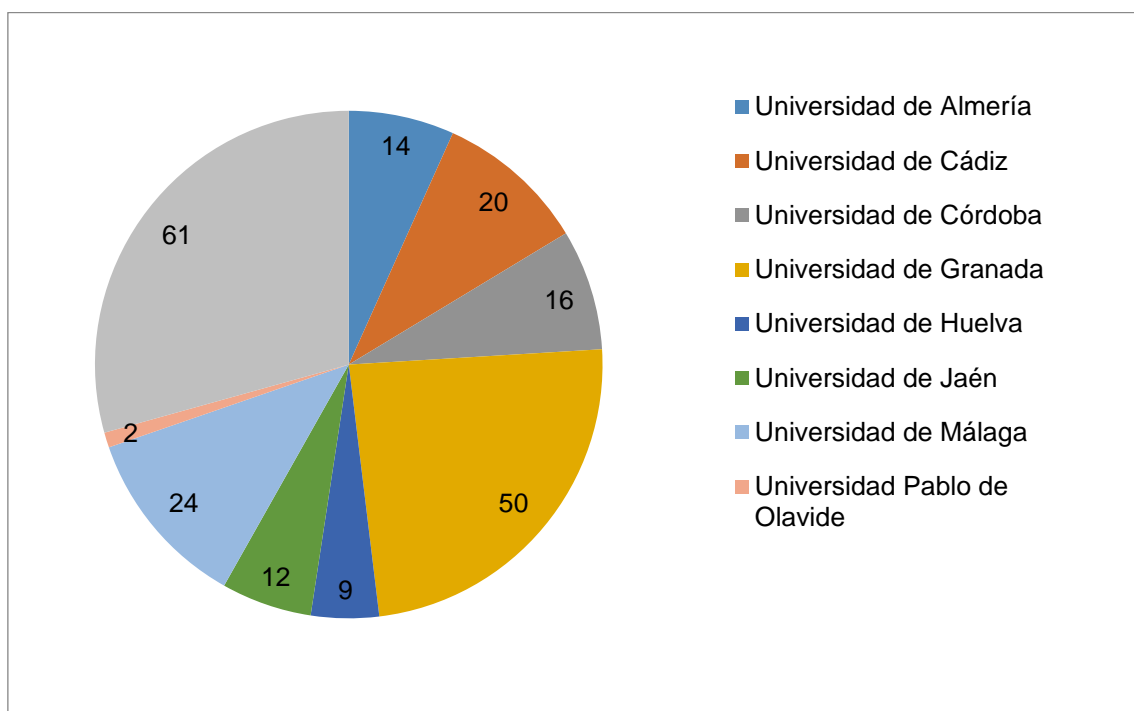
### 3. RECOGIDA Y ANÁLISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS.

#### 3.1. METODOLOGÍA.

El objetivo principal de este trabajo es investigar cuáles son las motivaciones que tienen los inventores al patentar, para llegar a conocer como incentivar a los futuros inventores. Para averiguar cuáles son las principales aspiraciones de los investigadores se debe elaborar un cuestionario (Anexo I) que recoja las cuestiones fundamentales que llevan al desarrollo de las invenciones. Por último, se analizan los datos y se extraen las conclusiones.

Este trabajo se centrará únicamente en los investigadores de la UCA, pero en primer lugar se va a realizar un análisis de la distribución de los grupos FQM en Andalucía a través de la información recogida en el Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI) en el año 2010. En el gráfico 1, se muestra el número de grupos FQM clasificados por universidades andaluzas.

Gráfico 1. Número de grupos FQM por universidades andaluzas.



Como se puede observar en la gráfica, las universidades con más grupos de investigación FQM son la Universidad de Sevilla con 61 grupos de investigación, la UGR con 50 grupos de investigación, la UMA con 24 grupos de investigación, y por último, la UCA con 20 grupos de investigación.

La UGR en el año 2011 consiguió lograr recursos para 95 proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+I) con los que llegaron a recaudar un total de 7,9 millones de euros y la US, en el año 2015 consiguió más de 5 millones euros únicamente con 2 proyectos de investigación.

### 3.2. ANÁLISIS DE LAS PATENTES DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS Y ANDALUZAS.

En este apartado se va a realizar un análisis de los datos obtenidos de la base de datos de patentes INVENES (Oficina Española de Patentes y Marcas). Para ello, se estudia en primer lugar las patentes de universidades solicitadas por comunidades autónomas durante el periodo comprendido entre 2009 y 2013 (Tabla 4), y en segundo lugar, por universidades andaluzas en el mismo periodo (Tabla 5).

A continuación, se analizarán las patentes creadas por las Comunidades Autónomas. En la Tabla 4 se puede observar que las comunidades de Madrid, Andalucía y Cataluña son las comunidades autónomas que más patentes solicitan debido probablemente a la demografía tan alta existente en esa zona y por el contrario, Navarra, Baleares y La Rioja las que menos patentes solicitaron durante el periodo estudiado.

El año en el cual se solicitaron más invenciones fue en el año 2011 con 576 patentes en total y una media de 33,88. El máximo número de patentes gestionadas por una comunidad autónoma fueron 160 patentes durante los años 2009 y 2010 en Madrid. Y el número mínimo de patentes instadas durante el periodo analizado fueron solamente una, en la Rioja y en Baleares en los años 2009 y 2010.

Según la Tabla 5 podemos comprobar como la US, UGR y UMA son las que más patentes desarrollan durante ese periodo de tiempo.

El año en el cual se solicitaron más invenciones fue en el año 2011 con 138 patentes en total y una media de 17,25. En el año 2012 esta tendencia bajó, disminuyendo ligeramente el número de patentes y en el año 2013, ésta se volvió a restablecer. La tendencia nos indica que en los años venideros el número de invenciones va a seguir. El número máximo de patentes creadas fueron 57 en la US en el año 2011 y el año en el que menos patentes se solicitaron fue en el año 2012, donde únicamente se desarrollaron 2 patentes en la UHU.

Tabla 4. Análisis de las patentes por Comunidades Autónomas entre los años 2009 y 2013.

	2009	2010	2011	2012	2013	Total
<b>Madrid</b>	160	160	137	136	134	727
<b>Andalucía</b>	94	108	122	98	115	537
<b>Comunidad Valenciana</b>	39	53	59	63	54	268
<b>Cataluña</b>	72	58	61	65	48	304
<b>Galicia</b>	43	50	47	50	47	237
<b>Aragón</b>	17	15	11	11	9	63
<b>Castilla León</b>	15	27	31	33	44	150
<b>Asturias</b>	8	6	8	4	10	36
<b>Murcia</b>	14	12	12	8	10	56
<b>País Vasco</b>	16	17	22	17	5	77
<b>Cantabria</b>	9	10	13	15	9	56
<b>Canarias</b>	6	13	12	12	10	53
<b>Navarra</b>	3	4	7	6	7	27
<b>Castilla La Mancha</b>	8	18	9	4	8	47
<b>Baleares</b>	7	1	5	8	4	25
<b>Extremadura</b>	6	15	14	14	6	55

<b>La Rioja</b>	1	4	6	13	11	35
<b>Total</b>	518	571	576	557	531	2753
<b>Media</b>	30,47	33,59	33,88	32,76	31,24	
<b>Máximo</b>	160	160	137	136	134	
<b>Mínimo</b>	1	1	5	4	4	

Fuente: Elaboración propia según la base de datos de patentes INVENES.

Tabla 5. Análisis de las patentes de las universidades andaluzas entre los años 2009 y 2013.

	2009	2010	2011	2012	2013	Total
<b>Universidad de Sevilla</b>	32	47	57	40	53	229
<b>Universidad de Granada</b>	27	16	18	16	19	96
<b>Universidad de Málaga</b>	9	21	22	10	10	72
<b>Universidad de Cádiz</b>	12	8	10	22	16	68
<b>Universidad de Córdoba</b>	3	6	7	5	7	28
<b>Universidad de Almería</b>	4	4	7	9	3	27
<b>Universidad de Jaén</b>	5	7	7	4	15	38
<b>Universidad de Huelva</b>	6	9	10	2	7	34
<b>Total</b>	98	118	138	108	130	592
<b>Media</b>	12,25	14,75	17,25	13,50	16,25	
<b>Máximo</b>	32	47	57	40	53	
<b>Mínimo</b>	3	4	7	2	3	

Fuente: Elaboración propia según la base de datos de patentes INVENES.

### 3.3. ANÁLISIS DE LAS PATENTES DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ PARA LOS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN F.Q.M.

En este apartado, se va a realizar un análisis de los grupos de investigación FQM de la UCA.

Para ello, el primer paso ha sido la creación de una base de datos. Para elaborarla se tuvo en cuenta los profesores universitarios pertenecientes a la UCA que trabajan en los grupos de investigación FQM. Dichos grupos están recogidos en el Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI) y se diferencian del resto de los grupos de investigación por ser uno de los más productivos de España respecto al esfuerzo según la guía de indicadores bibliométricos de la producción científica de Andalucía (2003 – 2005) de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa.

La segunda etapa fue comprobar de cuantos miembros se componían los grupos FQM mediante la información facilitada por el Sistema de información científica de Andalucía (SICA).

En la tercera etapa, se recopilaban datos de los investigadores a través del directorio de la UCA, en el que se encontraba información sobre el nombre de los investigadores, categoría profesional, grupo de investigación, departamento y correo electrónico.

En el proceso de creación de la base de datos se encontró los siguientes problemas:

- Algunos investigadores se habían jubilado.
- Algunos investigadores se habían cambiado de grupos de investigación a pesar de lo que aparecía en el directorio de la UCA (El directorio web estaba desactualizado).
- Falta de información, por ejemplo, faltaba el correo electrónico o el grupo de investigación al que pertenece el investigador.

Una vez realizados todos los pasos anteriores, se filtraron únicamente aquellos datos que estaban correctos y por último, se elaboraron las preguntas correspondientes al cuestionario



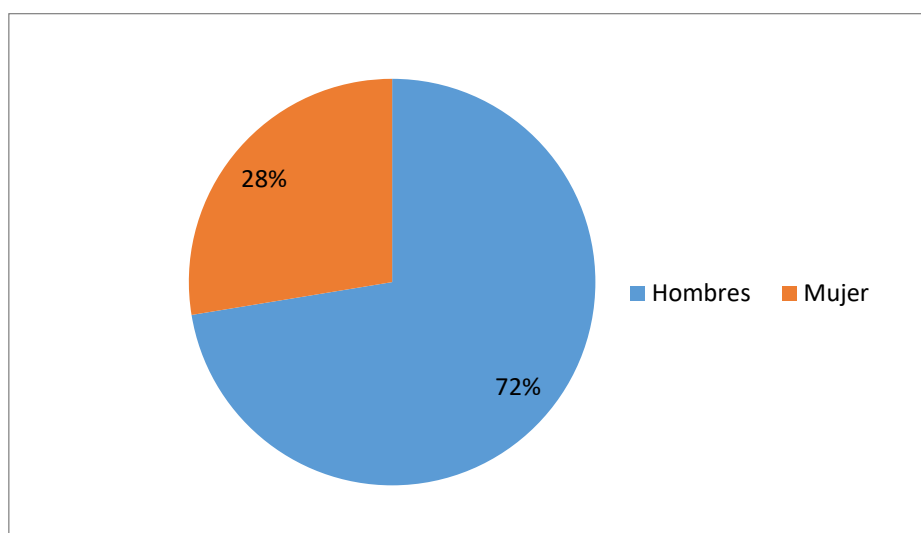
(Anexo I). En la elaboración de dicho cuestionario, se clasificaron las preguntas en tres categorías distintas:

- Preguntas generales (1 – 5).
- Preguntas profesionales (6 – 10).
- Preguntas sobre patentes (6 – 8).
- Preguntas sobre artículos (9).
- Preguntas relacionadas con los beneficios (11 – 12).

La muestra está compuesta por 222 investigadores de los que han contestado un 14 %, obteniendo un total de 29 respuestas. De estas 29 personas, el 72 % de ellas son hombres y el 28 % son mujeres, habiendo más predisposición por parte de los hombres para contestar este tipo de encuestas (Gráfico 2).

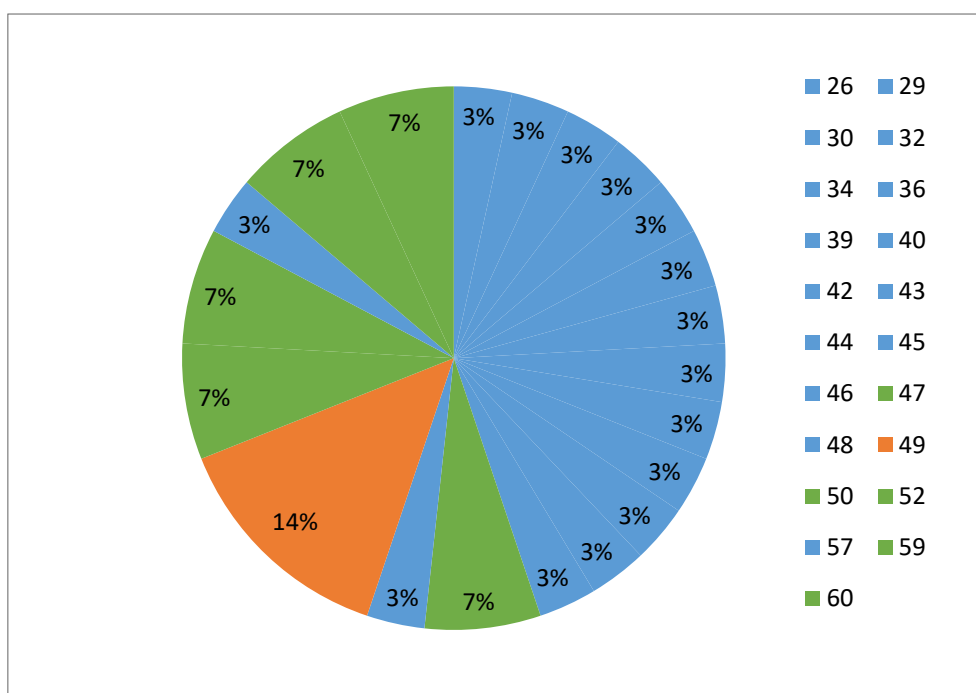
---

Gráfico 2. Clasificación de encuestados por sexo.



De los investigadores que respondieron a la encuesta, podemos encontrar científicos entre los 26 y 60 años, habiendo más tasa de respuesta en edades comprendidas entre los 47 y 60 años que representan el 49 % de los encuestados (Gráfico 3).

Gráfico 3. Porcentaje de respuestas según edad.



Entre los investigadores se encontraban las siguientes categorías profesionales (Tabla 6), obteniendo una mayor tasa de respuesta de los titulares de universidad.

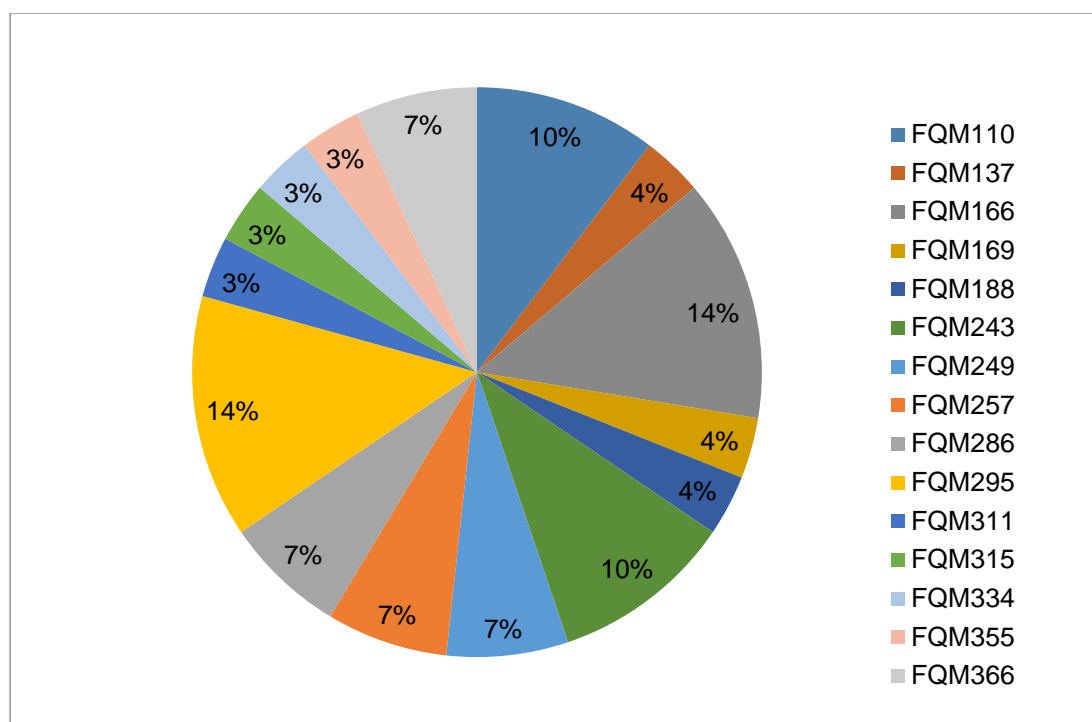
Tabla 6. Número de integrantes según la categoría profesional.

Categoría Profesional	Nº de Integrantes	%
Catedrático de Universidad	5	17 %
Titular de Universidad	12	41 %
Profesor Contratado Doctor	2	7 %
Profesor Ayudante Doctor	2	7 %
Profesor Sustituto Interino	2	7 %
Becario	1	3 %
Otros	5	17 %
<i>Técnico de Apoyo a la I+D</i>	1	-
<i>Egresado Estudiante de Doctorado</i>	1	-
<i>Personal Docente e Investigador</i>	2	-
<i>Catedrático E. U.</i>	1	-

Fuente: Elaboración propia según el cuestionario para los grupos FQM de la UCA.

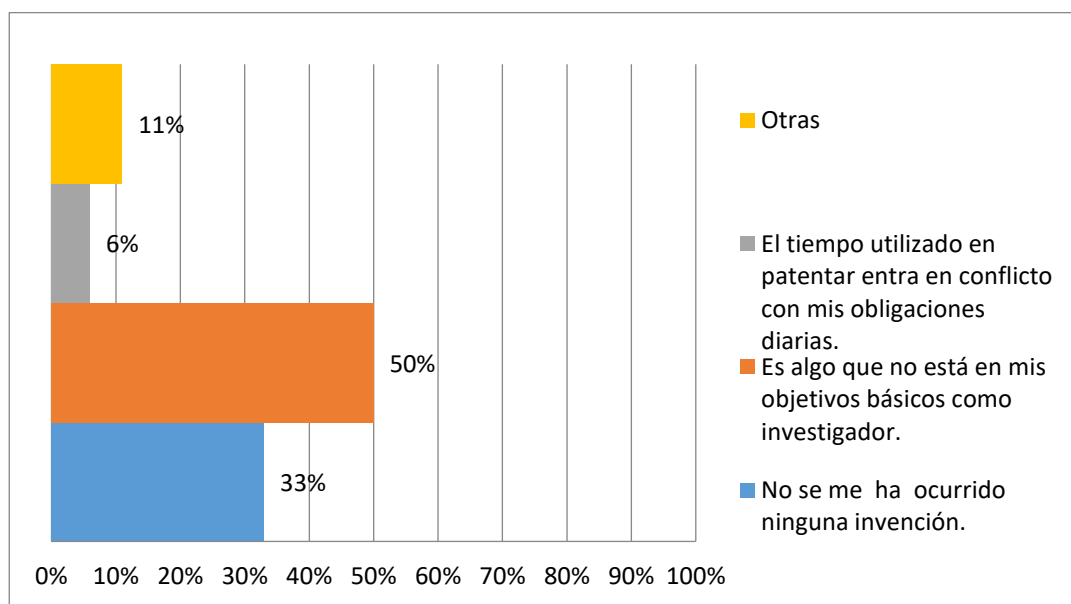
A continuación, se expone el número de científicos que forman cada grupo FQM (Gráfico 4). Hay un mayor número de integrantes en los números FQM 110, FQM 166, FQM 243 y FQM 295.

Gráfico 4. Número de integrantes en los grupos FQM de la Universidad de Cádiz.



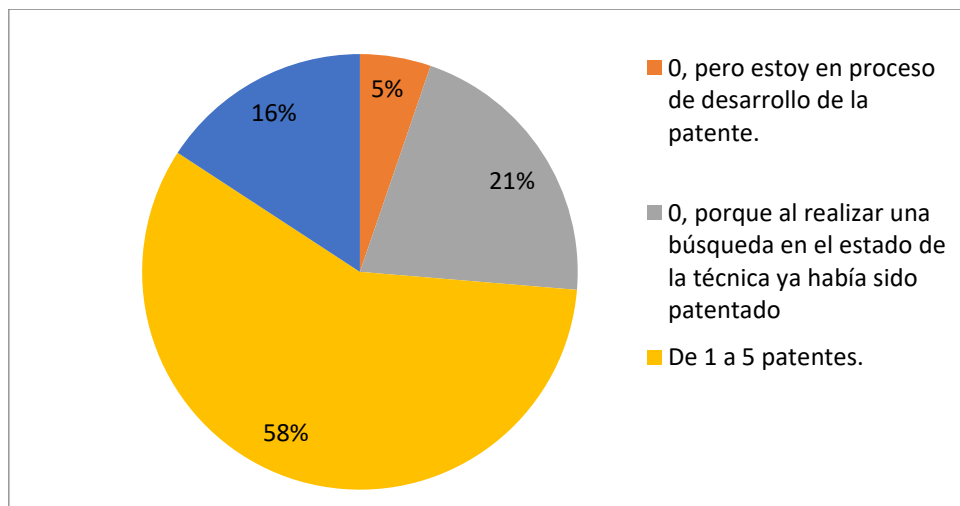
De los encuestados, 14 personas habían solicitado patentes y de los 15 restantes que no las habían solicitado, dieron como respuesta que no lo hicieron dado que no entra en los objetivos del científico (Gráfico 5).

Gráfico 5. Causas para no patentar.



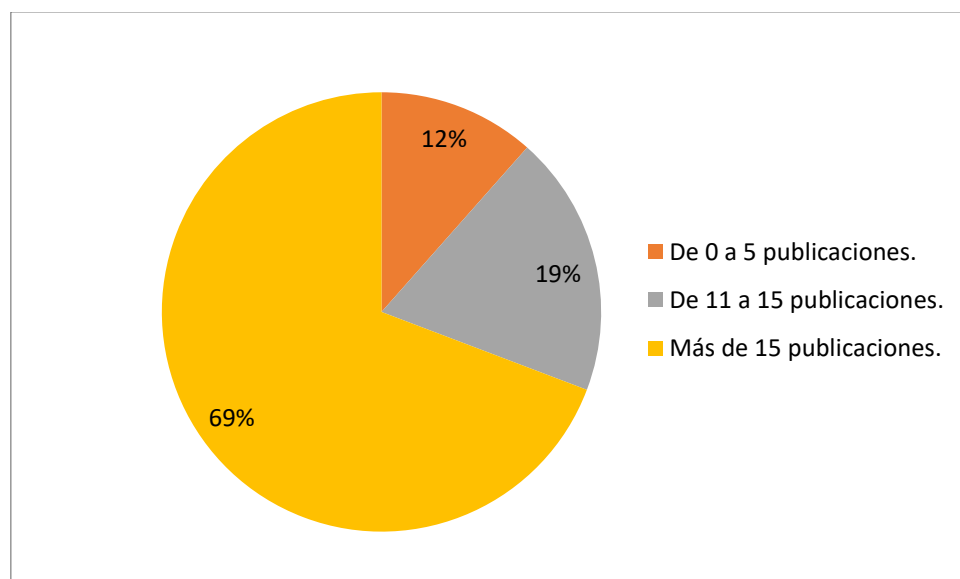
De los investigadores que habían llegado a patentar, el número normal de patentes solicitadas por los científicos suele oscilar entre 1 y 5 patentes, pero también hay investigadores que suelen solicitar más (Gráfico 6).

Gráfico 6. Número de patentes solicitadas por los inventisgadores.



En cuanto al número de publicaciones, se puede comprobar en el Gráfico 7 que los investigadores suelen publicar un mayor número de artículos, otro dato importante es que aquellos investigadores que patentan también realizan una mayor publicación de artículos y por último, es que aquellos científicos que no se dedican a patentar, dedican un mayor esfuerzo a publicar artículos.

Gráfico 7. Número de publicaciones de los investigadores.



Se analizó, cómo influía la actividad de patentar según los siguientes aspectos: Desarrollar más proyectos de investigación, publicar más artículos, más colaboraciones en la industria y

desarrollo de Spin-off y Empresas de Base Tecnológica. Obteniendo los siguientes resultados donde se toman los valores del 1 al 5, siendo 1 poco importante y 5 más importante según la escala Likert.

Los investigadores contestaron que la colaboración en la industria es uno de los aspectos más importantes a tener en cuenta, seguido del desarrollo de spin-off y EBT, un hecho lógico por la importancia de transmitir los conocimientos de la universidad a la empresa privada. En cuanto a la publicación de más artículos, se puede observar en la encuesta que el hecho de publicar artículos no es un aspecto muy importante para ellos. El tercer aspecto mejor valorado es el desarrollo de más proyectos de investigación.

Tabla 7. Opinión de los investigadores de la influencia de patentar en los siguientes aspectos.

Pregunta	Puntuación - Opinión	Repeticiones
<b>Desarrollo de más proyectos de investigación</b>	1	0 %
	2	20 %
	3	44 %
	4	28 %
	5	8 %
<b>Publicación de más artículos</b>	1	8 %
	2	36 %
	3	28 %
	4	16 %
	5	12 %
<b>Más colaboraciones en la industria</b>	1	0 %
	2	8 %
	3	28 %
	4	52 %
	5	12 %
<b>Desarrollo de spin-off y Empresas de Base Tecnológica (EBT)</b>	1	0 %
	2	12 %
	3	24 %
	4	36 %
	5	28 %

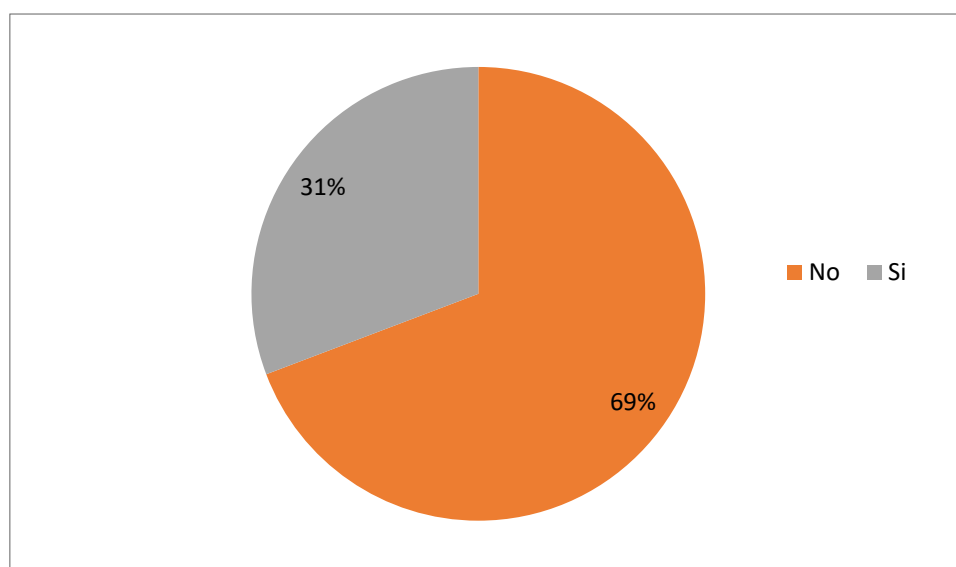
Fuente: Elaboración propia según el cuestionario para los grupos FQM de la UCA.

Por último, se preguntó si conocían los beneficios que recibían por las licencias de patentes en su universidad y si estos beneficios les motivaban a seguir desarrollando patentes. Los resultados demostraron que el 69 % de los científicos desconocían el porcentaje de beneficios que se llevaba el inventor en la universidad (Gráfico 8).

---

Gráfico 8. Conocimiento del porcentaje de beneficios.

---

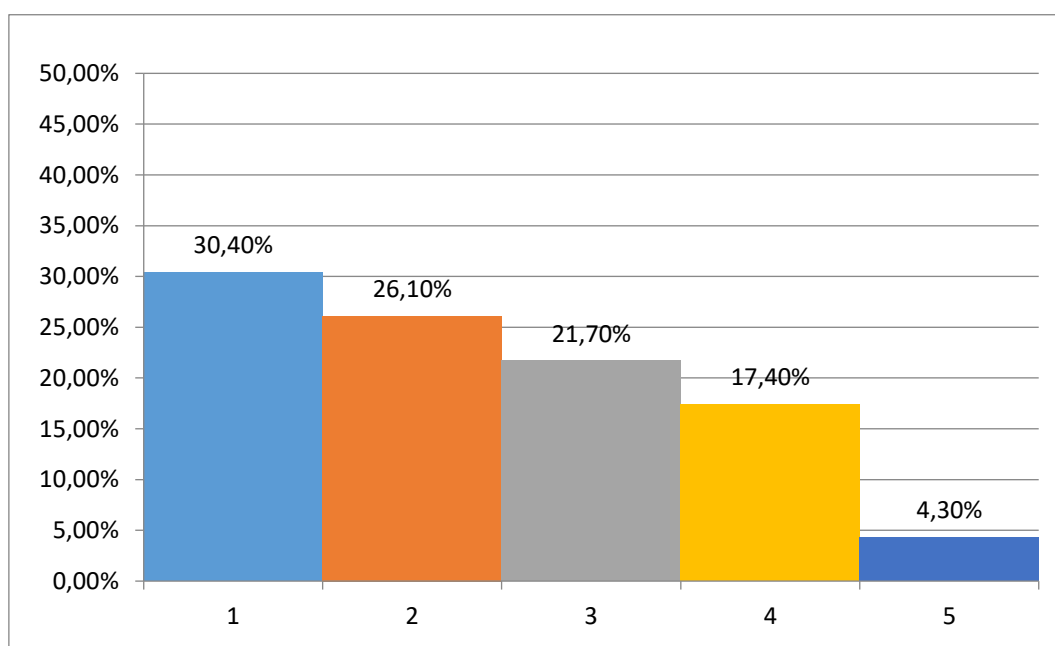


Y en lo que respecta a la motivación que obtienen los investigadores en el caso de obtener beneficios con su trabajo, se concluye que no es algo realmente importante para ellos, por lo tanto, consideran el prestigio que van a obtener como algo más importante que el beneficio económico (Gráfico 9).

---

Gráfico 9. Motivación de los investigadores según el porcentaje de beneficios que se les asignan.

---



#### 4. CONCLUSIONES.

Una vez finalizado el trabajo se extraen las siguientes conclusiones del mismo:

En primer lugar, después de analizar los requisitos para patentar, se empieza a vislumbrar la dificultad para patentar y porqué hay tan pocas personas que se dedican a ello. Teniendo en cuenta, que para que una invención se considere válida patentable tiene que tener “novedad” y ser aplicable en la industria, si nos fijamos en estos tres requisitos y en el momento actual en el que se encuentra nuestra sociedad en lo que se refiere, en avances tecnológicos, médicos, científicos..., es de sentido común pensar que es muy difícil crear algo novedoso hoy en día en la industria.

En segundo lugar, hay que destacar las mejoras en la nueva Ley. Por fin, se actualiza una Ley que data desde el año 1986 y que entrará en vigor en Abril de 2017, y que permitirá a España ser igual al nivel de otros países europeos en lo que se refiere a la normativa.

En tercer lugar, es importante destacar la creación de las spin-off como empresas de nueva creación que tienen como objetivo llevar a la práctica las últimas innovaciones tecnológicas al mundo de la empresa privada. Son importantes porque nacen en el seno de las universidades o centros de investigación y aportan a la sociedad grandes beneficios con su trabajo.

En lo referente al análisis de las patentes por universidades españolas, es importante observar los datos y comprender porque en algunas regiones o universidad hay más patentes solicitadas. Las ayudas privadas recibidas por estas universidades son un factor importante a la hora de que se desarrollen más patentes en las universidades. Y por último, la demografía existente en las diferentes comunidades autónomas es un elemento muy importante, ya que, cuanta más población, más posibilidades hay de que se desarrollen más patentes.

Y finalmente, las conclusiones del análisis de los investigadores que se han extraído del presente Trabajo Fin de Grado son las siguientes:

- Suelen patentar más aquellos investigadores que tienen entre 40 y 60 años. Los inventores más jóvenes no suelen plantearse la actividad de patentar, sólo patentan aquellos investigadores que son más veteranos.
- También predomina la actividad de patentar entre aquellos investigadores que llevan más años trabajando.
- La gran mayor parte de los científicos que contestaron a la encuesta han publicado algún artículo, concluyendo, que consideran más importante publicar artículos que patentar.
- En las preguntas de escala Likert:
  - o Los encuestados consideran como algo muy importante obtener más colaboración por parte de la industria.
  - o Por último, en el caso de la creación de nuevas Spin-off y EBT, consideran que es un aspecto muy importante a tener en cuenta, es decir, se deberían crear más empresas de este tipo.
- Es curioso conocer que la mayoría de los investigadores no sepan los beneficios que les otorga su propia universidad en el caso de que lleguen a explotar su invención y que el dinero no sea algo importante para ellos.

Como conclusión final, los investigadores buscan más el reconocimiento que les da inventar que el beneficio económico que van a obtener por su patente. El prestigio es una variable de peso a considerar a la hora de que un investigador patente, sin ni siquiera llegar a plantearse los beneficios económicos que puedan obtener por ello. A parte, los trámites burocráticos, la dificultad para encontrar una nueva invención, etcétera, están haciendo a día de hoy que cada vez sean menos los investigadores que desarrollen su faceta inventora.

## 5. BIBLIOGRAFÍA.

Azoulay, P., Ding, W., y Stuart, T. (2007). The determinants of faculty patenting behavior: Demographics or opportunities?. *Journal of economic behavior y organization*, 63(4), 599-623.

Baldini, N., Grimaldi, R., y Sobrero, M. (2007). To patent or not to patent? A survey of Italian inventors on motivations, incentives, and obstacles to university patenting. *Scientometrics*, 70(2), 333-354.

Beraza Garmendia, J. M., y Rodríguez Castellanos, A. (2014). Diseño de programas de apoyo a la creación de spin-off académicas. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 1(21).

Díaz-Pérez, M., y De-Moya-Anegón, F. (2008). El análisis de patentes como estrategia para la toma de decisiones innovadoras. *El profesional de la información*, 17(3), 293-302.

Díez Sáez, A. (2014). La spin-off universitaria como mecanismo para la transferencia de conocimiento.

González-Albo, B., y Zulueta, M. A. (2007). Normativas sobre patentes en las universidades españolas. *Ciência da Informação*, 36(1).

González de Vega, B. (28 de mayo de 2013). Córdoba y Granada consiguen un número uno en investigación en el ranking de universidades. *El mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/05/28/andalucia/1369764153.html/>

González, J. P. S., Torres, L. B., Márquez, P. G. E., y Pla, C. G. (2011). 200 años de patentes [Exposición].

Göktepe-Hultén, D., y Mahagaonkar, P. (2010). Inventing and patenting activities of scientists: in the expectation of money or reputation?. *The Journal of Technology Transfer*, 35(4), 401-423.

Martínez, C. (2008). Las familias de patentes triádicas de origen español: Valor y estrategias.

Meigs, R. F., Meigs, R., Medina, G. A., y Arteaga, J. C. (2000). Contabilidad: la base para decisiones gerenciales.

Moya-Anegón, F., Solís-Cabrera, F., Corera-Álvarez, E., Chinchilla-Rodríguez, Z., Gómez-Crisóstomo, R., González-Molina, A.,... y SCImago Research Group. (2008). Indicadores bibliométricos de la producción científica de Andalucía: 2003-2005.

Oficina Española de Patentes y Marcas (2.009). Manual de estadísticas de patentes de la O.C.D.E. Oficina Española de Patentes y Marcas (O.E.P.M). Recuperado el 24 de Julio de 2016 de [http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos\\_relacionados/Memorias\\_de\\_Actividades\\_y\\_Estadisticas/EstadisticasOCDE/Estadisticas\\_OCDE.pdf](http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Memorias_de_Actividades_y_Estadisticas/EstadisticasOCDE/Estadisticas_OCDE.pdf)

Salas, O. A., y Aguilá, S. (2008). El nuevo PGC en la práctica: Ejercicios y soluciones. Profit Editorial.

Tian, Y. (2015). From Publishing to Patenting: Survey construction of Swedish academics' motivations. (Tesis de maestría). Universidad de Gothenburg, Suecia.