

Editorial

En este número de *Contaduría y Administración*, Homero Zambrano nos presenta su artículo *Minimización del tracking error con solución analítica para portafolios indizados*, en el cual el autor se ocupa de desarrollar una solución analítica para una de las herramientas ocupadas en la administración de fondos indizados de activos financieros. Además de proporcionar dicha solución, Zambrano demuestra que si bien la minimización del error de seguimiento de un índice de referencia es relativamente fácil de lograr mediante el uso de métodos numéricos, la solución de forma cerrada requiere de más tiempo de uso de la computadora para su cálculo. La aportación de este trabajo es importante para los administradores de fondos de inversión que tienen que lidiar con portafolios que contienen un gran número de activos. Pero la contribución que hace este trabajo no es únicamente relevante para ese caso, también puede ser de gran utilidad para mejorar la administración de esos fondos cuando es limitada la habilidad de sus administradores para lograr rendimientos ajustados por el nivel de riesgo que sean mayores que los rendimientos de los principales índices que sirven como referencia para juzgar el desempeño de los administradores de fondos. En momentos en que se ciernen nuevas amenazas de inestabilidad en los mercados financieros, las herramientas que permitan una mejor administración de las inversiones pueden contribuir a que los inversionistas puedan mitigar los resultados negativos de los riesgos acrecentados que caracterizan dichos periodos de inestabilidad financiera.

En *Accounting standards for small and medium-sized entities. Evidence from Spain*, Patricia Milanés, Irene Albarrán, Joaquín Texeira y Esteban Pérez buscan determinar si la información financiera que debe ser proporcionada por las pequeñas y medianas empresas de acuerdo con las normas contables aplicables en España, a la luz de la regulación establecida para los países miembros de la Unión Europea y de los requerimientos de que esa información se armonice con las normas internacionales, permite que dichas empresas puedan dar cumplimiento al objetivo de que sea útil la información. Según los autores de este artículo, la posición de los reguladores europeos debería basarse en un análisis sobre la idoneidad de las cuentas para ser útiles. También están de acuerdo con la posición según la cual se sostiene que la regulación contable debe ser la mínima posible de forma que se pueda garantizar el cumplimiento de los propósitos que persigue y al mismo tiempo no genere costos innecesarios que puedan impedir que se satisfagan dichos propósitos o, peor todavía, que obstaculicen la actividad de las propias empresas. En última instancia, sostienen, si la normatividad local aplicable a las grandes empresas no es adecuada para las medianas y pequeñas,

es poco probable que sea apropiada la normatividad única propuesta por el organismo regulador de la Unión Europea.

En este número también se presenta el trabajo de Carlos Burgoa, titulado *La deontica jurídica como clave en la interpretación de las leyes fiscales*, donde el autor se propone el estudio de una de las bases para la interpretación de las leyes fiscales pues, argumenta, de manera general el significado que se da a las leyes es uno de los obstáculos de mayor importancia para la aplicación de las mismas. Burgoa señala que en el caso particular de las leyes tributarias este problema resulta todavía más complicado, pues existe la conocida renuencia al pago de los impuestos. Se concluye que la deontica jurídica puede ser de utilidad tanto para la interpretación de las leyes regulatorias de las obligaciones fiscales como para la formulación de las leyes fiscales, puesto que las conductas que la autoridad espera que sean observadas se pueden identificar y los contenidos de las normas jurídicas siempre giran en torno a tales conductas. En especial, de acuerdo con lo que sostiene el autor, la deontica es de gran utilidad para la interpretación de los ordenamientos jurídicos porque ayuda a evitar desvíos y, por lo tanto, facilita que la conducta del sujeto de derecho se mantenga dentro del marco de legalidad que se establece en dichos ordenamientos.

Por su parte, Carlos Hernández nos presenta el trabajo *Cálculo de la relación de margen de contribución en los precios y el surgimiento de la proporción áurea en la estructura de utilidades*. El propósito que anima al autor es la búsqueda de un sustento formal al cálculo del margen de contribución en términos porcentuales. Una de las reflexiones que plantea Hernández para desarrollar su trabajo es que debe haber al menos un nivel mínimo en que se pueden fijar las utilidades como un objetivo para su planeación, de forma tal que se puedan también planear las actividades operativas de la empresa, así como sus gastos y costos. A partir de este razonamiento, el autor se plantea como hipótesis que la utilidad mínima es una función del costo de capital total que la empresa utiliza. Valiéndose de una función de las ventas, el autor logra mostrar la existencia de una relación funcional libre de dimensiones y que, en última instancia, el proceso de fijación de los precios de venta no puede ser de carácter subjetivo sino, por lo contrario, puede ser objetivo y armónico desde la perspectiva de su formalización en términos matemáticos.

Miguel Magaña Magaña y Carlos Leyva presentan en este número su artículo *Costos y rentabilidad del proceso de producción apícola en México* en el cual tratan de determinar la estructura de los costos y la rentabilidad del proceso de producción de miel de abeja; para ello analizan las siete entidades federativas que son las principales productoras de ese producto en México, que es el quinto país de exportación en el mercado

mundial. Sostienen los autores que la apicultura es una actividad económica de relativa importancia en México en virtud de la mano de obra que emplea principalmente en el sector rural y, obviamente, de la derrama salarial que se produce como consecuencia, así como por el ingreso de divisas que produce la producción de miel que se destina a la exportación. De acuerdo con los autores: “la composición del costo total tiene relevancia en la administración de la producción apícola nacional, pues las variaciones en los precios hacia la baja afectan en forma más sensible a los apicultores cuyo costo fijo medio es menor” y, agregan, que la actividad apícola es rentable.

El siguiente artículo que se presenta en este número es *Calidad de las tecnologías de la información y competitividad en los hoteles de la península de Yucatán*, cuyos autores son Manuel Caro, Carlos Leyva y Raúl Vela. En su trabajo lo autores analizan el impacto que tiene el nivel de calidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) sobre el grado de competitividad del sector hotelero en la península de Yucatán. Además de hacer hincapié en la importancia del sector turístico en la economía nacional, señalan que en dicho sector el grado de adopción de tecnologías informáticas y computacionales en diferentes modalidades de uso es muy elevado. Según el análisis econométrico que llevan a cabo, la capacitación adecuada de los usuarios de los sistemas informáticos, un grado apropiado de desarrollo informático y un nivel adecuado de seguridad informática son factores mediante los cuales las tecnologías de la información influyen de manera importante en el porcentaje de ocupación media de los hoteles de la península yucateca, siendo significativos y con signos positivos. No obstante, de acuerdo con Caro, Leyva y Vela queda en las manos de las empresas hoteleras de esa región identificar los recursos y capacidades que les permitan ser más competitivas y otorgarles ventajas.

Alejandro Castaño nos presenta su trabajo *Planeación estratégica en la Pyme de Bogotá*, en el que analiza la forma en que las empresas pequeñas y medianas de la localidad de Chapinero, en Bogotá, llevan a cabo los procesos de planeación estratégica. El análisis que se presenta en este artículo se basa en técnicas cualitativas y cuantitativas que pretenden medir aspectos culturales que pueden relacionarse con la planeación estratégica partiendo de la perspectiva teórica que han planteado en diversos trabajos previos algunos investigadores y que ha dado lugar al estado del arte, cuyos elementos principales revisa Castaño en el apartado correspondiente. De acuerdo con los resultados de su análisis, sostiene el autor, se puede decir que dichas empresas se caracterizan por la presencia de patrones de comportamiento acordes con una perspectiva de corto plazo, encontrando también que predominan las emociones en los procesos de toma de decisiones. Estas características de las empresas estudiadas, junto con el desconocimiento sobre herramientas de mercadeo en un entorno de altos

niveles de incertidumbre, impulsan la adopción de herramientas administrativas orientadas a la planeación estratégica, incluso aunque en dichas empresas no se tenga una comprensión plena de lo que significa ese tipo de planeación.

En el artículo *Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme*, Zahira Moreno y Dennys Graterol presentan los resultados de la investigación efectuada en empresas pequeñas y medianas del sector metalmecánico en la Zona Industrial II de Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela. Aunque estudian una muestra muy pequeña, sostienen las autoras que con base en los resultados de su estudio pudieron determinar que existen capacidades y recursos que las empresas del sector estudiado no utilizan en forma estratégica para fortalecer sus ventajas competitivas. Encontraron también que en tales empresas se llevan a cabo algunas de las acciones que comúnmente se han catalogado dentro de lo que se denomina la Responsabilidad Social Empresarial, las cuales se llevan a cabo, pues existen preocupaciones tales como la conservación del medio ambiente. No obstante, las autoras señalan que en esas mismas empresas no se abordan los aspectos relacionados con su actuación en la comunidad, en el mercado y el ambiente que brindan a sus trabajadores.

Fabiola Denegri y César Peña consideran que las micro, pequeñas y medianas empresas han sido consideradas, hasta los recientes programas de autorregulación, como un grupo objetivo de importancia secundaria en el diseño de las políticas establecidas dentro del marco del control de la contaminación en México. Sin embargo, argumentan que a pesar de que su impacto ambiental en términos individuales pueda ser pequeño, el impacto agregado de su actividad puede causar serios problemas para la preservación del medio ambiente y, como consecuencia, para la población. En su trabajo *Identificación de perfiles ambientales en la Pyme a través de la auditoría ambiental*, dichos autores tratan de identificar los perfiles de contaminación y cumplimiento ambiental de empresas que han participado en el Programa de Autorregulación Ambiental implementado en la ciudad de Mexicali, del estado mexicano de Baja California. De acuerdo con los datos estadísticos generados por la auditoría ambiental efectuada a 70 empresas que participaron en ese programa durante los años 2006 y 2007, el grado de cumplimiento por parte de las empresas es nulo.

El último artículo que se presenta en este número es *El valor de la marca desde la perspectiva del consumidor* en el que Eva González, Margarita Orozco y Alejandra de la Paz presentan su estudio sobre la influencia del comportamiento del consumidor sobre la construcción del valor de marca. Las autoras señalan que la determinación de los factores que influyen en el valor de la marca es un problema no resuelto aún, a pesar de haberse estudiado intensivamente. Los enfoques teóricos básicos mediante los

cuales se ha abordado este problema han sido desde la perspectiva financiera y desde la perspectiva del consumidor. Dado que las autoras seleccionan este último enfoque, llevan a cabo su investigación partiendo de la propuesta elaborada por el modelo de *customer-based brand equity* (CBBE). Específicamente, en su trabajo analizan la relación entre la preferencia de marca y los atributos que intervienen en su valoración; la preferencia de marca y la lealtad; y finalmente la preferencia de marca y la experiencia de marca. Sostienen que los resultados del estudio muestran que el modelo funciona bajo los diferentes niveles de involucramiento, los cuales son relevantes para entender las evaluaciones del consumidor, la preferencia y la lealtad hacia las marcas.

Francisco López Herrera

