

Contaduría pública

Modelos y estrategias de negocios

EL E-COMMERCE Y SUS
DISTINTAS CLASIFICACIONES

PERSPECTIVAS
INTERNACIONALES EN
EL ÁMBITO EMPRESARIAL



ENTREVISTA

Armando Ocampo
Zambrano

Procurador de la Defensa
del Contribuyente

52 ANIVERSARIO
DE LA REVISTA
CONTADURÍA PÚBLICA


IMCP
MEX.\$120



AÑO 53-624-AGOSTO 2024

ISSN: 1870-4883 eISSN: 2594-1976

ISSN: 1870-4883



Instituto Mexicano de Contadores Públicos

El aliado estratégico de México



6, 7 y 8 de noviembre de 2024

Nuevos horizontes de la Contaduría Pública

Cuota final
\$19,500 más IVA
(a partir del 1º de agosto de 2024)



Informes e inscripciones:
jbmolina@imcp.org.mx
achavez@imcp.org.mx

Artistas confirmados



Susana Zabaleta, Raúl Di Blasio y Francisco Céspedes



Carlos Cuevas y Los Juglares



Albita



Muziek Grand Band





Mensaje de la Presidencia

Estimados lectores, de nueva cuenta tengo el gusto de saludarlos con motivo de otra edición de la revista *Contaduría Pública*, donde se aborda el tema "Modelos y estrategias de negocios".

En este número contamos con la colaboración de nuestros colegas, quienes examinan con detalle la repercusión de las nuevas tecnologías en las empresas y cómo la Contaduría está adaptando novedosas formas de trabajo derivadas de las mejoras que han traído consigo los avances en distintos campos del saber, entre ellos la informática, lo cual le está posibilitando a los profesionales de esta disciplina brindar servicios de alta calidad en los sectores privado y público del país.

Así pues, una de las áreas productivas que ha adquirido relevancia en los últimos años es el *e-commerce*, el cual ha incrementado sus operaciones en México y cuyo valor de mercado, según estimaciones de la Asociación Mexicana de Ventas Online, es de 658.3 mil millones de pesos. Tal es la relevancia de esta modalidad de negocios, que ha sido necesario definir y establecer sus clasificaciones a fin de aprovechar las ventajas que ofrece y con ello brindar experiencias, transparencia y mejor servicio a la sociedad.

Asimismo, hay que señalar que la era digital potencia al *e-commerce*, pues el Internet, las redes sociales, el *Big Data* y los algoritmos están revolucionando las formas de hacer negocios, ya que favorecen la promoción de productos, además de posibilitar la creación de empresas a escala internacional.

Frente a este panorama, los Contadores deben adaptarse, conocer y manejar los nuevos aplicativos en

software y *hardware*, así como su implementación práctica en la vida empresarial actual, tecnológica y globalizada. Lo anterior, favorecerá el análisis de la información financiera de las empresas, interpretar las transacciones de estas y hacer más ágil la toma de decisiones. En este contexto, un factor que está ayudando al desempeño laboral de los Contadores es el uso de la inteligencia emocional, ya que esta permite afrontar situaciones de estrés, fortalecer el trabajo en equipo y la capacidad de adaptación a los cambios.

Otros temas que se presentan en esta edición son: Contaduría 4.0: impacto de la era digital, Mecanismos alternativos de solución de controversias: fuente para arribar a una justicia pronta y expedita, Modelo Canvas: inicio del cambio en la empresa, Paradigmas y resistencia al cambio y El Contador Público como consultor y vigilante del patrimonio de su cliente y la estrategia de negocios.

También se publica una entrevista con el Mtro. Armando Ocampo Zambrano, Procurador de la Defensa del Contribuyente, quien nos habla de la figura del Acuerdo Conclusivo, primer medio alternativo de solución de controversias en materia fiscal, así como de los servicios que brinda este organismo público descentralizado.

Apreciados lectores, con esta edición de la revista reafirmamos el compromiso de seguir divulgando contenidos útiles que amplíen sus conocimientos y, en especial, que ayuden a nuestros asociados en su desempeño laboral cotidiano.

Reciban un afectuoso abrazo.

C.P. PCFI HÉCTOR AMAYA ESTRELLA
PRESIDENTE DEL CEN DEL IMCP

 PRESIDENCIA_IMCP

El software favorito de los contadores



Toma el control preciso
y transparente de tus movimientos bancarios



CONTPAQi®
Bancos

CONTPAQi®
Software empresarial fácil y completo



COMITÉ EJECUTIVO NACIONAL

C.P. PCFI Héctor Amaya Estrella PRESIDENTE
C.P. y PCCAG Ludivina Leija Rodríguez VICEPRESIDENTA GENERAL
C.P.C. y Dr. Rodolfo Servín Gómez VICEPRESIDENTE DE RELACIONES Y DIFUSIÓN
C.P.C. Francisco Javier Álvarez Mendoza VICEPRESIDENTE DE LEGISLACIÓN
L.C. y Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez VICEPRESIDENTE DE DOCENCIA
C.P. y PCCA Cornelio Rico Arvizu VICEPRESIDENTE DE SECTOR GUBERNAMENTAL
C.P.C. Miriam Fabiola Gutiérrez Muñoz VICEPRESIDENTA DE SECTOR EMPRESAS
C.P.C. y PCPLD Silvia Rosa Matus de la Cruz VICEPRESIDENTA DE PRÁCTICA EXTERNA
L.C.P. y PCFI Rolando Silva Briceño VICEPRESIDENTE DE FISCAL
C.P.C. Rafael García Gómez VICEPRESIDENTE DE ASUNTOS INTERNACIONALES
C.P.C. Luis Carlos Verver y Vargas Funes VICEPRESIDENTE DE APOYO A FEDERADAS
C.P.C. Rogelio Avalos Andrade VICEPRESIDENTE DE CALIDAD DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL
C.P. y PCCAG María de las Mercedes Cid del Prado Sánchez SECRETARIA
C.P.C. Juan Ignacio Oros Guerrero TESORERO
C.P.C. y M.I. Alberto Núñez Basulto PROTOSORERO
C.P. y PCFI Enrique Hilario Olvera González VICEPRESIDENTE REGIÓN CENTRO
C.P.C. y PCCAG Daniel Oscar Echeverría Arceo VICEPRESIDENTE REGIÓN CENTRO-ISTMO-PENINSULAR
C.P.C. y Dr. Roberto Carlos Estrada Zavala VICEPRESIDENTA REGIÓN CENTRO-OCCIDENTE
C.P.C. y M.I. Obdulía Gómez Escareño VICEPRESIDENTA REGIÓN NORESTE
C.P.C. Guillermo Williams Bautista, MCIE, CRMA, CFE VICEPRESIDENTE REGIÓN NOROESTE
C.P.C. Mario Zavala Téllez AUDITOR DE GESTIÓN
C.P.C. Luis González Ortega AUDITOR FINANCIERO
Ing. Fernando Enrique Iglesias Pazmiño, MMA DIRECTOR EJECUTIVO

GOBIERNO CORPORATIVO

C.P.C. Juan Martín Gudiño Casillas COMITÉ DE AUDITORÍA
C.P.C. Aída Orozco Torres COMITÉ DE FINANZAS
C.P.C. y M.I. Rogelio García Zambrano COMITÉ DE EVALUACIÓN Y COMPENSACIÓN
C.P.C. y PCFI Juan Carlos Esqueda Hampl COMITÉ DE PLANEACIÓN Y RIESGOS
COMITÉ UNIVERSITARIO

COMISIÓN DE REVISTA

Dr. Carlos Enrique Pacheco Coello PRESIDENTE
C.P.C. y C.I.C.P. María Margarita Aranda Martínez SECRETARIA
C.P. José Luis Burgos García
C.P.C. Marco Bojórquez Ballardo
Mtra. Emilia del Carmen Díaz Solís
L.C. y M.F. Bernardo Alid Espinoza Urzúa
C.P.C. Héctor Ignacio Herrera Herrera
Dra. y C.P.C. Adriana Verónica Hinojosa Cruz
L.C. Magda Jaquelina Lara Gámez
C.P.C. Jorge Luis López Ayala
C.P.C. Arturo Luna Gómez
Dra. Sylvia Meljem Enríquez de Rivera
Mtro. y PCFI Fidel Moreno de los Santos
C.P.C. Armando Nuricumbo Ramírez
C.P. y Dr. Moisés Alcalde Virgen
C.P.C. Sergio Quezada Quezada
L.C.P. Alma Elisa Ramírez Cano
Mtra. Marisol Romero Cartagena
C.P.C. Francisco Javier Vázquez de la Cruz
C.P.C. y E.F. Héctor Vázquez González
L.C. y M.D.F. Víctor Vergara Oviedo

C.P.C. Eric Francisco de Asís Palma Contreras y
Mtro. Héctor Ignacio Herrera Herrera
COORDINADORES DE DOSSIER

AGOSTO 2024

EDITORIAL

Margarita Amalia Carreón Castany
GERENTE EDITORIAL
Eugenio Alejandro Cruz Sánchez
COORDINADOR DE DISEÑO
Norma Berenice San Martín López
COORDINADORA EDITORIAL
María Antonieta Oliver Morales
FORMACIÓN Y DISEÑO
Nicolás Martín Centeno Bañuelos
y Rubén Lara Corona
CORRECCIÓN DE ESTILO
Christian Alejandro Vera Ríos
ASISTENTE EDITORIAL
Luis Antonio González Landazábal,
Diana Sarai Pineda Gámez,
Belén Gil Carmona,
María Antonieta Oliver Morales
y Marcos Agustín Serrano
ANUNCIOS IMCP
Juan Manuel Nava Labastida
PRODUCCIÓN
Shutterstock®
BANCO DE IMÁGENES
Policromía
IMPRESIÓN

COMERCIAL

Patricia Correa Peña
GERENTE COMERCIAL

José Quintero Jaramillo
55 1002 1199
jqintero@imcp.org.mx
COORDINADOR DE PATROCINIOS Y PUBLICIDAD

Contaduría Pública® es una publicación mensual editada por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. (IMCP). Domicilio: Bosque de Tabachines 44-2, Fracc. Bosques de las Lomas, 11700, Ciudad de México, Tel. 55 5267 6400, www.imcp.org.mx. Editora responsable: Margarita Amalia Carreón Castany. Reserva de derechos al uso exclusivo 04-2021-050314063400-102 (ISSN versión impresa 1870-4883); Reserva de derechos al uso exclusivo 04-2022-041813554000-203 (ISSN versión digital 2594-1976), otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Licitud de Título No. 1721 y Licitud de Contenido No. 995, ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Impresor: Novelty Printec, S.A. de C.V. Luis Espinoza, Lote 20, Mz. 8, Col. Solidaridad Nacional, Del. Gustavo A. Madero. Distribuidor: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Domicilio: Bosque de Tabachines 44-2, Fracc. Bosques de las Lomas, 11700, Ciudad de México.

El IMCP considera sus fuentes como confiables y verifica los datos que aparecen en su contenido en la medida de lo posible, pudiendo generar errores o variaciones en la precisión de los mismos, por lo que los lectores utilizan esta información bajo responsabilidad propia. El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión o postura del editor. El IMCP investiga sobre la seriedad de sus anunciantes sin responsabilizarse por las ofertas, productos y servicios relacionados con sus espacios publicitarios. Todos los derechos reservados. © Copyright 2024 por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización por escrito del IMCP, incluyendo cualquier medio electrónico o magnético. Para referencia en medios periodísticos será suficiente con citar la fuente.

Por ti Contador, YO SIIGO

En **SIIGO ASPEL** somos el aliado que necesitas para maximizar tu potencial como contador y desarrollar tu negocio de asesorías contables

¿Ya conoces cómo
COI te va a ayudar a simplificar tu gestión contable?

- ✓ Lleva hasta 999 empresas en un solo sistema
- ✓ Personaliza el desglose de impuestos con plantillas de póliza inteligente
- ✓ Accede a reportes comparativos para analizar tus estados financieros

¡Y mucho más!

Estamos aquí para ser parte de tu historia de éxito y verte crecer hasta la nube

www.siigoaspelmexico.com

Conoce más
beneficios acá



CONTENIDO

DOSSIER



12 El e-commerce y sus distintas clasificaciones

18 Perspectivas internacionales en el ámbito empresarial



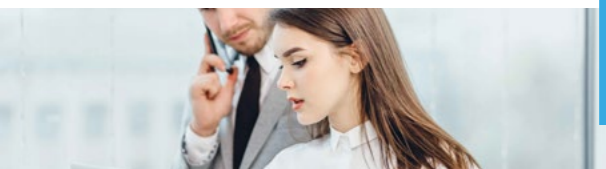
26 Inteligencia emocional en la profesión contable



30 Las nuevas generaciones de Contadores en el ámbito empresarial



34 Contaduría 4.0
Impacto de la era digital



38 **Entrevista**
Armando Ocampo Zambrano



44 Mecanismos alternativos de solución de controversias



48 **Modelo Canvas**
Inicio del cambio en la empresa



Folio 39/2023-2024. Invitación de la IFAC al webinario "La función de director financiero y profesionales de finanzas y la lucha contra la corrupción: cultivar una mentalidad integrada".

Folio 40/2023-2024. Junta de Honor 2023-2024. Convocatoria para designar al "Profesor Distinguido" 2024.

Folio 41/2023-2024. Vencimiento del Dictamen del Estado de Veracruz para el 12 de julio de 2024.



52 Paradigmas y resistencia al cambio

56 El Contador Público como consultor y vigilante del patrimonio de su cliente y la estrategia de negocios



60 Análisis de los modelos de negocios en la innovación empresarial

MISCELÁNEO

64 La programación en el ciclo presupuestario en México



68 NUESTRO INSTITUTO

COMISIONES

33 IMCE Índice de junio

70 COMMED Cambiar vidas
Otro de nuestros compromisos sociales

72 CONIF Impactos contables al cierre de estados financieros

74 COMISIÓN NACIONAL DE TECNOLOGÍAS FINANCIERAS Y EMERGENTES Implicaciones fiscales derivadas de invertir en proyectos *tokenizados* en protocolos descentralizados del extranjero

SECCIONES

76 UNIVERSITARIOS Ética impecable
Pilar de la integridad de los Contadores Públicos

82 TECNOLOGÍA Las nuevas tendencias de negocios empresariales en el ambiente digital

COLUMNAS

78 VANGUARDIA CONTABLE La revolución de la Inteligencia Artificial en la profesión contable

80 TEMAS SELECTOS PARA PYMES Gobierno Corporativo en una empresa familiar

Modelos y estrategias de negocios

Estimados lectores de la revista *Contaduría Pública*, como cada año, la edición de este mes corresponde coordinarla a la Región Centro-Istmo-Peninsular del Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Para este número, hemos querido revisar y analizar algunos modelos y estrategias de negocios, así como otros temas relacionados con su planeación, diseño e implementación en las organizaciones.

Analizamos la importancia de definir las estrategias y modelos de negocios, para el éxito de un proyecto, resaltando la relevancia del Contador Público en este proceso, ya que en su diseño es necesario decidir y evaluar varios indicadores financieros y no financieros, con el fin de determinar la viabilidad del proyecto, tomando en cuenta los ingresos y costos, la optimización de la estructura de capital y la evaluación del retorno de la inversión, entre otros factores.

Cuando hablamos de modelos y estrategias de negocios, es imperativo incluir un artículo que aborde una descripción y un análisis del modelo Canvas, el cual es muy útil, pues permite tener una visión rápida del negocio, que luego podrá ampliarse en otros documentos estratégicos como el plan de negocios. Esta herramienta ayuda a visualizar y diseñar modelos de negocio de manera clara y concisa, utilizando diferentes elementos y bloques.

En esta edición encontrarán un interesante artículo sobre los principales paradigmas que obstaculizan la toma de decisiones importantes. Sobre todo, aquellas relacionadas con cambios coyunturales como la

definición y la adopción de modelos y estrategias de negocios, que implican gran dificultad por la trascendencia de sus resultados y el estrés que esto aporta a la decisión. Por supuesto, el artículo también incluye consejos útiles para lidiar con estos paradigmas e inclusive cambiarlos por otros más reales y adecuados.

Las nuevas tecnologías nos facilitan la comunicación y la realización de operaciones comerciales con personas y organizaciones ubicadas en cualquier parte del mundo, al que por ello solemos referirnos como “aldea global”. En el artículo “Perspectivas internacionales en el ámbito empresarial” el autor nos recuerda que, por los motivos anteriores, al revisar nuestros modelos y estrategias de negocios, no podemos pensar en un marco local, sino que forzosamente debemos reflexionar en que nuestro negocio se verá afectado, de una u otra manera, por participantes ubicados en cualquier lugar del orbe.

En un breve pero interesante artículo, se propone el énfasis que debe poner el Contador Público, en su rol de consultor de negocios, a las estrategias encaminadas a proteger el patrimonio de los inversionistas que participan en un proyecto de inversión, o que deben tomar decisiones relacionadas con la estructura de capital, tales como inversión, desinversión o endeudamiento.

En el artículo “Las nuevas generaciones de Contadores en el ámbito empresarial”, los autores realizan un análisis sobre algunos avances en la ciencia, que están cambiando de manera importante los modelos y estrategias de negocios, y las exigencias que esto conlleva para los profesionales de la Contaduría.

Contaduría 4.0 es un término de reciente cuño, que se utiliza para describir lo que debiera ser esta profesión en el marco de la revolución digital que estamos viviendo. No quisimos dejar de incluir en esta edición algunos comentarios y análisis sobre los aspectos que debemos atender quienes de alguna forma participamos en los negocios, entre ellos la Inteligencia Artificial, el *Big Data*, el Internet, el *blockchain*, la información en la nube, etcétera.

Se define como *e-commerce* a cualquier forma de transacción o de intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet, compra de bienes, información o servicios, y al uso de la red para aspectos de publicidad. Consideramos que una revisión de este modelo de negocio y de los diversos tipos de comercio electrónico resulta muy útil para los fines de esta edición, sobre todo porque, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Online, México es el país número uno en crecimiento a escala mundial en *e-commerce*.

Se aborda en otro artículo el concepto de *inteligencia emocional* —popularizado por Daniel Goleman en su libro del mismo nombre—, donde se describe la capacidad que tenemos las personas para conocer, dominar y utilizar las emociones en nuestro desarrollo personal y profesional, así como para comprender las emociones de los demás. El desarrollo de un nivel alto de inteligencia emocional en los profesionales de la Contaduría Pública, en el marco de las organizaciones, ayuda a incrementar la calidad del trabajo en equipo, la capacidad para la adaptación a los cambios y, sobre todo, a asumir de manera eficaz posiciones de liderazgo.

Uno de los aspectos legales más relevantes en la vida de los individuos y de las organizaciones es, sin duda, el derecho a la defensa, ya sea contra actos de autoridad, o bien, ante consecuencias de cumplimiento o incumplimiento de acuerdos derivados de actos jurídicos celebrados con otros particulares. Por ello recomendamos ampliamente la lectura del artículo “Mecanismos alternativos de solución de controversias: fuente para arribar a una justicia pronta y expedita”, cuyo contenido e importancia es evidente en su título.

Como siempre, nuestro profundo agradecimiento y reconocimiento a todos los que hicieron posible esta edición. A los miembros de la Comisión de Revista, al Área Editorial de nuestro Instituto y, especialmente, a los articulistas, que tan generosamente nos comparten su tiempo y sus conocimientos. Asimismo, hacemos votos para que esta revista sea de su agrado y su lectura contribuya a su crecimiento profesional. ☺



Región Centro-Istmo-Peninsular
Colegio de Contadores Públicos del Estado de Guerrero, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de Campeche, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de Cd. del Carmen, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de Cancún, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de Quintana Roo, A.C.
Colegio de Contadores Públicos del Sur de Veracruz, A.C.
Colegio de Contadores Públicos del Estado de Oaxaca, A.C.
Colegio de Contadores Públicos del Estado de Puebla, A.C.
Colegio de Contadores Públicos del Estado de Tlaxcala, A.C.
Colegio de Contadores Públicos Chiapanecos, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de San Cristóbal de las Casas, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de Chiapas, A.C.
Instituto de Contadores Públicos de Tabasco, A.C.
Colegio de Contadores Públicos del Estado de Veracruz, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de Xalapa, A.C.
Colegio de Contadores Públicos de Yucatán, A.C.



C.P.C. y PCCAG Daniel Oscar Echeverría Arceo
Vicepresidente de la Región Centro-Istmo-Peninsular del IMCP

C.P.C. Eric Francisco de Asís Palma Contreras y Mtro. Héctor Ignacio Herrera Herrera
Coordinadores de *Dossier*

El *e-commerce* y sus distintas clasificaciones

C.P.C. y M.A. VÍCTOR HUGO MIJANGOS CAMELO
 Presidente de la Comisión de Normas de Información Financiera de la Región Centro-Istmo-Peninsular del IMCP
 Protesorero del Colegio de Contadores Públicos de Cozumel, A.C.
 Consultor financiero y fiscal
 vmijangos3@hotmail.com

Síntesis

Ante el crecimiento del *e-commerce* en México, cuyo valor de mercado se ha incrementado a 658.3 mil millones de pesos según la Asociación Mexicana de Ventas Online, se abordan en este artículo las clasificaciones de esta modalidad de negocios que ha coadyuvado a la generación de empleos y a la recaudación de impuestos.

En el dilema de los ciclos económicos por mantener su estabilidad con políticas económicas implementadas como medidas anticíclicas para compensar y recalibrar el mercado, este evoluciona con el paso del tiempo modificando la forma de hacer negocios.

Evolución que trastoca a nuestro lenguaje, misma que da cuenta de su forma viva y que importa a nuestra cotidianeidad el tránsito de algunas voces como: correo, firma a correo y firma electrónicos. Aún más, acortado por el prefijo *e* que significa electrónico y se refiere a tecnologías de la información.

El comercio en su concepto económico se puede definir como el intercambio de bienes y servicios. Doctrinalmente se tienen dificultades para definirlo sin límites. Entonces atendamos a sus características: actos masivos realizados con propósito de lucro y de intermediación en el cambio.

El Código de Comercio, con fundamento en el artículo 75 y sus 25 fracciones, contiene una lista no limitativa de actos jurídicos que se consideran como actos de comercio y que complementan su alcance con otras normas. Para tener una noción comprensiva de su contexto se señalan el artículo 12 de la Ley Reglamentaria del artículo 27 Constitucional en el ramo del petróleo, el artículo 1 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito y el artículo 10 de la Ley General de Instituciones de Fianzas, entre otras.

Este tiempo nos ha dado la palabra comercio electrónico en su anglicismo *e-commerce*, abreviatura de la expresión inglesa *electronic commerce*.

El *e-commerce* ha sido definido por Luz Clara como cualquier forma de transacción o intercambio de

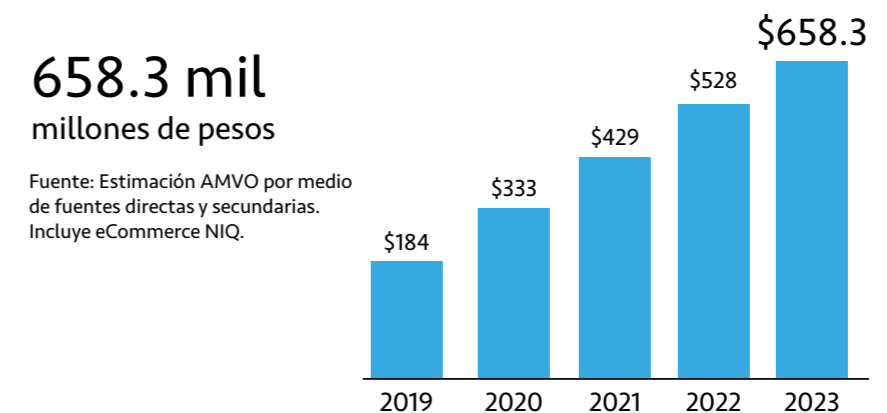


información comercial, basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet.¹ De esta misma forma, Martínez (citada por Rico) señala que el *e-commerce* está relacionado con todo intercambio de datos, por medios electrónicos, tenga que ver o no con la actividad comercial en sentido estricto.²

Por su parte, García lo define como cualquier forma de transacción o de intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como Internet, compra de bienes, información o servicios, uso de la red para aspectos de publicidad.³

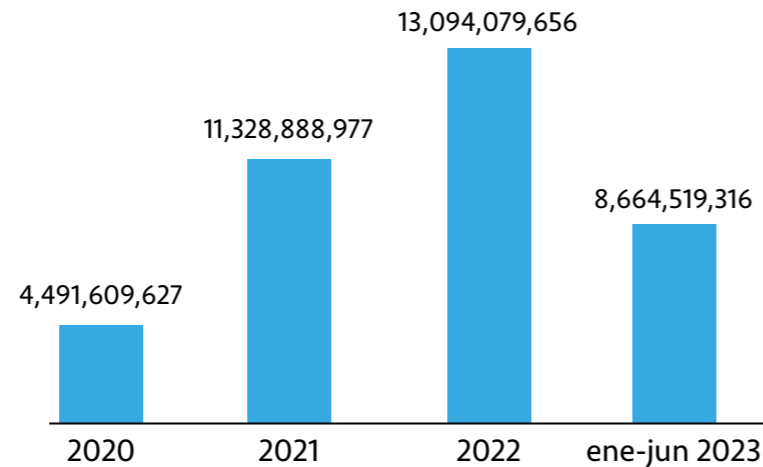
De acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Online, México es número uno en crecimiento a escala mundial en *e-commerce*. En la gráfica 1 se presenta el valor de mercado de 2019 al 2023.

Gráfica 1. Valor de mercado del *e-commerce* (2019-2023)



El *e-commerce* contribuye a la recaudación; de este modo, durante el primer semestre de 2023, el Servicio de Administración Tributaria (SAT) recaudó, por concepto del impuesto sobre la renta (ISR) y del impuesto al valor agregado (IVA), 8 mil 664 millones de pesos. Como se observa en la gráfica 2 existe un crecimiento en recaudación en los últimos tres años.

Gráfica 2. Incremento de la recaudación en México



Fuente: página de prensa del SAT.

Con base en lo analizado en párrafos anteriores, el concepto comercio para efectos económicos no es taxativo en los términos de su clasificación para no limitarla. En contraste con el análisis de las nuevas formas de hacer negocio, encontramos las distintas clasificaciones del *e-commerce*:

- **B2C (Business to Consumer):** en este tipo de *e-commerce*, la operación comercial se da entre una empresa y un consumidor o persona particular. La empresa es responsable de todo el proceso de compra, distribución y marketing para la captación de clientes. Ejemplo: comprar ropa en una tienda en línea / Netflix.
- **B2B (Business to Business):** la transacción ocurre entre dos empresas. No intervienen consumidores finales ni particulares, solo empresas. Puede haber distintas modalidades, como vendedores que buscan compradores o intermediarios que facilitan transacciones entre compradores y vendedores.⁴ Ejemplo: plataformas de suministros industriales / Google Ads.
- **B2E (Business to Employee):** aquí la operación se produce entre la empresa y el empleado. La empresa ofrece una plataforma interna o intranet donde los empleados pueden comprar productos con algún beneficio adicional. Esto forma parte de la estrategia de employer branding para atraer talento.⁵ Ejemplo: descuentos para empleados en productos de la empresa.
- **B2A (Business to Administration):** en esta categoría entran las plataformas que el gobierno pone a disposición de los ciudadanos



para realizar trámites y pagar impuestos en línea.⁶ Ejemplo: Portal de impuestos electrónicos.

- **B2I (Business to Investors):** cuando la relación busca ofrecer servicios a los inversores, estamos hablando de relación empresa-inversor. La compañía, en este caso, se dedica a localizar, analizar y unificar el formato de proyectos para presentarlos a los inversores. Ejemplo: soluciones como Salesforce o HubSpot, software orientado a automatizar procesos de *marketing*, de ventas y de servicios.
- **C2C (Consumer to Consumer):** aquí, los consumidores interactúan directamente entre sí. Pueden comprar, vender o intercambiar bienes y servicios sin la intervención de empresas.⁷ Ejemplo: plataformas de compraventa de segunda mano.
- **A2C (Administration-to-Consumer):** los trámites que implican a la administración pública y al cuidado final van bajo las siglas A2C. Esta modalidad de *e-commerce* se da, por ejemplo, en trámites como el pago de multas por Internet o la solicitud de un retiro de fondo de pensiones.
- **A2B (Administration-to-Business):** el mismo modo que la administración que ofrece la realización de trámites y pagos a los ciudadanos, así lo hacen con las empresas. El último de los tipos de comercio electrónico es aquel en el que la administración ofrece servicios por medio de Internet que implican transacciones, como pueden ser la solicitud de licencias o el registro de marcas y patentes.
- **C2B (Consumer to Business):** en este caso, los consumidores ofrecen productos o servicios a las empresas. Es menos común, pero puede darse en situaciones como *influencers* que colaboran con marcas o proveedores de servicios *freelance*. Ejemplo: YouTube / Un diseñador gráfico *freelance* que brinda sus servicios a empresas.
- **C2C (Consumer-to-Consumer):** al establecer una relación comercial de cliente a cliente hablamos de C2C. El caso de eBay

“ El *e-commerce* está relacionado con todo intercambio de datos, por medios electrónicos, tenga que ver o no con la actividad comercial en sentido estricto

“ De acuerdo con la Asociación Mexicana de Ventas Online, México es número uno en crecimiento a escala mundial en *e-commerce*

son ejemplos de herramientas que permite establecer relaciones Consumer-to-Consumer. Son los propios particulares quienes ofrecen sus productos y establecen un precio, y son otros particulares quienes adquieren estos bienes. Por ejemplo: Mercado libre / Amazon.

Se presentan las clasificaciones en el cuadro 1 para conocer en una sola vista las partes que interactúan.

Cuadro 1. Principales modelos de negocio e-commerce

	Cliente	Empresa	Administración	Empleados	Inversores
	Consumer (C)	Business (B)	Administration (A)	Employee (E)	Investor (I)
Business (B)	B2C	B2B	B2A	B2E	B2I
Consumer (C)	C2C	C2B			
Administration (A)	A2C	A2B			

Fuente: EmpresaActual.com

En conclusión, nos encontramos en una generación de negocios que aprovecha la dimensión digital en sus diferentes clasificaciones, ante un creciente sector en el ambiente de la sociedad que busca experiencias, transparencia y mejor servicio. Estos retos presentan la oportunidad para aprender a navegar en el mundo del e-commerce. [CP](#)

- Luz Clara, B. (2001). *Manual de Derecho Informático*. Argentina: Editorial Jurídica Nova Tesis.
- Rico, M. (2003). *Comercio electrónico, Internet y Derecho*. Caracas: Legis Editores, C.A.
- García, F. (2002). *Comercio y firma electrónicos (Análisis jurídico de los servicios de la sociedad de la información)*. Valladolid, España: Editorial Lex Nova.
- Valls, C. (13 de mayo de 2022). Los 14 tipos de ecommerce y cómo se clasifican. *Holded*. <https://www.holded.com/es/blog/tipos-de-ecommerce>
- Ibidem*.
- Idem*.
- Paez, L. (8 de enero de 2022). Tipos de e-commerce: ¿cuál es el mejor para potenciar la rentabilidad de tu negocio online? *Crehana*. <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/tipos-ecommerce/>

Fuentes consultadas

- Aguirre Andrade, A. y Manasía Fernández, N. (Abril de 2007). El comercio electrónico y su aporte socioeducativo. *Frónesis* 14(1). http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-62682007000100003#:~:text=El%20comercio%20electr%C3%B3nico%20ha%20sido,redes%20de%20comunicaci%C3%B3n%20como%20Internet%E2%80%9D.
- Asociación Mexicana de Venta Online (2024). Estudio sobre Venta Online en México - 2024. *AMVO*. <https://info.amvo.org.mx/estudiodeventaonline2024>
- Dávalos Torres, M. S. (2010). Acto de comercio. En *Manual de introducción al derecho mercantil*. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas-Nostra Ediciones. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3259/5.pdf>
- EmpresaActual (27 de enero de 2020). Tipos de comercio electrónico: ejemplos. *EmpresaActual.com*. <https://www.empresaactual.com/tipos-comercio-electronico/>
- Servicio de Administración Tributaria (25 de julio de 2023). Comercio electrónico contribuye a la recaudación de ISR e IVA. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sat/prensa/comercio-electronico-contribuye-a-la-recaudacion-de-isr-e-iva-035-2023?idiom=es#:~:text=Durante%20el%20primer%20semestre%20de,%2C%20Spotify%2C%20Amazon%2C%20Uber%2C>



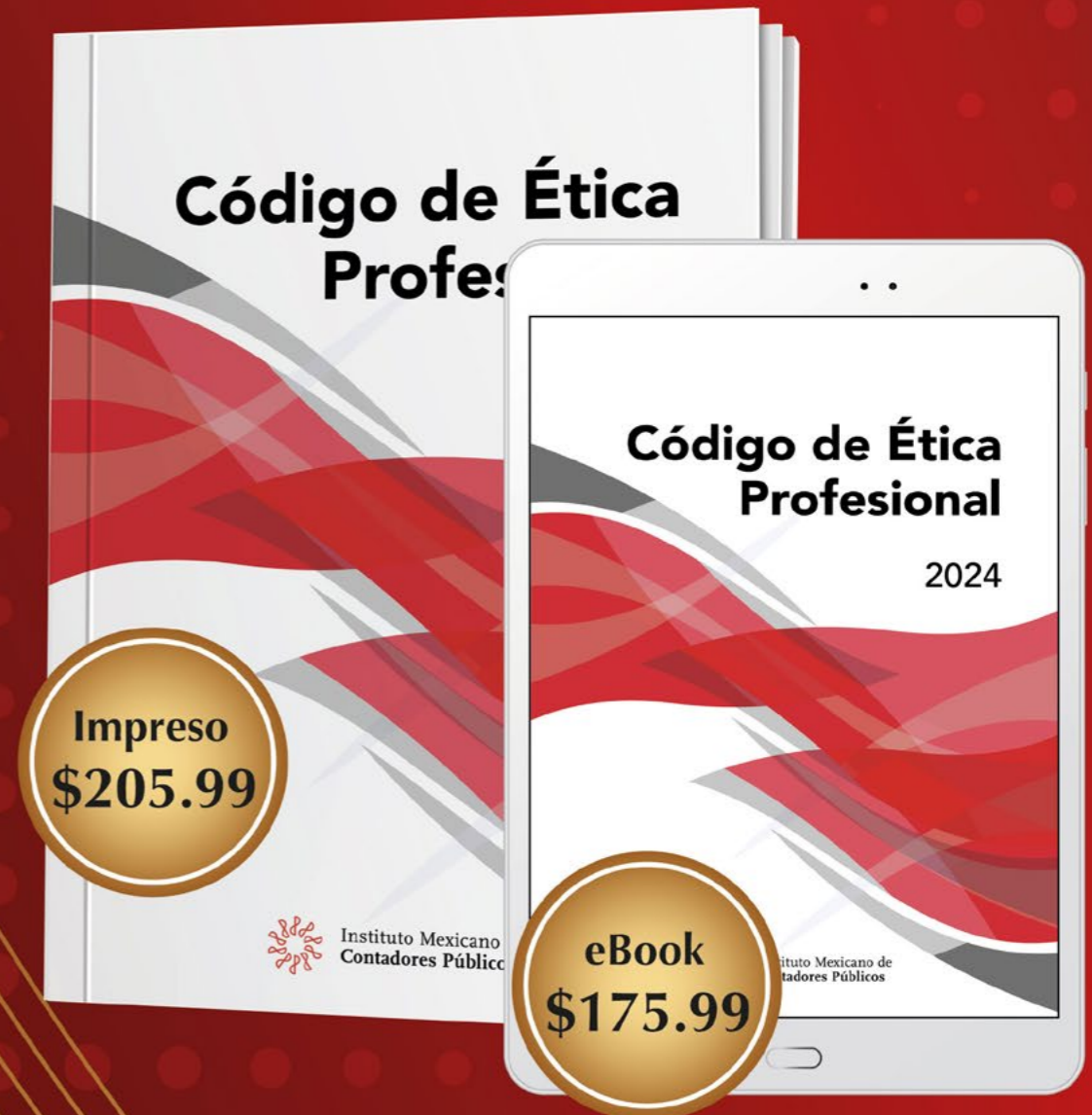
Instituto Mexicano de
Contadores Públicos



tienda.imcp.org.mx

El aliado estratégico de México

Ya a la venta



Informes y ventas: 55 5267 6437
mgutierrez@imcp.org.mx

De venta en Tienda en línea
y en Librería Tabachines
Tel.: 55 1105 1920

Perspectivas internacionales en el ámbito empresarial



C.P.C. Y M.D.F. SANTIAGO DE JESÚS REJÓN DELGADO
Vicepresidente General de la Región Centro-Istmo-Peninsular del IMCP
Profesor del Instituto Tecnológico de Cancún
Socio Director del Corporativo de Auditores del Caribe, S.C.
rejonsantiago@hotmail.com

Síntesis

Las nuevas tecnologías, el uso de las redes sociales, el *Big Data* y los algoritmos han revolucionado las formas de hacer negocios y comercializar productos, lo cual se ha constituido en un nuevo motor que está impulsando la economía en el mundo por medio de las ventas *online*, las cuales presentan varias ventajas; entre ellas, el aumento en la oferta y demanda, bajos costos de producción y distribución, alcance a productos nacionales e internacionales, segmentación de negocios y mayor proyección.

Introducción

Desde hace miles de años el ser humano ha tenido la necesidad de realizar intercambios tanto en bienes como en servicios, debido a que no puede producir todos los productos que requiere para su subsistencia. Uno de los primeros antecedentes para obtener otros bienes o servicios fue el trueque, con el paso de los años cada familia se dedicó a una rama de la industria y la distribución de sus productos, esto es, la manera de comercializarlos. Asimismo, la forma de vender sus productos en el mercado también ha cambiado pasando de la comercialización local hasta el plano internacional.

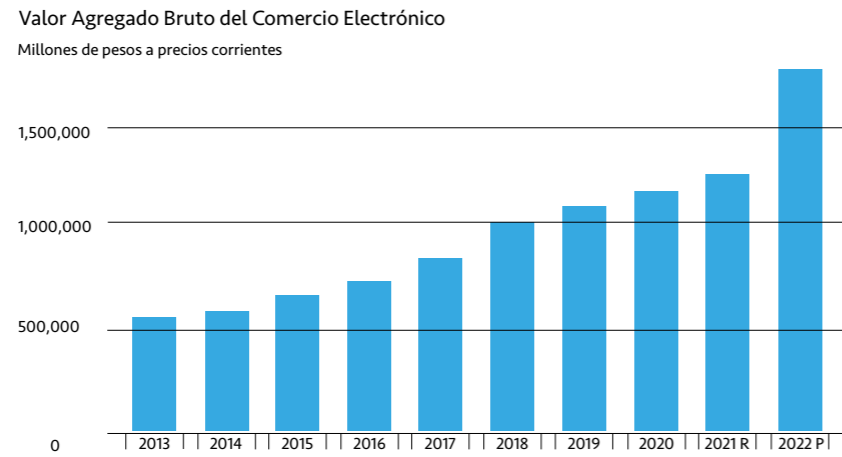
La llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación ha provocado que los nuevos empresarios adapten con mayor énfasis la forma de vender. Antaño los vendedores iban de puerta en puerta ofreciendo los productos; ahora el uso de los nuevos medios electrónicos, *software*, *hardware* e Internet; las diversas plataformas, redes sociales y sus modelos de negocios basados en algoritmos para detectar posibles compradores, pasando de la adquisición directa hasta el plano de compras mediante medios electrónicos desde sus empresas y hogares, han posibilitado ampliar sus mercados y, por ende, obtener mayores ganancias.

Desarrollo del comercio electrónico

Al hablar de un ámbito empresarial se pueden tomar diversas vertientes, por ello se tratará principalmente el tema de su actividad principal, que es la venta de bienes o servicios que son el fin principal de un empresario, ya sea como personas físicas morales, a nivel micro o macro. Lo anterior, implica que, para llevar a cabo esta actividad, se requiere del vendedor, el producto y el comprador. La forma común era de manera directa; posteriormente, mediante la mercadotecnia y los avances se pudieron utilizar otros medios como la radio, la televisión y el teléfono. Con el avance de Internet se activaron las ventas vía páginas web. En la actualidad, el uso de redes sociales, el *Big Data* y los algoritmos han revolucionado las formas de comercializar, ya que han favorecido la promoción de los productos dirigidos a los internautas. Por ejemplo, si nuestro interés es adquirir un automóvil buscamos información de alguno en especial, observaremos que por arte de magia tendremos inundado de anuncios nuestras redes sociales, correos y cualquiera de los medios por donde navegamos. Esto no fue magia, más bien es la combinación de nuestros intereses, la frecuencia de la búsqueda y el tiempo que pasamos en cualquier aplicación desde nuestro celular u ordenador en uso.

Para la gran mayoría de los dispositivos como el celular o computadora se requiere una identificación de nuestra cuenta de correo electrónico. Por ello, de algún modo somos identificados y recibiremos promociones del producto, del cual deseamos información. Así pues, y aunque no se requiera, el hecho de observar durante segundos los anuncios dará pie a que el propio sistema determine que es de nuestro interés y a que, por lo tanto, seamos potenciales compradores. A esto se le denomina ventas *online*.

Figura 1. Comercio electrónico en México de 2013 a 2022 INEGI



Notas y Llamadas:
 R Cifras revisadas
 P Cifras preliminares
 Con base en los "Lineamientos de cambios a la información divulgada en las publicaciones estadísticas y geográficas del INEGI" las cifras de 2019 a 2021 cambian como resultado de incorporar la actualización de las fuentes de información base 2018.
 Fuente:
 INEGI Sistema de Cuentas Nacionales de México Valor Agregado Bruto de Comercio Electrónico

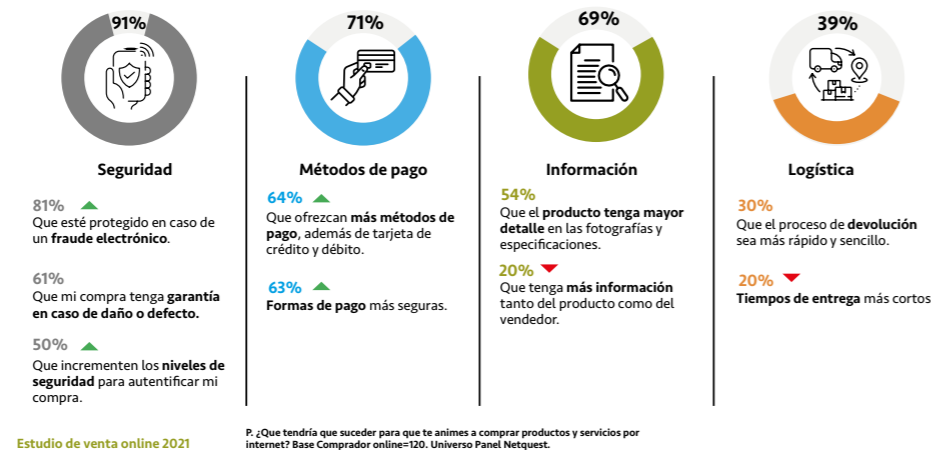
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (s. f.). Comercio electrónico. En Economía y sectores productivos. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/temas/vabcoel/>

En la figura 1 podemos observar el avance en una década sobrepasando 300% de 2013 a 2022.

A su vez, la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO) presenta los principales motivadores para realizar compras por medio de Internet (figura 2).

Figura 2. Motivadores para compras en línea

Los compradores que aún no eligen canales digitales lo harían de resolverse varias inquietudes, especialmente sobre seguridad y métodos de pago.

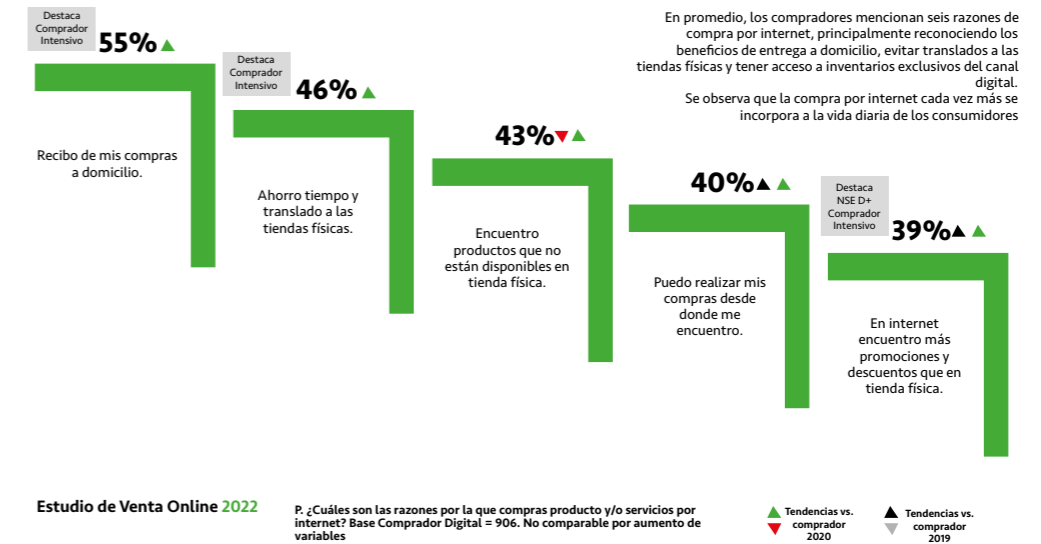


Fuente: Mariana Ramos (9 de febrero de 2021). Seguridad, métodos de pago e información: los motivadores para comprar en línea (AMVO). Marketing4ecommerce.mx. <https://marketing4ecommerce.mx/seguridad-metodos-de-pago-e-informacion-los-motivadores-para-comprar-en-linea-amvo/>

En la figura 3 se pueden observar cuáles son los principales motivos por parte del comprador para efectuar una compra en línea.

Figura 3. Razones para comprar en línea

Top 5 razones de compra en línea



Fuente: María José Ramírez (8 de febrero de 2022). El crecimiento del eCommerce en México alcanzó el 27% durante 2021 (AMVO). Marketing4ecommerce.mx. <https://marketing4ecommerce.mx/crecimiento-del-ecommerce-en-mexico-amvo/>

En la presente figura se puede observar en qué medida está el interés del posible comprador, lo cual nos lleva a examinar las ventajas y desventajas del e-commerce.

Ventajas de las ventas online:

- Aumento en la oferta y demanda.
- Bajos costos de producción y distribución.
- Alcance a productos nacionales e internacionales.
- Segmentación de negocios.
- Mayor proyección.

Desventajas de las ventas en línea:

- Compras dañadas por su manejo en paqueterías.
- Incumplimientos en tiempos.
- Manejo de medidas sanitarias.
- Devoluciones lentas.



La llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

ha provocado que los nuevos empresarios adapten con mayor énfasis la forma de vender

Estas desventajas se observaron en pandemia, debido al incremento de las ventas por estos medios, los cuales han servido a los empresarios para ofrecer mejores servicios, es decir, con el paso del tiempo se están superando.

En la actualidad, si se desea saber del comercio electrónico en México se debe consultar la página del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), aun cuando los datos datan de 2021, se puede observar el gran avance del comercio electrónico.¹ En el plano internacional, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en el texto *Panorama del comercio electrónico: políticas, tendencias y modelos de negocios*,² se puede observar el monitoreo de las tendencias del comercio, entre ellas el transfronterizo, así como la evolución de los modelos de negocio para el comercio electrónico.

Componentes en los actuales modelos de negocios internacionales

Para efectos de los nuevos modelos de negocios es importante definir algunos de los siguientes componentes:

- **Retailer.** Adquiere los productos de un distribuidor o un mayorista y luego se encarga de vender los productos directamente al público.
- **Franquicia.** Puede ser un fabricante, un distribuidor o un retailer. En lugar de crear un producto nuevo, esta usa el modelo de negocio y la marca de una empresa madre a la cual le paga regalías.
- **Ecommers.** También conocidos como comercios electrónicos, son un modelo de negocio que funciona básicamente como una actualización de las empresas tradicionales que operan cara a cara. Estas se enfocan en vender productos por medio de una tienda en línea en Internet.
- **Freemium.** Se trata de uno de los modelos más comunes en Internet. Las empresas ofrecen sus servicios más básicos de forma gratuita, pero sus servicios complementarios tienen un costo adicional. De esta forma, los clientes obtienen múltiples planes con diferentes beneficios (los servicios gratuitos poseen limitaciones: en publicidad, almacenamiento, entre otros).
- **Premium.** De pago, sin restricciones.

- **Publicidad.** Los modelos de negocio de publicidad se encuentran en constante evolución debido al crecimiento de la demanda de productos y servicios por medio del Internet, proveen información de forma gratuita, pero está acompañada de publicidad, la cual es pagada por patrocinadores.
- **Distribuidor.** Este compra productos de un fabricante y los pone en el mercado por medio de retailers o directamente al público. Un ejemplo de este modelo de negocio son los concesionarios de automóviles.
- **Agregador.** Se trata de un modelo de negocios bastante reciente en el que la empresa agrega varios proveedores de servicio de un nicho y vende sus servicios bajo su propia marca. Los ingresos se obtienen por medio de comisiones.

Modelos de negocios a escala internacional

Para un efectivo comercio a escalas nacional o internacional se requieren diversas herramientas, medios, modelos de negocios y estrategias (véase cuadro 1).

Cuadro 1. Herramientas y estrategias para el comercio

Herramientas hardware	Medios software	E-commerce ³	Estrategias de internacionalización	Importación exportación
<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Televisión • Radio • Internet • Celular • Computadora • Smarts • CANVAS⁴ • Dreemium⁵ • Freemium⁶ • IA⁷ • Medios de pago como: tarjetas de crédito, débito, criptomonedas, transferencias electrónicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Redes sociales • Aplicaciones • Plataformas • Blocks • Correo electrónico • Podcast • Sitios web • Videoconferencias • Realidad virtual y aumentada 	<ul style="list-style-type: none"> • B2B⁸ • B2C⁹ • B2B2C¹⁰ • B2G¹¹ • P2P¹² • SAAS¹³ 	<ul style="list-style-type: none"> • Nearshoring¹⁴ • Onshoring¹⁵ • Offshoring¹⁶ • Outsourcing¹⁷ 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprador • Vendedor • Agente aduanal • Agencia aduanal • Pedimento • Factura Invoic


Por último, para que los actuales empresarios opten por un ámbito internacional de ventas deben considerar otros elementos como potenciadores en sus operaciones, tales como:

- **Mercado.** Se pretende comercializar utilizando estudios de mercado y segmentos de negocios.
- **Competencia.** En el país en el que se pretende incursionar, es necesario visualizar ventajas y desventajas.
- **Redes de distribución.** Físicas y tecnológicas.
- **Regulaciones nacionales y extranjeras.** Conocimiento de las regulaciones entre los países, tratados internacionales para comercializar (importar o exportar).
- **Marketing.** Medios para hacerlo, regulaciones de estos.

Recomendaciones

Como perspectiva internacional en el ámbito empresarial, se deben tener en cuenta diversos elementos que coadyuvan en las nuevas formas de hacer negocios, permitiendo mayor alcance de mercado al cual se puede llegar, refiriéndome a que no solo las grandes empresas están activas, sino que también ya un microempresario tiene la oportunidad de abarcar nuevos mercados nacionales e internacionales. Los medios electrónicos traspasan fronteras desde cualquier parte del mundo, lo cual propicia un ahorro de costos de *marketing* dando oportunidad a cualquier empresario o comprador proponer mejores precios de venta.

Ahora bien, algunas de las principales recomendaciones son: estudio y lectura de los nuevos modelos de negocios internacionales, conocer las regulaciones internacionales, políticas públicas, impactos ambientales, competidores, sugerencias de la OCDE y sus recomendaciones, así como las de la OMC, ya que estos dos organismos internacionales tratan muy de cerca las tendencias en las formas de hacer negocios. En nuestro país es necesario seguir al INEGI y a la Secretaría de Economía.

Aunque el comercio electrónico ya se llevaba a cabo antes de la pandemia, considero que hay que reconocer que dentro de algunos beneficios que trajo fue el incremento de este y el uso de la tecnología, la venta de productos hasta la comodidad del domicilio y el trabajo efectivo en línea y desde el hogar. Ante todos estos hechos, que podrían no haber sucedido, la gente se adaptó a estos modelos de negocios. Es más, surgieron nuevos modelos y se le perdió el miedo a las operaciones electrónicas. Todo esto servirá para estar abiertos a los próximos modelos de negocios que seguramente ahora estarán en la mente de empresarios para incrementar sus ventas y sus ingresos. 

- 1 Instituto Nacional de Estadística y Geografía (s. f.). Banco de indicadores. INEGI. https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/?t=178&ag=00#D178#D6207078933_178
- 2 OCDE (2019). *Panorama del comercio electrónico: políticas, tendencias y modelos de negocios*. París: OCDE. <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf>
- 3 Comercio electrónico.
- 4 CANVAS. Modelo que permite el comercio mediante módulos lógicos de inicio a fin, desde el desarrollo e implementación con base en modelos ya establecidos.
- 5 Dreemium. Estrategia de negocio en el que se ofrece un producto o servicio básico gratuito, pero que puede ser de pago para funcionalidades más avanzadas
- 6 Freemium. Se trata de uno de los modelos más comunes en Internet. Las empresas ofrecen sus servicios más básicos de forma gratuita, pero sus servicios complementarios tienen un costo adicional. De esta forma, los clientes obtienen múltiples planes con diferentes beneficios (aplicaciones).
- 7 Inteligencia Artificial.
- 8 B2B (Business to Business). Son las empresas que venden a otras empresas.
- 9 B2C (Business to Consumers). Empresas que venden directamente a los consumidores.
- 10 B2B2C (Business to Business to Consumers). Venta de empresa a consumidor final mediante un intermediario.
- 11 B2G (Business to Government). Son las empresas que le venden al gobierno.
- 12 P2P (Peer to Peer). Empresas que venden a usuarios, marketplace.
- 13 SAAS (Software as a Service). El usuario se puede conectar a una aplicación que se encuentra en la *nube*.
- 14 *Nearshoring*. Estrategia de externalización por la que una empresa transfiere parte de su producción a terceros.
- 15 *Onshoring*. Es la práctica de traer de vuelta al país de operaciones de fabricación que anteriormente se realizaban en otros países.
- 16 *Offshoring*. Implica la relocalización de la actividad empresarial dentro del mismo país donde se encuentra la empresa contratante.
- 17 *Outsourcing*. Proceso mediante el cual una empresa externaliza una parte de su actividad, es decir, contrata a una empresa externa para gestionar una parte de la compañía.



XXIII
Foro Regional de
Seguridad Social
2024

Instituto Mexicano de
Contadores Públicos
Celaya 

9 y 10

AGOSTO 2024



Inscripciones 


SUBARU


HONDA


ACURA


BL


CONASOR, S.C.


EGSA


JUAN JOSÉ
CAMPOS CAMBRANIS


CONFINE
Centro Binacional Financiero y de Negocios


Redsoll
Ectecnología para todos


Mexico


CIDOA
Centro de Investigación y Desarrollo


CONTPAQ i
Software empresarial flexible y completo


msap
Meso Américas Asociados Profesionales, S.C.


Siigo | @spel


Russell Bedford
taking you further


SG & C


ESTRADA


KelZab


AIB
Asociación de Instituciones de Profesionales de la Contaduría


Shütz Consultores
ASESORIA PATRIOMIAL

Inteligencia emocional en la profesión contable



C.P.C. Y M.I. ÓSCAR CASTILLO GARCÍA
Vicepresidente de Práctica Externa del Comité Ejecutivo de la Región Centro-Istmo-Peninsular del IMCP
Profesor-investigador de la Universidad de Sotavento, A.C.
oscastillog@live.com.mx

Síntesis

La inteligencia emocional en la Contaduría es un respaldo para los profesionales que ejercen esta disciplina, ya que les permite afrontar las situaciones de estrés derivadas de las labores que llevan a cabo, tomar las mejores decisiones, fortalecer el trabajo en equipo y la capacidad para la adaptación a los cambios, así como brindar una adecuada prestación de servicios en los sectores público y privado del país.

Introducción

El Contador Público es el profesional que emite la información financiera que procesa de las operaciones económicas que se realizan en una empresa, por lo que debe tener la sensibilidad para aplicar la inteligencia emocional en ese proceso contable, apoyándose en las herramientas necesarias, ya sea usando las tecnologías para la obtención de la información que deberá proporcionar a su cliente, y las herramientas para un liderazgo emocional adecuado que favorezcan los resultados del trabajo contable que se realizó, y proporcionar una información financiera oportuna a quien solicitó los servicios contables.

Desarrollo

Para comprender y desarrollar la inteligencia emocional en la profesión contable, primero es necesario conocer los conceptos que la componen:

- *La inteligencia* es la capacidad que tienen las personas para comprender, pensar en forma abstracta, aprender de las propias experiencias y ante todo resolver problemas. Asimismo, al problema se le define como algo que necesita una solución.
- La emoción, del latín *emovere*, significa el impulso que provoca acciones. Por supuesto que al recibir ciertos estímulos en nuestra mente o cuerpo

provoca que se actúe de cierta forma, algunos psicólogos y filósofos se han pronunciado por diversas definiciones sobre la emoción, sin embargo, el *Oxford English Dictionary* la define como: "Cualquier agitación y trastorno de la mente, el sentimiento, la pasión; cualquier estado mental vehemente o excitado". A su vez, el *Diccionario de la lengua española* define ese término como la "[...] Alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática. [...]".

Por lo anterior se pueden definir dos clases de emociones: las primarias o básicas y emociones secundarias, también denominadas mixtas o complejas, siendo el resultado de una combinación de varias emociones primarias.

Las emociones primarias están relacionadas con las expresiones faciales que están asociadas con las emociones básicas como ira, alegría, miedo, sorpresa, asco y tristeza. Se reconocen universalmente sin tener en cuenta edad, sexo y prudencia cultural.

Las emociones secundarias son comportamentales o sociales. Como se comentó es una combinación de las primarias, las cuales se desarrollan con el crecimiento de la persona y su interacción social, por ejemplo: la

envidia, la vergüenza, el ansia, la resignación, los celos, la esperanza, la nostalgia, el remordimiento, la depresión, etcétera.

En la profesión contable, todo trabajo y actividad requiere de conocimientos y habilidades para su desarrollo, los cuales pueden ser empíricos y académicos. En específico, para realizar lo contable es necesario satisfacer una necesidad social, además de requerir conocimientos científicos y técnicos, valores que defender y aceptación del público al que sirve. Las áreas de apoyo de la Contaduría son: la administración, las ciencias sociales, el derecho, la economía, las finanzas, la legislación fiscal, la informática y las matemáticas. El desempeño de la profesión contable abarca la contabilidad, la auditoría financiera, fiscal y administrativa; finanzas, consultoría, docencia e investigación; y se lleva a cabo en los sectores público, privado, mixto y social.

El Contador Público es el profesionista que está facultado para dar fe pública de la información financiera de su cliente, lo cual conlleva a situaciones en las que es necesario tomar decisiones en los ámbitos económico y financiero, así como cumplir con principios éticos, técnicos, fiscales y jurídicos que son inherentes al trabajo que desarrolla. Esto genera estrés que afecta de manera psicológica su bienestar.



En el ámbito laboral ya no es suficiente ser un experto o tener una especialidad en un área determinada; ahora es importante poseer habilidades para escuchar y comunicarse de manera asertiva

En este sentido, el Contador Público debe generar y fortalecer habilidades que le permitan minimizar las eventualidades negativas, por lo que se ve en la necesidad de hacer uso de la inteligencia emocional en la cual se sugiere el desarrollo individual de la autoconciencia para identificar las emociones que se presenten en el momento y ser capaz de regularlas.

Quien hace popular el término de *inteligencia emocional* es Daniel Goleman en su libro del mismo nombre, donde establece cómo se deben educar y moderar las emociones, lo cual no es sencillo. Sin embargo, se deben controlar las emociones, esto se puede empezar a hacer en el hogar, en el trabajo y en lo social.

Por ejemplo, el ámbito laboral es el espacio donde el Contador Público permanece mayor tiempo y en el cual desarrolla diversas actividades e interacciona con el equipo de colaboradores y los clientes. Aquí es interesante observar qué tanto puede controlar las emociones para no alterar las actividades que se lleve al cabo en la oficina, si es un buen líder o ejerce liderazgo, ya que ese lugar y dada la cantidad de trabajo es posible que esté impregnado de tensiones, urgencias, exigencias, incertidumbre, o bien haya un alto nivel de competencia. En consecuencia, las presiones y las demandas que recibe le crean un estado emocional por los impactos críticos y estresantes derivados del ejercicio de la profesión.

Actualmente, en el ámbito laboral ya no es suficiente ser un experto o tener una especialidad en un área determinada; ahora es importante poseer habilidades para escuchar y comunicarse de manera asertiva, por ejemplo:

- Capacidad de respuesta de conocimiento, significa tener respuestas originales y creativas a problemáticas latentes.
- Autonomía.
- Autocontrol.
- Inteligencia inter e intrapersonal.
- Capacidad de asumir tareas grupales y responder por ellas.
- Habilidades de mediación y negociación.
- Asertividad en las contribuciones a la misión de la empresa.

El liderazgo no solo se trata de ganar con eficiencia o eficacia, sino también de obtener la confianza de los subordinados de la entidad, a partir del entusiasmo que se transmite al momento de ejecutar las labores. De ahí que el jefe ordena hacer las cosas, el líder enseña cómo hacer las cosas. Esa es la diferencia entre ambos.

Los auténticos líderes establecen con los demás un tipo de relación en la que van a privilegiar los acuerdos de pensamientos y emociones, en concordancia con las pautas sociales o normativas y reglamentaciones que se han establecido.

Un líder posee una inteligencia emocional que le permite posicionarse por encima de los demás, es decir, de los otros que no han podido conducir su

conocimiento emocional. Un líder es resonante cuando manifiesta acuerdo con su entorno estableciendo vínculos sincrónicos entre los diferentes colaboradores de la entidad, sus pensamientos y emociones concuerdan con los demás en *qué hacer y por qué*.

A continuación se abordan las herramientas de los principios del liderazgo emocional.

Herramientas para favorecer la estima positiva:

- Reconocer el trabajo del otro.
- Remarcar lo que ese colaborador tiene de positivo.
- Escuchar.
- Atender a aquello que siente.
- Tener en cuenta lo que piensa.
- Favorecer la libre expresión de sus ideas y opiniones.
- Compartir los triunfos.

Herramientas para fomentar la participación:

- Encontrar y mantener cierto equilibrio a la hora de responder.
- Motivar suficientemente al otro para dar lugar a que se generen nuevas alternativas.
- Ampliar con aportaciones nuevas del campo ideológico de cada colaborador.

Herramientas para evaluar la tarea:

- Atender solamente a la situación observada.
- Ser puntual y preciso en las apreciaciones y no derivar la crítica hacia otras cuestiones que pudieran rozar lo personal.

Herramientas para una escucha activa:

- Disminuir los "ruidos" que interfieran la comunicación.
- Lograr que el ponente se sepa comprendido, entendido y atendido.



El Contador Público debe generar y fortalecer habilidades que le permitan minimizar las eventualidades negativas, por lo que se ve en la necesidad de hacer uso de la inteligencia emocional

- Favorecer relaciones abiertas y positivas.
- Privilegiar la confianza.
- Determinar diferencias en las emociones del receptor.

Conclusión

La inteligencia emocional en la profesión contable permite a los Contadores Públicos afrontar de manera asertiva las situaciones de estrés generadas y es un apoyo en la toma de las mejores decisiones. El desarrollo de un nivel alto de inteligencia emocional en los profesionales de la Contaduría Pública, en el marco de las organizaciones, ayuda a incrementar la calidad del trabajo en equipo y la capacidad para la adaptación a los cambios. ☞

Fuentes consultadas

- Marcela Aguilar, M. y Rollerí, D. (2011). *Inteligencia emocional*. México: Editores Mexicanos Unidos.
- Goleman, D. (s. f.). *La inteligencia emocional*. Editorial Grupo Zeta.
- Mestre Navas, J. M., y Fernández Berrocal, P. (2015). *Manual de inteligencia emocional*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Salinas-González, N. (2020). Manejo de la inteligencia emocional en docentes universitarios. *Rev UN Med*, 9(1), 8.1-8.19.
- Enríquez, E.; Martínez, J. y Guevara, L. (2015). Relación de la inteligencia emocional con el desempeño laboral. *Ciencia & Salud*, 41-46.

Las nuevas generaciones de Contadores en el ámbito empresarial



C.P.C. Y M.I. ROSA MARGARITA FLORES JUSTINIANO
Secretaria de la Región Centro-Istmo-Peninsular
del IMCP
Directora de Administración y Finanzas de la
Universidad Internacional Iberoamericana, A.C.
margarita.flores@unini.edu.mx

M.D.A.F. DANIEL DEL JESÚS MOGUEL DZUL
Contador General de la Universidad
Internacional Iberoamericana, A.C.
daniel.moguel@unini.edu.mx

Síntesis

En la era digital ya es un imperativo que los Contadores manejen y dominen las nuevas tecnologías para analizar la información financiera de las empresas, interpretar las transacciones de estas, así como para hacer más ágil la toma de decisiones. Lo anterior está favoreciendo que estos profesionales cuenten con más capacidades y con una visión empresarial que es vital para la permanencia de las compañías en el mercado.

Introducción

Imaginar que hace poco más de 100 años la humanidad descubrió que el tiempo no avanza de la misma manera para todos, es decir, es relativo, el tiempo no es igual en todas partes (teoría de la relatividad de Albert Einstein), y que los científicos empezaron a incursionar en teorías sobre lo más pequeño (el átomo), lo que posibilitó descubrir propiedades increíbles sobre la materia como la incertidumbre, esto es, nada está pre-determinado, todo se mueve a probabilidades a nivel subatómico, o sobre la superposición de la partícula, la cual posee dos estados al mismo tiempo y solo define una cuando existe un observador.

¿Por qué empezar hablando de ciencia en un artículo sobre las nuevas generaciones de Contadores en el ámbito empresarial actual? Porque los avances científicos van de la mano con grandes contribuciones a la vida diaria, que podemos ver traducidos en aplicaciones empresariales. ¿Cómo la relatividad y la física cuántica han cambiado la vida empresarial? Gracias a la relatividad es posible tener satélites en órbita, calcular con precisión y hacer ajustes al “tiempo” de la Tierra, y con ellos la aplicación del posicionamiento geoterrrestre, es decir, el GPS. Asimismo, las comunicaciones en tiempo real por todo el planeta, transferencias de volúmenes de información de miles de millones de bits en segundos.

A su vez, la cuántica nos ha dado aplicaciones como el rayo láser, que en su momento sirvió para almacenamiento de información en el ámbito empresarial. Actualmente, se están creando las primeras computadoras cuánticas, millones de veces más poderosas que las que tenemos hoy en día, entre muchas otras más.

Todo esto ha ocasionado un cambio revolucionario en la manera en que las empresas hacen negocios y transacciones a lo que se hacía 100 años atrás.

Hoy las generaciones en general, no hablando solo del ámbito empresarial, no conciben un mundo sin Internet o sin telefonía móvil, o sin una computadora de la cual obtengan información.

Las nuevas formas de hacer negocio en la esfera empresarial

Centrándonos en el ámbito empresarial, la manera de hacer negocios y/ o transacciones también ha tenido cambios sobresalientes. Un ejemplo, entre los miles que podemos dar, son las tarjetas de crédito, algo muy común actualmente, pero que en los años 1960 a 1990 no eran tan cotidianas y su acceso estaba limitado a pocas personas por el control que involucraba otorgar estas tarjetas. Hay que recordar que en esos años la Internet no existía como tal, por lo que los procesos eran totalmente a “mano”. En una operación de compra habitual, al cliente le “planchaban” su tarjeta de crédito como evidencia de que se había efectuado la transacción, la cual era transmitida de manera “documental” al banco y este, por medio de una persona, registraba en sus ordenadores (en esos años ya empezaban las primeras aplicaciones de ordenadores para el

almacenamiento de información) el cargo a su cuenta de esa transacción, pasando así varios días desde que se inició la operación, hasta que el banco la registraba, y aún más tardado, el cliente tendría que esperar hasta el envío de su estado de cuenta mediante el correo postal para verificar su estatus financiero. Adicionalmente, la información se enviaba al área de contabilidad del banco para su captura, por lo que habrían pasado de una a dos semanas para terminar el ciclo de esta transacción.

Actualmente, esta transacción (ciencia aplicada, comentada al inicio del artículo) sucede en uno a dos segundos. Gracias al Internet y los satélites, la información de esta transacción es registrada al mismo tiempo por la tienda y por el banco, lo cual le posibilita al usuario acceder a sus transacciones en tiempo “real” de sus compras o ingresos en sus cuentas bancarias. Aunado a todo lo anterior, el banco lo registra de manera automática en sus sistemas contables.

¿Cuántos trabajos contables se habrán perdido por todas las aplicaciones científicas en el ámbito empresarial? Esto lo podemos ver en la actualidad y realmente el trabajo de los Contadores no se ha perdido, ha evolucionado a los nuevos retos que traen consigo las nuevas tecnologías. Hoy la profesión contable sigue más vigente que nunca, solo que en lugar de ser registradores de pólizas hoy somos analistas de la información



financiera, lo cual hace más ágil la toma de decisiones e interpretamos reportes financieros de miles de millones de transacciones al momento.

México en el nuevo ámbito empresarial

En México no nos hemos quedado atrás en la aplicación de la tecnología en el ámbito empresarial, tan es así que nuestra hacienda pública (Servicio de Administración Tributaria [SAT]) registra millones de operaciones de ingresos, gastos, nóminas, traslados de mercancías, entre otras muchas más en segundos, todo esto en un proceso que le ha tomado aproximadamente 10 años (por medio del Comprobante Fiscal Digital por Internet), y es que con estos cambios en la legislación fiscal, los empresarios han aprovechado el mismo procesamiento que hace el SAT, para aplicarlo en sus compañías, las cuales pueden contabilizar mediante los datos obtenidos de la “facturación electrónica” y de estos hacerlo de manera automática, ahorrando así los procesos de captura de manera manual y evitando errores “humanos” en esta captura.

Las nuevas generaciones de Contadores en el mundo de los negocios

Pero no todo es “color de rosa”, incluso con el poder del procesamiento actual de nuestros ordenadores se necesita de la parte humana para la interpretación y aplicación de datos, aun con los nuevos cambios de paradigmas con la innovación reciente en Inteligencia Artificial.

El Contador debe adaptarse a las nuevas tecnologías, aplicarlas y, sobre todo, saber interpretar su funcionamiento; debe implementar y conocer múltiples aplicativos en *software*, *hardware*, para la aplicación de controles internos y procesar los millones de bits, información que día a día obtenemos de las transacciones que realizan las empresas. Si bien es cierto que la tecnología es muy accesible, su implementación para su buen funcionamiento depende al cien por ciento de un ingeniero en *software* y un Contador, quien determinará esta transacción y deberá “cargar” y “abonar” a ciertas cuentas en el *software* contable y registrarse de manera correcta. Asimismo, el Contador deberá estar en posibilidad de interpretar y analizar las transacciones de las empresas a fin de detectar algún error en la capturas automáticas de la información financiera, porque errores sigue habiendo, por lo que las nuevas generaciones de Contadores deben ser vistas como pioneras en el uso de las tecnologías novedosas, en el estudio y funcionamiento de nuevos aplicativos en *software* y *hardware*, así como su aplicación práctica en la vida empresarial actual, tecnológica y globalizada. A todo lo anterior, los nuevos descubrimientos científicos, como se planteaba el inicio del artículo, traerán consigo mejoras inimaginables en la vida diaria, aplicados a la vida empresarial que se traducirá en Contadores más capaces y con una visión del mundo empresarial sin igual. [CP](#)



Índice de junio

LIC. ERNESTO O´FARRILL SANTOSCOY
Presidente de Bursamétrica

Colaboración especial de la Lic. Sofía Santoscoy Pineda

El IMCE de junio de 2024 se regresó para elevarse a una tasa mensual de 1.04%, agregando 0.77 unidades a sus niveles. De esta manera, se situó en 74.86 puntos. Al interior, la situación actual presentó un ligero incremento de 0.27%, para pasar de 70.44 puntos a 70.62 puntos. Por su parte, la situación futura, la cual representa la confianza en los próximos seis meses, repuntó a una tasa mensual de 1.90%, avanzando 1.49 puntos a 80.16 puntos.

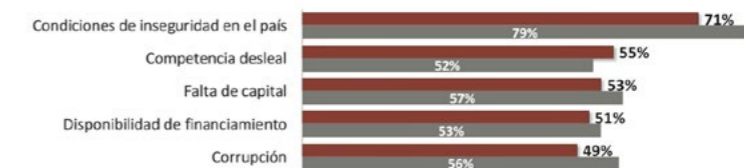
Comparativo mensual			Comparativo anual				
	Situación actual	Situación dentro de 6 meses	IMCE TOTAL	Situación actual	Situación dentro de 6 meses	IMCE TOTAL	
may-24	70.44	78.67	74.09	jun-23	72.95	84.94	78.27
jun-24	70.62	80.16	74.86	jun-24	70.62	80.16	74.86
Var.	0.27%	1.90%	1.04%	Var.	-3.18%	-5.62%	-4.36%
Var. Pts.	0.19	1.49	0.77	Var. Pts.	-2.32	-4.77	-3.41

En relación con junio de 2023, el IMCE volvió a enfriarse, registrando una tasa anual de -4.36%, resultado de una disminución de -3.18% en la situación actual y de -5.62% en la situación futura.



En junio de 2024, las condiciones de inseguridad en el país fueron elegidas una vez más como el principal obstáculo que limita el crecimiento de México. En segundo lugar, se ubicó la competencia desleal, seguida por la falta de capital y la disponibilidad de financiamiento. Cabe señalar, que los factores como la corrupción, la incertidumbre jurídica y las políticas públicas escalaron hacia los primeros siete lugares. ||

Principales obstáculos y factores que limitan el crecimiento de las empresas



Diseño, metodología y cálculo elaborados por la Comisión de Análisis Económico del IMCP, con datos de la membresía de los Colegios de Contadores Públicos Federados al Instituto, y aportantes externos de información.

“
El Contador debe adaptarse a las nuevas tecnologías, aplicarlas y, sobre todo, saber interpretar su funcionamiento

Contaduría 4.0

Impacto de la era digital

LIC. EDUARDO GARCÍA PÉREZ

Coordinador y profesor de asignatura de la Universidad Tecnológica de Cancún
eduardo_garcia_07@outlook.com

Síntesis

El advenimiento de la era de la información ha tenido repercusiones en todos los campos del saber y laborales. La Contaduría, al igual que otras profesiones, ha evolucionado y actualmente está adaptándose a los cambios que trae consigo la cuarta revolución industrial y las tecnologías emergentes como la Inteligencia Artificial y el *Big Data*, lo cual posibilitará que los Contadores aumenten su precisión, eficiencia y capacidad de análisis, y sean mejores asesores financieros y fiscales.

“Carreras universitarias que desaparecerán por la IA...”, “Carreras que no debes estudiar porque serán reemplazadas por la IA”. En Internet y redes sociales, podemos encontrar notas o videos con encabezados como estos, que auguran la desaparición de diversas profesiones en el futuro debido al avance de tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA), vaticinando que los Contadores Públicos vamos a ser sustituidos por servicios inteligentes. Pero, ¿será este el fin de la Contaduría?

Sin duda, la tecnología impacta en el mundo laboral de manera significativa, tanto que históricamente hemos llamado a estos cambios abruptos “revoluciones”. La primera revolución industrial se vivió con el uso de las máquinas de vapor, y la segunda llegó con la introducción del motor de combustión y la producción en masa en fábricas, lo cual trajo como consecuencia la disminución de trabajos manuales y artesanales. Luego, la llegada de las computadoras personales, fábricas automatizadas y avances en las telecomunicaciones marcaron la tercera revolución, esto cambió nuestra forma de trabajar.

Hoy, vivimos en la cuarta revolución industrial. Al respecto, el economista Klaus Schwab, en su libro *La cuarta revolución industrial*, afirma: “Estamos al borde de una revolución tecnológica que modificará la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos. En una escala de alcance y complejidad la transformación será diferente a cualquier cosa que el género humano haya experimentado antes”. Es durante esta revolución que surgen las nuevas tecnologías: la IA, *Big Data*, cómputo en la *nube* o Cloud Computing, el Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés), el *blockchain*, entre otras. Estas nuevas tecnologías tienen el potencial de transformar muchos sectores como la industria, la salud, la educación y, por supuesto, la Contaduría Pública.



Figura 1. Revoluciones industriales



1.0

Producción mecánica, vías ferroviarias y máquinas de vapor



2.0

Producción en masa, electricidad, líneas de ensamblaje



3.0

Producción automatizada, computadoras y electrónica



4.0

Inteligencia artificial, *blockchain*, cómputo en la nube, internet de las cosas

Evolución de la Contaduría en la era digital

Contrario a las predicciones, la Contaduría no está destinada a desaparecer, sino a evolucionar. Esto ocurrió antes, cuando se abandonaron los grandes libros tabulares y se migró a sistemas informáticos; luego, con la llegada del Internet, hubo más cambios, se dejaron los formatos preimpresos por declaraciones prellenadas por Internet, las facturas en papel por comprobantes fiscales digitales, entre otros cambios. Es natural, que la Contaduría siga adaptándose a los cambios, pues si algo caracteriza a



los Contadores Públicos es la versatilidad y facilidad de afrontar desafíos. Por lo tanto, en lugar de ver las nuevas tecnologías como una amenaza a nuestros labores, debemos considerarlas como herramientas poderosas que nos permiten ser mejores asesores financieros y fiscales. De este modo, la adopción de las tecnologías emergentes no solo nos permitirá mejorar nuestras prácticas actuales, sino que también abre un abanico de nuevas oportunidades para redefinir el rol del Contador Público. Veamos algunos ejemplos de cómo pueden impactar estas tecnologías:

- **Inteligencia Artificial (IA).** Esta es quizá la más famosa de las tecnologías emergentes, su objetivo es emular la IA, pues con el uso de diferentes algoritmos puede aprender, razonar o autocorregirse, y puede tener múltiples aplicaciones. Con el lanzamiento al público de ChatGPT de OpenAI, la IA se popularizó rápidamente. Muchos usan el chatbot para generar informes, romper el bloqueo creativo, elaborar modelos de negocios, propuestas de servicios, extraer información de grandes textos, generar resúmenes, campañas de *marketing*, presentaciones ejecutivas y mucho más.

Los desarrolladores de *software* están integrando la IA a sus herramientas y sistemas informáticos. Por ejemplo, Microsoft Excel ya ha integrado la IA para facilitar la manipulación y visualización de los datos, de manera que podremos manipular los datos mediante el uso del lenguaje natural, sin necesidad de memorizar las fórmulas. De este modo, al integrar la IA a los sistemas de contabilidad y sistemas ERP, permitirá a los Contadores Públicos automatizar tareas repetitivas y propensas a errores, como la captura y registro de datos, creación de pólizas contables, control de obligaciones fiscales, conciliación de cuentas, entre otros. Lo anterior, favorecerá la liberación de tiempo para que los profesionales de la Contaduría se concentren en análisis más complejos y estratégicos. En lugar de estar ocupados llenando papeles de trabajo o ahogados en documentación para realizar nuestros análisis y cumplimiento normativo, podremos automatizar parte de nuestro trabajo y dedicar más tiempo a ofrecer soluciones y propuestas financieras, evitando irregularidades en la información financiera.

- **Big Data.** Este se refiere a la recolección y manejo de grandes conjuntos de datos complejos que no pueden ser manejados por las herramientas tradicionales de procesamiento de datos y que permite analizarlos para revelar tendencias y relaciones, que pueden ser utilizados para tomar decisiones más informadas. Por otro lado, los datos pueden ser muy variados, no implica solo números y texto, sino también se integran imágenes, videos, notas de voz, registros biométricos, tráfico en sitios

web, datos de clientes, facturación, etc., por lo que la fuente de estos datos puede provenir de transacciones financieras, comerciales, sitios web, cámaras de vigilancia, dispositivos inteligentes (Internet de las Cosas), etcétera.

En la práctica de la Contaduría Pública, el *Big Data* puede transformar la manera en que se realizan áreas como auditoría y análisis financiero. Las herramientas de *Big Data* pueden procesar y analizar las transacciones financieras en tiempo real, y permitir la identificación de anomalías o movimientos que se salgan de los comportamientos típicos, para ser señalados a una revisión más detallada y evitar posibles fraudes que a simple vista pasarían desapercibidos; incluso se podría hacer uso de dispositivos inteligentes o sensores para mejorar el control interno de la entidad.

Combinando el *Big Data* con la IA, se pueden analizar datos históricos de las transacciones para prever tendencias financieras y evaluar riesgos en las organizaciones. Incluso, haciendo uso de simuladores financieros, que se pueden cargar con grandes cantidades de datos estadísticos, económicos y financieros, podremos analizar el impacto de ciertas decisiones financieras para realizar proyecciones y estimaciones más exactas para el futuro de las entidades.

De esta forma, al integrar estas tecnologías, podremos adaptarnos a un entorno empresarial en constante cambio, pues los negocios están siendo transformados por la era de la información. Así, podemos causar mayor impacto en las organizaciones y continuar desempeñando un papel importante como socios estratégicos en la toma de decisiones empresariales; dejar atrás la imagen de que los Contadores solo ayudamos al cumplimiento fiscal y ofrecer mayores ventajas competitivas.

Impacto en la enseñanza

Para que la Contaduría Pública se mantenga a la vanguardia, es fundamental que el cambio comience con la enseñanza de las universidades que imparten la carrera de Contador Público. Es importante, que las competencias digitales se integren en los planes de estudio, con el propósito de asegurar que los estudiantes de Contaduría no solo dominen las áreas contables, fiscal y financieras, sino también conozcan las tecnologías que están transformando nuestra profesión.



Las nuevas tecnologías tienen el potencial de transformar muchos sectores como la industria, la salud, la educación y, por supuesto, la Contaduría Pública

Así estarán equipados para utilizar estas tecnologías y adaptarse a los cambios en el entorno laboral. Esto les permitirá comprender mejor cómo funcionan las herramientas digitales y su aplicación en la práctica contable, y estar preparados para continuar siendo líderes en los negocios de la era digital.

Nunca las tecnologías avanzaron tan rápidamente, lo que antes parecía ciencia ficción, hoy ya es una realidad y podemos esperar que los puestos de trabajo y los negocios continúen cambiando. Por ello, se debe fomentar entre los estudiantes y los Contadores Públicos una mentalidad de aprendizaje continuo, para adaptarse y aprender nuevas habilidades. Las instituciones educativas y quienes imparten cursos deben colaborar con la industria para asegurarse de que los programas de estudio se mantengan actualizados y reflejen las necesidades y desafíos del mercado actual.

Como vemos, la cuarta revolución industrial está transformando nuestra sociedad, y la Contaduría Pública no será la excepción. Lejos de ser reemplazada, la profesión contable tiene la oportunidad de evolucionar con la ayuda de las tecnologías emergentes y mejorar las prácticas, adoptando herramientas que permitan aumentar su precisión, eficiencia y capacidad de análisis. Este cambio ya está empezando, la Contaduría 4.0 es una realidad y depende de nosotros abrazarla y liderar esta transformación. ☞



Entrevista

Armando Ocampo Zambrano

Procurador de la Defensa del Contribuyente

REALIZADA POR

C.P.C. DANIEL OSCAR ECHEVERRÍA ARCEO
 Vicepresidente de la Región Centro-Istmo-Peninsular del IMCP
vpr.cip.2023-24@imcp.org.mx
decheverria@peonderegilvega.com

Es licenciado en Derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México y maestro en Derecho Fiscal por la Universidad Panamericana.

Se especializó en materia administrativa, amparo, en la defensa y promoción de derechos humanos, así como en la prevención, atención y reparación integral de daño a víctimas, y en materia penal.

Ha sido Subprocurador de Asesoría y Defensa del Contribuyente en la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente; Subprocurador Fiscal Federal de Amparos de la Procuraduría Fiscal de la Federación en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; Comisionado Ejecutivo de Atención a Víctimas de la Ciudad de México, y Director General de DiscriminaciónMX.

Asimismo, fue asociado de Chevez Ruiz Zamarripa.

Además, ha laborado como catedrático del Tecnológico de Monterrey en las materias de Amparo y Derecho Constitucional.

En el marco de la conmemoración del décimo aniversario de la existencia de la figura legal del Acuerdo Conclusivo, agradecemos al Titular de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON), el Mtro. Armando Ocampo Zambrano, por concedernos esta entrevista que nos permitirá identificar algunos puntos relevantes de los beneficios que los contribuyentes pueden obtener si acuden a esta institución para solucionar controversias con las autoridades tributarias federales.

Para iniciar, ¿podría compartirnos cómo asumió la titularidad de esta Procuraduría?

Es un gusto para mí recibir la invitación a este espacio, muchas gracias. Fui nombrado titular en funciones de la Procuraduría el 3 de abril de 2023. De manera oficial, una vez remitida la terna del Sr. Presidente Constitucional de la República Mexicana, tuve el honor de tomar protesta ante el Senado de la República el 18 de julio de 2023 como Procurador de la Defensa del Contribuyente, tras ser electo con la mayoría de votos de entre las personas candidatas.

¿Cuáles son los objetivos más importantes de la institución a su cargo?

En PRODECON, nuestro principal objetivo es que todas las personas contribuyentes puedan tener acceso a recibir justicia en materia fiscal federal, lo cual hacemos por medio de las facultades propias de esta Procuraduría y con los distintos servicios gratuitos que ofrecemos.

De este punto medular, se desprenden otros objetivos institucionales tales como: velar por los derechos de las personas contribuyentes en situación vulnerable; observar la interacción de las autoridades fiscales y de las personas contribuyentes para proponer reformas fiscales, prevenir y corregir prácticas irregulares en la esfera administrativa y de actuación del día a día de las autoridades fiscales; fomentar y difundir una nueva cultura contributiva respecto de los derechos y garantías de la ciudadanía contribuyente; propiciar la solución anticipada y consensuada de los diferendos y desavenencias que puedan surgir entre personas contribuyentes auditadas y autoridades fiscales; y hacer más eficiente la gestión institucional para el correcto desempeño de las facultades de la Procuraduría y prevenir, con ello, posibles afectaciones a los derechos de los contribuyentes con la multiplicidad de actos de las autoridades fiscales que se llevan día a día.

¿Cuáles son los servicios con los que se pretende lograr el objetivo de esta Procuraduría?

Brindamos a toda la ciudadanía contribuyente del país, los siguientes servicios y totalmente gratuitos:

- a) Asesoría gratuita a las personas contribuyentes, principalmente cuando tienen alguna duda respecto a sus obligaciones fiscales.

- b) Queja o Reclamación, aquí, las personas contribuyentes nos solicitan apoyo en la solución de su problemática fiscal y/o, en su caso, se verifique si la autoridad fiscal está vulnerando derechos humanos de estas y, de ser el supuesto, se prevenga y se corrija esta circunstancia.
- c) Representación y Defensa Legal, donde fungimos como personas abogadas y abogados, ofreciendo a las personas contribuyentes un servicio integral para apoyarlos mediante la elaboración de escritos de demandas para que sean presentadas ante las autoridades fiscales jurisdiccionales, tribunales o juzgados, con la finalidad de que sean estos terceros quienes definan la controversia presentada y dar seguimiento al litigio hasta su conclusión.
- d) Asimismo, PRODECON es un árbitro intermediario, facilitador y testigo, por medio del servicio de Acuerdos Conclusivos cuando las personas contribuyentes que están siendo objeto de una auditoría por parte de autoridades fiscales federales y acuden con nosotros para que, dentro de este procedimiento, se busque un espacio neutro y técnico en el que la autoridad fiscal y la persona contribuyente lleguen a consensos o aclaraciones sobre los hechos u omisiones detectados dentro de las facultades de comprobación.
- e) Y para terminar esta idea, te comento que, en PRODECON, también hacemos un trabajo de investigadores y detectores de desviaciones en el sistema tributario federal mexicano, mediante el servicio de Análisis Sistémico y Estudios Normativos, con el cual se realizan estudios y análisis para identificar patrones recurrentes o generalizados que detonan quejas o, en general, problemas que enfrentan las personas contribuyentes con las autoridades fiscales, ya sea por prácticas administrativas focalizadas, interpretaciones normativas sumamente restrictivas, ausencias o deficiencias en la legislación; también ofrecemos la emisión de consultas y emitimos opiniones técnicas respecto a la interpretación y aplicación de la normatividad fiscal aplicable.

Se habla de la necesidad de fortalecer la cultura contributiva en México, sin embargo, ¿qué tanto se fomenta

el derecho de la población de contribuyentes a defenderse de un acto de autoridad?

Precisamente, una de las tareas que tenemos en PRODECON es fomentar y difundir una nueva *cultura contributiva*, esto implica que la ciudadanía tenga acercamiento con sus autoridades fiscales y adopte un pensamiento preventivo y social que detone un cumplimiento voluntario, lo que es asociado a la consecución de un bien común y procurar un estado de bienestar compartido entre sociedad y gobierno; pero también que este no sea a ciegas, sino que sea de manera informada y orientada, que cuestionen en el ámbito de la ley si es correcto el cobro que se les hace y si es correcta la forma en la que se les está determinando dicha contribución y, que en caso de que esto no ocurra, que las personas contribuyentes hagan valer sus derechos ante la misma PRODECON o, en la vía que corresponda, de manera gratuita, por medio de este organismo mediante los servicios que antes te comenté.

Anteriormente, la defensa de los derechos de las personas contribuyentes era una cuestión elitista y prácticamente exclusiva de empresas o personas físicas de altos niveles sociales, económicos o políticos y, en general, con capacidad administrativa y económica robusta, pero con la creación de PRODECON, al ser un organismo especialista en materia fiscal y que ofrece sus servicios de manera gratuita, cumple con esa labor social y permite que algunas personas contribuyentes con créditos de determinados montos que antes no hacían valer sus derechos de defensa por no contar con abogado fiscalista o no ser costeable, ahora ya se puedan defender al contar con este organismo, con lo cual, en parte, pone un piso más parejo entre las personas actoras de la economía en el país.

¿Qué es un Acuerdo Conclusivo y en qué casos es procedente?

Aprovecho esta pregunta para comentarte que, justo este año estamos celebrando los primeros 10 años de la figura de los Acuerdos Conclusivos, los cuales constituyen el primer medio alternativo de solución de controversias en materia fiscal, en el que PRODECON ha sido pionera y funge como entidad facilitadora, testigo y mediadora entre las autoridades fiscales y las personas contribuyentes siempre procurando consensos en un espacio neutral y objetivo que atiendan a sus intereses, actuando bajo los principios de estricta legalidad, rendición de cuentas y transparencia fiscal, de



En PRODECON, nuestro principal objetivo es que todas las personas contribuyentes puedan tener acceso a recibir justicia en materia fiscal federal

cara a la normatividad tributaria aplicable y del pueblo mexicano.

Los Acuerdos Conclusivos están regulados en seis artículos del CFF (del 69-C al 69-H); su objetivo es que las personas contribuyentes auditadas puedan llegar a un acuerdo con la autoridad fiscal respecto de su situación fiscal, esto, con la intermediación de PRODECON, que promoverá, transparentará y facilitará la solución anticipada y consensuada de los diferendos y desavenencias que puedan surgir entre las personas contribuyentes y las autoridades fiscales.

Es procedente respecto de aquellas auditorías que las autoridades fiscales realizan a las personas contribuyentes por medio de los métodos de revisión fiscal de escritorio o gabinete, visita domiciliaria, o revisión electrónica (artículo 42 del CFF, fracciones II, III y IX) y siempre y cuando la autoridad fiscal ya haya dado a conocer hechos u omisiones y no hayan transcurrido 20 días hábiles a partir de notificado el oficio de observaciones, levantada el acta final o notificada la resolución provisional, según corresponda.

En este sentido, por medio de esta figura se permite a las personas contribuyentes manifestar su desacuerdo con los hechos u omisiones que, en relación con su situación contable fiscal o de comercio exterior, la autoridad revisora califica durante el transcurso de la auditoría y que puedan entrañar incumplimiento de las disposiciones fiscales.

Aprovechando que estamos en este espacio, me permito hacer un pequeño comercial: los Acuerdos Conclusivos son nuestro servicio estrella, y como ya lo saben, recientemente cumplió 10 años, y lo estamos festejando con varios eventos en nuestras delegaciones.

¿Cuáles son las principales ventajas para la persona gobernada al solicitar un Acuerdo Conclusivo?

Considero que la principal ventaja de este medio alternativo de solución de controversias en materia fiscal es que crea una percepción neutral, objetiva, de equidad y justicia en el funcionamiento del sistema tributario, lo que influye positivamente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Pero también otorga voz a las partes en relación con el conflicto y su posible solución, para lograr que esa solución se ajuste a sus necesidades, intereses o circunstancias, esto es, llegar a un acuerdo para resolver real y finalmente el conflicto (verdad real vs. verdad jurídica).

Lo anterior, sin duda, construye y mantiene una mejor relación entre la administración tributaria y la ciudadanía contribuyente, lo que provoca indirectamente en prevenir altos costos administrativos para las partes y la saturación jurisdiccional y judicial en la resolución de los conflictos en la justicia fiscal tradicional.

A lo largo de su vigencia, ¿qué tan frecuente ha sido el uso de este medio alternativo por parte de las personas contribuyentes?

Considerando el número de solicitudes de Acuerdos Conclusivos que efectuaron las personas contribuyentes en el año en que inició esta figura, durante su vigencia se ha tenido un crecimiento de 160%. En promedio recibimos 2,400 solicitudes de Acuerdo Conclusivo por año, lo cual implica que recibimos 200 solicitudes de manera mensual, lo que conlleva a que el uso de esta figura es cada vez más frecuente, dada su efectividad y resolución expedita.

¿Cuál ha sido la posición de la autoridad fiscal ante una solicitud de Acuerdo Conclusivo y qué tanta disposición se observa de una real

intención de llegar a una solución del conflicto?

Al principio, como se estaba instaurando una figura jurídica nueva, obviamente existían dudas, no solo en cuanto al procedimiento en sí, sino también en cuanto a las responsabilidades que como personas servidoras públicas podrían tener al modificar posturas que ya se habían plasmado en alguna actuación dentro del procedimiento de revisión.

No obstante, conforme se fueron obteniendo buenos resultados para ambas partes con la suscripción de Acuerdos Conclusivos se observa un cambio de postura y alta disposición de las autoridades fiscales para alcanzar consensos con las personas contribuyentes, ya que, dentro del procedimiento existen acercamientos entre las partes, mediante mesas de trabajo y/o reuniones técnicas, con el fin de que los contribuyentes expliquen de forma clara y concisa los motivos por los cuales deberían tener por desvirtuados algunos hechos u omisiones que le fueron consignados, y se expliquen los argumentos que exponen las personas contribuyentes, en contraste con lo expuesto por las autoridades fiscales, así como un diálogo circular de estas, hacia las personas pagadoras de impuestos, lo que coadyuva a una real intención de lograr consensos.

¿Qué tan eficiente ha sido la figura de los Acuerdos Conclusivos?

Para darte una idea un poco más precisa: del total de solicitudes presentadas por las personas contribuyentes, se tiene que en promedio se han suscrito Acuerdos Conclusivos de forma parcial o total, con una efectividad de al menos 70%, es decir, casi dos de tres solicitudes llegan a un consenso final entre las partes.

De no llegarse a un Acuerdo Conclusivo, ¿se afectan las posibilidades de defensa del contribuyente? ¿Hay alguna ventaja de haber agotado el procedimiento?

El Acuerdo Conclusivo es un medio alternativo al que pueden o no acudir las personas contribuyentes, es decir, es opcional, sin embargo, para quienes sí hacen uso de la figura, no les afecta en las posibilidades de defensa a las que tienen derecho, respecto a las partidas que no logren consensos, tales como el recurso de revocación y/o juicio de nulidad, ya que durante

la tramitación del Acuerdo Conclusivo, por parte de PRODECON se suspenden los plazos con los que cuenta la autoridad fiscal para continuar sus facultades de comprobación.

Además, de no llegar a un consenso entre las partes, o bien, un acuerdo parcial y otras partidas no desvirtuadas, es importante decir que las posturas, explicaciones y formulaciones de propuestas se tienen por no efectuadas y no podrán ser materia de prueba en ningún procedimiento jurisdiccional, lo que otorga flexibilidad, seguridad jurídica y libertad para las partes en el procedimiento de conciliación e intermediación, sin afectar su defensa legal futura en lo consensuado.

Por ello, es muy recomendable el uso de esta figura, ya que, nos permite concluir de manera anticipada un acto de fiscalización sin tener que acudir a los medios de defensa tradicionales; además de conocer, antes de un juicio o recurso, los criterios y la postura de la autoridad fiscalizadora respecto de los argumentos de fondo que expongan las personas contribuyentes, así como la propia autoridad toma conocimiento de la postura del propio contribuyente.

Por otro lado, también nos da la pauta para ponderar a las personas contribuyentes, la posibilidad de regularizar su situación fiscal respecto a los hechos y omisiones de los cuales no alcanzó consenso, con reducción de multas a 100% por única ocasión.

Finalmente, en caso de que existieran, ¿cuáles considera que son los puntos de mejora legal que necesita la figura del Acuerdo Conclusivo para incrementar su eficiencia?

Me parece que ante lo complejo que puede llegar a ser la normatividad fiscal que hace complicado pagar impuestos, es indispensable que el procedimiento de Acuerdo Conclusivo se mantenga simple, flexible y sin tantas reglas e interpretación excesiva; me parecen claros esos seis artículos del Código Fiscal de la Federación en los que se regula, de manera sustantiva al Acuerdo Conclusivo y ya para normar o aclarar cuestiones más puntuales o del procedimiento, PRODECON ha emitido dentro de sus Lineamientos, modificaciones que han ayudado para la adaptación conforme a los cambios que el legislador ha hecho en esos seis artículos.

De hecho, el pasado 28 de febrero de 2024 se publicaron nuevas modificaciones a estos Lineamientos que regulan el ejercicio de las atribuciones sustantivas de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, el cual incluyó el procedimiento para la tramitación de los Acuerdos Conclusivos, esto con la finalidad de que estén definidas sus etapas de tramitación, vista y suscripción fiscal, con los cuales se busca incrementar la eficiencia respecto a los consensos entre las partes.

Asimismo, para fortalecer la eficiencia de la justicia alternativa y su interacción con la justicia tradicional, como el papel de *Ombudsperson Fiscal*, con base en dichos Lineamientos únicamente y hasta el cierre del procedimiento del Acuerdo Conclusivo, la PRODECON, en forma discrecional, podrá emitir una opinión técnica no vinculativa ni obligatoria para la autoridad fiscal siempre que aprecie durante la sustanciación del procedimiento del Acuerdo Conclusivo, una violación manifiesta y notoria al principio de aplicación estricta que rige en las normas fiscales, en relación con determinada actuación particular de la autoridad fiscal de que se trate, lo que posteriormente, si así lo considera el contribuyente podrá discutirse en el caudal probatorio en el juicio de resolución exclusiva de fondo ante el Tribunal Federal de Justicia Administrativa, con lo que se eleva la discusión técnica en cuanto al fondo y sustancia de los asuntos de naturaleza fiscal.

Mtro. Armando Ocampo, a nombre del Instituto Mexicano de Contadores Públicos, pero en particular de los 16 Colegios que integran la Región Centro-Istmo-Peninsular, le expreso nuestro agradecimiento por su política de puertas abiertas en la Procuraduría, y le reiteramos nuestro compromiso con las buenas prácticas y difusión de esta importante figura legal del Acuerdo Conclusivo en beneficio de los usuarios de nuestros servicios y de la sociedad en lo general.

Muchas gracias por concedernos esta entrevista para la revista *Contaduría Pública del IMCP*.

Mecanismos alternativos de solución de controversias

Fuente para arribar a una justicia pronta y expedita

C.P.C. Y L.D. ENRIQUE SALAZAR DURÁN
Vicepresidente de Fiscal de la Región Centro-Istmo-Peninsular del IMCP
Asociado del Colegio de Contadores Públicos de Yucatán, A.C.
enrique.salazar@consorciosd.com

Síntesis

En este artículo se destaca la importancia del derecho a la defensa dentro del marco legal de las empresas, enfocándose en los mecanismos alternativos de solución de controversias (MASC) como una forma eficiente de acceso a la justicia de manera pronta y expedita. Se detalla la definición y clasificación de los MASC, así como los principios rectores que deben regir en su aplicación. Se enfatiza la relevancia de la creación de los centros públicos y privados para la implementación de estos mecanismos, tanto en los ámbitos jurisdiccional como administrativo, con el fin de promover la justicia en el país. A pesar de los avances logrados, aún existen desafíos por superar, como la capacitación del personal y la asignación de presupuestos suficientes para la instalación de centros de justicia alternativa.

Antecedentes

Dentro del marco legal de las empresas, está el derecho a la defensa, en donde se establece que los conflictos legales, preponderante se deben dirimir en función a la materia de que se trate, ante tribunales judiciales o administrativos, previamente instaurados por el órgano gubernamental, garantizando con ello, el principio del debido proceso que debe regir en un Estado de derecho.

Desde hace varios años, es evidente la tendencia internacional de fomentar el uso de mecanismos alternativos de solución de controversias, para con ello, brindar elementos que permitan al gobernado acceder a la justicia de una manera pronta y expedita.

Al respecto, nuestro país no es la excepción, por lo que para hacer más eficiente los procesos de resolución de controversias, desde el 18 de junio de 2008, fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación (DOF)* la reforma constitucional, para establecer que las leyes de la materia deberán prever mecanismos alternativos de solución de controversias y con ello elevar este tema como un derecho humano debidamente tutelado.

Precisamente, fueron las reformas a los artículos 17 y 18 de nuestra Constitución Federal mediante las que se incorporó como un derecho de los gobernados, la instrumentación y búsqueda de mecanismos alternativos, de ahí que en nuestro derecho positivo hayan surgido con diversidad de conceptos asimilables como la conciliación, mediación, arbitraje, justicia alterna, amigable composición, acuerdo entre las partes, juntas de avenencia, negociaciones, concertación, etcétera.¹

Con relación a este deber constitucional, si bien es cierto ha habido avances para su implementación, por ejemplo, en la materia penal y en algunos ordenamientos locales, también es cierto que no fue hasta el pasado 26 de enero de 2024, que se publicó en el *DOF*, el decreto mediante el cual entra en

vigor la Ley General de Mecanismos de Solución de Controversias (LGMSC) y con ello se materializó el pleno cumplimiento de este deber.

Esta norma es de carácter general, de observancia en toda la República Mexicana, tiene como objeto fundamental sentar las bases, principios generales y competencias en la materia, apoyada en la aplicación supletoria del Código Nacional de Procedimientos Civiles y Familiares.

Por su relevancia, mediante el presente trabajo se pretende abordar algunos de los temas que esta ley contempla.

Conceptos generales

Para comprender en qué consisten los mecanismos alternativos de solución de controversias (MASC), debemos partir de la conceptualización de sus términos; por ello, y de acuerdo con Francisco González, se debe entender por estos a los componentes puestos a la disposición de las partes, para poner fin a la controversia suscitada por la lucha de intereses, de una manera rápida, flexible y económica, sin la intervención jurisdiccional.²

Ahora bien, es la propia ley la que define a los medios alternativos de solución de controversias como aquellos "[...] Procedimientos no jurisdiccionales cuyo objeto consiste en propiciar la avenencia entre las partes de manera voluntaria, pacífica y benéfica para ambas, a través de concesiones recíprocas, en una controversia o conflicto presente o futura".³

A su vez, la propia ley establece que las normas jurídicas ahí previstas son aplicables por conducto de *personas facilitadoras* en el ámbito público o privado; *personas abogadas colaborativas*, certificadas para esos efectos por los Poderes Judiciales Federal o de las entidades federativas, así como por los Tribunales de Justicia Administrativa Federal y locales, en sus respectivos ámbitos de competencia y que estos podrán, si así lo convienen las partes, tramitarse mediante el uso de tecnologías de la información y comunicación o sistemas en línea, conforme a lo establecido en la presente ley.

Es tal la importancia de estas personas citadas en el párrafo anterior, que gozan de *fe pública* exclusivamente para la celebración de los convenios que firmen las partes, para certificar las copias de los documentos que por disposición de la ley deban agregarse a los convenios, y para expedir copias certificadas de los convenios y demás documentación que se encuentre resguardada en su archivo.

Respecto a los tipos de mecanismos de solución, la doctrina ha establecido que parten de un principio fundamental, que es la voluntad de las partes y entre formas, y los ha clasificado como autocompositivos y heterocompositivos.

Se entiende por los primeros, aquellos que no requieren de un tercero para dirimir la controversia; es decir, las partes arriban a la solución, ya sea asistidos o no, por facilitadores, pero sin la intervención de un órgano resolutor; en tanto, los segundos, sí recurren a un órgano resolutor, pero este es diferente a los tribunales judiciales o administrativos establecidos en la ley.

De los mecanismos señalados por la ley

El normativo en comento reconoce, en forma enunciativa mas no limitativa, cinco mecanismos,⁴ de los cuales los cuatro primeros son de naturaleza autocompositiva.

I. Negociación. Definiéndola como el proceso por virtud del cual las partes, por sí mismas con o sin intermediarios, plantean soluciones a través del diálogo, con el fin de resolver una controversia o conflicto;

II. Negociación Colaborativa. Es el proceso por el cual las partes buscan la solución pacífica y equitativa de su conflicto, con la asesoría de personas abogadas colaborativas, a través del diálogo y si fuera necesario, el apoyo de terceros.

En este segundo método, destaca la necesidad de contar con la intervención como asesor, de un profesional del derecho que goce de certificación emitida, según sea el caso, por los Poderes Judiciales Federal o de las entidades federativas, así como en los Tribunales de Justicia Administrativa Federal y locales en su ámbito de competencia.⁵

III. Mediación. Procedimiento voluntario mediante el cual las partes acuerdan resolver una controversia o conflicto en forma parcial o total, de manera pacífica, o prevenir uno futuro, con la asistencia de una persona tercera imparcial denominada persona facilitadora. Se entenderá que existe Comediación cuando participen dos o más personas facilitadoras;

IV. Conciliación. Procedimiento voluntario por el cual las partes involucradas en una controversia o conflicto acuerdan resolver en forma parcial o total, de manera pacífica, o prevenir uno futuro, con la asistencia y participación activa de una persona facilitadora.

Es pertinente distinguir la diferencia entre estos dos métodos, la cual se basa en el rol que desempeña la *facilitadora*, quien debe ser una persona física certificada conforme a la ley, para el ejercicio público o privado, y su función es propiciar la comunicación y avenencia para la solución de

controversias entre las partes, y que, en el caso del mecanismo citado en la fracción III, no podrá opinar ni proponer soluciones al respecto, dejando que sean las partes quienes lo hagan y acuerden la solución del conflicto.

La persona en comento no requiere ser profesional del derecho en forma exclusiva, por lo que puede serlo cualquier persona con licenciatura que cuente con la certificación correspondiente.⁶

Por su parte, en el mecanismo correspondiente a la fracción IV, sí es factible que la *persona facilitadora* proponga posibles soluciones al conflicto, sin que esta propuesta pueda considerarse vinculante para las partes.⁷

De los principios rectores

La ley que nos ocupa reconoce en su contenido los principios básicos que deben prevalecer en los MASC, estos son: acceso a la justicia alternativa, autonomía de la voluntad, buena fe, confidencialidad, equidad, flexibilidad, gratuidad en el ámbito público, honestidad, imparcialidad; interés superior de niñas, niños y adolescentes; legalidad; neutralidad; voluntariedad y los demás establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y los Tratados Internacionales de los que el Estado mexicano sea parte.

En el ámbito jurisdiccional

El sistema judicial es útil para que haya orden en la sociedad, pero no es la única manera de resolver conflictos, es más viable una justicia más restauradora que retributiva, ya que no solo se deben resolver los conflictos, sino que se debe buscar que las relaciones entre los participantes no queden interrumpidas y que, adoptando un papel más activo en el conflicto, participen y dialoguen sin perder el vínculo que las unía.⁸

La ley establece que el Consejo Nacional de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias es el máximo órgano colegiado, honorífico, rector en materia de políticas públicas respecto de los MASC.

Por su importancia, la ley establece órganos para la atención, ejercicio y sede en su caso, de los mecanismos que nos ocupan, denominados Centros de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias, los cuales se clasifican en privados y públicos, y estos últimos en función de su materia, como provenientes del Poder Judicial federal y de las entidades federativas, o bien de los Tribunales de Justicia Administrativa Federal y locales.

Con relación a su tramitología, los mecanismos deberán respetar el procedimiento establecido conforme al capítulo VI

de la ley que nos ocupa, debiéndose considerar que, en caso de que estos deriven de un procedimiento jurisdiccional, la autoridad competente deberá informar a las partes la posibilidad y el derecho que tienen en cualquier momento, hasta antes del dictado de la sentencia o resolución que ponga fin al procedimiento, de acudir al Centro Público de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias para resolver su conflicto, mediante la celebración de un convenio que cite el lugar y fecha de su celebración, datos de las partes, número de identificación del expediente, debidamente firmado por las partes o sus representantes legales.

Las cláusulas que contengan las obligaciones de dar, hacer o no hacer a que se sujetarán las partes, así como la forma, tiempo y lugar de cumplimiento, y los efectos del incumplimiento y las formas de obtener su cumplimiento en vía jurisdiccional.

Nombre, número de certificación y firma autógrafa o electrónica avanzada de la *persona facilitadora* y, en su caso, la firma y cédula profesional de la persona licenciada en Derecho o abogada.

Concluido el mecanismo, la *persona facilitadora* deberá dejar constancia electrónica o escrita del *convenio* en el expediente de conformidad con las leyes de archivos que correspondan y expedirá en copia certificada un tanto para cada una de las partes.

Los convenios firmados por las partes y suscritos por la *persona facilitadora*, que cumplan con los principios establecidos en la ley, a partir de su registro e inscripción en el Sistema de Convenios correspondiente, tendrán efectos de cosa juzgada, de conformidad con lo dispuesto en esta ley y las demás disposiciones aplicables en los respectivos ámbitos de competencia.

En México, hacer valer el derecho a la justicia se ha vuelto complicado por diferentes factores, uno de ellos es la crisis de la justicia, el cual puede ser definido como la falta de cumplimiento de los principios de prontitud, eficacia y equidad por quienes aplican las leyes;⁹ de ahí que los MASC sean una realidad para conseguir la justicia pronta y expedita.

En el ámbito administrativo

Con anterioridad existían muchas limitantes para aplicar los MASC en la materia administrativa, sin embargo, en virtud de las reformas¹⁰ a la Ley Orgánica del Tribunal Federal de Justicia Administrativa hoy ya es una realidad.

Tal como se ha comentado con anterioridad los centros de mecanismos de solución de controversias de carácter público pueden ser originados en el ámbito administrativo, incluso

cuando los procedimientos administrativos se encuentren en proceso de solución, incluso en ejecución de sentencias.

Lo anterior a efecto de que las partes puedan solicitar la tramitación de los mecanismos alternativos de solución de controversias en materia administrativa, ya sea:

I. Fuera de procedimiento contencioso administrativo, de manera personal o por conducto de representante legal, de manera física o digital mediante las oficialías de partes de las autoridades administrativas competentes o de los Centros Públicos de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias en materia de Justicia Administrativa que correspondan, o

II. Dentro del Procedimiento contencioso administrativo, ya sea durante su substanciación o en etapa de ejecución de sentencia, por quien legalmente represente a la parte actora o por la autoridad que revista el carácter de demandada, mediante escrito dirigido a la autoridad jurisdiccional que conozca del asunto o ante la oficialía de partes del Centro Público de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias en materia de justicia administrativa que corresponda.

En este ámbito es competencia del Tribunal Federal de Justicia Administrativa y de los Tribunales de Justicia Administrativa de las entidades federativas, fomentar los mecanismos, creando los centros en comento dotándolos de infraestructura y requerimientos tecnológicos necesarios para el trámite y prestación de los servicios de mecanismos alternativos de solución de controversias en materia administrativa, en la modalidad presencial o mediante Tecnologías de la Información y la Comunicación.


En coordinación con el Consejo Nacional de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias en materia de justicia administrativa, podrá diseñar y ejecutar programas de capacitación y actualización para las *personas facilitadoras*; celebrar convenios con instituciones de educación pública y privada para la impartición de cursos de capacitación orientados a la obtención de certificación de *personas facilitadoras*, y demás relacionadas con estos mecanismos, creando y actualizando el Registro de Personas Facilitadoras en el sitio web del Tribunal que corresponda, y otorgar, mediante aprobación de los convenios emanados de la aplicación de los mecanismos alternativos de solución de controversias, la calidad de cosa juzgada, de conformidad con la ley de la materia.

Es de entenderse que para la eficiencia de la implementación de las disposiciones establecidas en la ley es necesario que

las diversas instituciones del Estado relacionadas con estos medios deban hacer modificaciones, actualizaciones normativas y otras adecuaciones; por lo tanto, el Poder Legislativo, tanto federal como local, contará con un plazo de un año para ello.

Así, si bien en la actualidad existen las respectivas reformas a las leyes orgánicas de tribunales administrativos para la aplicación de los MASC en esta materia, aún persisten retos a superar tales como el presupuesto, que permitan la instalación de centros de justicia alternativa, la capacitación del personal, entre otros.¹¹

Conclusión

Con esta ley se tiene un importante avance en este tema de vanguardia, no obstante, todo es perfectible y es necesario hacer más adecuaciones para otorgar la seguridad jurídica necesaria para que la implementación de los mecanismos alternativos de solución de controversias tenga la aceptación y resultados esperados. 

- 1 Cuadra Ramírez, J. G. (s. f.). Medios alternativos de resolución de conflictos como solución complementaria de administración de justicia. Suprema Corte de Justicia de la Nación. <https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/transparencia/documentos/becarios/040jose-guillermo-cuadra-ramirez.pdf>
- 2 González de Cossío, F. (2010). La escurridiza noción de arbitraje: un ejercicio de definición tan arduo como importante. *Semantic Scholar*, p. 10. https://pdfs.semanticscholar.org/9927/8b78d41720dc1e7cdeb60b1c4f37346158cf.pdf?_ga=2.48957423.812530835.1573098958-1447206456.1573098958
- 3 Artículo 4, fracción IX, de la Ley General de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias.
- 4 Artículo 4, fracciones I, II, III, IV y V, de la Ley General de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias.
- 5 Artículo 38 de la Ley General de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias.
- 6 Artículo 40 de la Ley General de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias.
- 7 Hernández Mendoza, L. (2023). Mediación y mecanismos alternativos de solución de controversias. Gobierno de México-Secretaría de Salud-Comisión Nacional de Arbitraje Médico. http://www.conamed.gob.mx/cmam/pdf/mediacion_masc.pdf
- 8 Gorjón Gómez, F. J., y Steele Garza, J. G. (2008). *Métodos alternativos de solución de conflictos*. México: Oxford University Press.
- 9 *Ibidem*.
- 10 Decreto por el que se expide la Ley General de Mecanismos Alternativos de Solución de Controversias y se reforma y adiciona la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y la Ley Orgánica del Tribunal Federal de Justicia Administrativa, *Diario Oficial de la Federación*, 26 de enero de 2024. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5715307&fecha=26/01/2024#gsc.tab=0
- 11 Azar Manzur, C. (2003). *Mediación y conciliación en México*. México: Porrúa, p. 12.

Modelo Canvas

Inicio del cambio en la empresa

C.P.C. MARÍA ISABEL VERGARA PÉREZ
Coordinadora de la Comisión Empresarial
del Colegio de Contadores Públicos de
Yucatán, A.C.
misabelvperez@gmail.com

Síntesis

Herramienta de gestión estratégica para las empresas, el modelo Canvas es útil para enfocar el negocio en sus diferentes etapas de crecimiento, desde el momento en que inicia hasta su consolidación, permitiendo una visión general para diversificarse. Este modelo se divide en dos segmentos, en el cual se destaca la "Propuesta de valor". Su implementación requiere el apoyo y participación de la alta dirección de la empresa.

El autoconocimiento es un elemento clave para la evolución de los seres humanos. Saber exactamente dónde nos encontramos, de qué recursos disponemos y hacia dónde queremos ir, es requisito previo de un avance y crecimiento sostenido. Este principio también es aplicable a las empresas de cualquier tamaño y una herramienta para lograrlo es el modelo Canvas, el cual constituye una recopilación de los recursos, tanto internos como externos.

Partimos de que la empresa ya cuenta con una *misión* y una *visión*, y estamos avanzando en dirección a estas.

No existe un momento específico para implementarlo en las empresas. Cuando estas son de nueva creación es útil para enfocar el negocio y evitar caer en la tentación de la diversificación desordenada. Asimismo, cuando se trata de empresas en marcha les ayuda a revisar sus fortalezas y debilidades, y les da un nuevo impulso y cuando se aplica a empresas maduras les da un panorama general para diversificarse.

Es oportuno plantear que este instrumento de planeación estratégica para las empresas solo puede ser desarrollado con el apoyo y participación de la alta dirección, ya que en ella descansan los sueños, objetivos y metas de la empresa.

El modelo Canvas se llama así porque este término en inglés significa lienzo, debido a su formato visual. Fue desarrollado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en 2010, como una herramienta para visualizar y diseñar modelos de negocio de manera clara y concisa utilizando diferentes elementos y bloques.

Este lienzo se puede dividir en dos segmentos y en medio de estos nos encontramos con la "Propuesta de valor"; describe la manera y da forma lógica a cómo una organización crea, entrega y captura valor. Igualmente,



permite tener una visión rápida del negocio, que luego podrá ampliarse en otros documentos estratégicos como el plan de negocios.

Asimismo, cuenta con los nueve bloques que el autor determina como más importantes para esta tarea.

Aspectos externos: enfocados en la percepción y recepción de emociones.

1. Segmentos de clientes.
2. Propuesta de valor (corazón del modelo).
3. Canales.
4. Relación con los clientes.
5. Fuentes de ingresos.

Aspectos internos: enfocados en la eficiencia y lógica.

6. Recursos clave.
7. Actividades clave.
8. Socios clave.
9. Estructura de costos.

1. Segmentos de clientes: define a quién va dirigido el negocio y cuáles son sus necesidades y características pudiendo ser alguno de los siguientes:

- *Masivo:* es un mercado amplio o genérico, sin una segmentación específica.
- *Plataforma múltiple:* se aplica cuando una empresa ofrece su servicio a dos segmentos que son dependientes entre ellos. Por ejemplo, una marca de refrescos ofrece sus productos a los clientes finales por medio de tiendas o kioscos y estos se convierten en un segmento para la empresa, porque les ofrecen los refrigeradores y el servicio de abastecimiento.
- *Diversificación:* cuando la empresa se dirige a múltiples segmentos de clientes con características y necesidades diferentes.
- *Segmentado:* la empresa se enfoca en un determinado tipo de cliente, aplicando la segmentación de mercado geográfica, demográfica o psicográfica.
- *Nicho de mercado:* son mercados especializados, con características y necesidades específicas.

Para identificar el segmento, es necesario un análisis del comportamiento del consumidor, lo cual implica entender:

- ¿Cómo piensa?
- ¿Qué siente?
- ¿Qué necesita?
- ¿Qué desea?
- ¿Cuáles son sus dolores o aspectos sin resolver?

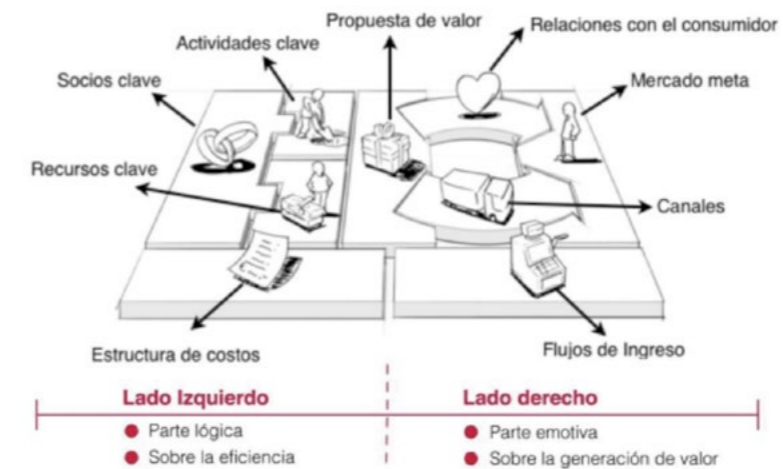
2. Propuesta de valor: describe qué ofrece la empresa a sus clientes para satisfacer sus necesidades y diferenciarse de la competencia. Este se refiere a aquellos elementos diferenciales que tiene la empresa con respecto a la competencia, entre otros pudieran ser: personalización, diseño, marca, precio, accesibilidad e innovación.

En este punto debemos plantearnos las siguientes interrogantes:

- ¿Qué ofrezco y por qué me prefieren?
 - ¿Qué valor entregamos al cliente?
 - ¿Cuál de los problemas de nuestro cliente estamos solucionando?
 - ¿Qué necesidad estamos satisfaciendo?
- 3. Canales:** establece los medios por los cuales la empresa se comunica con sus clientes y les hace llegar su propuesta de valor.
 - 4. Relación con los clientes:** define el tipo de relación que la empresa quiere establecer con sus clientes.
 - 5. Fuentes de ingresos:** especifica cómo genera la empresa sus ingresos a partir de sus clientes.
 - 6. Recursos clave:** identifica los recursos esenciales que la empresa necesita para operar su modelo de negocio.
 - 7. Actividades clave:** describe las actividades más importantes que la empresa debe realizar para funcionar.
 - 8. Socios clave:** define la red de proveedores y socios estratégicos que son necesarios para el negocio.
 - 9. Estructura de costos:** especifica los costos asociados a la operación del modelo de negocio.

A continuación, en la figura 1 se presentan de manera gráfica los bloques del modelo Canvas.

Figura 1. Segmentos del modelo Canvas



Fuente: Félix Matiz y Alejandro Matiz (Octubre de 2016). El paso a paso de la construcción de un modelo de negocio. Matiz & Asociados. <https://www.matizyassociados.com/wp-content/uploads/2016/11/2016-Paso-a-paso-de-la-construccion-de-un-modelo-de-negocio.pdf>

Cabe mencionar que los nueve bloques aquí señalados no son restrictivos en el momento de implementar el modelo en cada negocio según el giro, madurez, entorno económico y esfera social. Puede haber variables que sería recomendable incluir, por ejemplo:

- **Entorno relevante:** qué características del entorno son importantes para la empresa, fluctuación cambiaria, inflación, plan nacional de desarrollo.
- **Riesgos críticos:** cuáles son los principales riesgos que pueden afectar la rentabilidad o poner en riesgo el negocio.
- **Valores core:** cuáles son estos valores y cómo agregan valor al resultado de la organización.
- **Tecnologías:** cuáles son las tecnologías más críticas que soportan nuestro modelo de negocio.

Vale la pena hacer una pausa en el camino y que la administración de las empresas se tome tiempo para hacer este auto análisis; su desarrollo implica involucrar a todas las áreas de la empresa y ayuda a crear sinergias y alinear a la organización.

Es oportuno señalar que este sería el primer paso para desarrollar una estrategia integral del negocio y una vez que se empiezan a recibir los beneficios de tener un plan de negocios, se convierte en una forma habitual de trabajo. [🔗](#)

Fuentes consultadas

Matiz, F. y Matiz, A. (Octubre de 2016). El paso a paso de la construcción de un modelo de negocio. Matiz & Asociados. <https://www.matizyassociados.com/wp-content/uploads/2016/11/2016-Paso-a-paso-de-la-construccion-de-un-modelo-de-negocio.pdf>
Osterwalder, A. (2005). *Business Model Generation*.

“ Los nueve bloques aquí señalados no son restrictivos en el momento de implementar el modelo en cada negocio según el giro, madurez, entorno económico y esfera social



Paradigmas y resistencia al cambio



M.P.N.L. Y C.P. MARÍA DEL CARMEN ROSAS TEYSSIER
Socia Directora de Estrategia Ejecutiva en Asesores de Negocios Carpey, S.C.
mrosas@carpey.mx

M.C. Y C.P.C. CARLOS RAMÍREZ SÁNCHEZ
Presidente del Colegio de Contadores Públicos del Estado de Puebla, A.C.
cramirez@carpey.mx

Síntesis

Las entidades se encuentran operando en un entorno que requiere de las personas una adaptación rápida para cumplir con sus metas. Frente a la resistencia al cambio, se sugiere realizar un análisis FODA, elaborar un plan, implementarlo, revisarlo y enfocarse en la misión, visión y objetivos. En el ámbito de la Contaduría, se están desarrollando nuevas formas de trabajo para adaptarse a los cambios en las entidades, que destacan la importancia de la preparación tecnológica y la prestación de servicios que agreguen valor a las empresas.

Introducción

Las entidades tienen muchos cambios en el desarrollo de sus operaciones. Actualmente se desarrollan en un entorno VUCA que responde al acrónimo inglés formado por los términos Volatility (V), Uncertainty (U), Complexity (C) y Ambiguity (A); en español, Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo. Las personas que interactúan de forma interna y externa en estas organizaciones tienen que adaptar sus formas de actuar lo más rápido posible con la finalidad de cumplir con las metas que se han propuesto. Hay que considerar que también hay entidades que muchas veces no cuentan ni siquiera con esta planeación o conceptos desarrollados, por lo que se expone a continuación una metodología sencilla con el propósito de apoyar en el desarrollo de estrategias de negocios que permitan la adaptación al cambio.

Paradigma

La palabra paradigma proviene del griego, inicialmente se consideró como un término científico y en la actualidad, de acuerdo con la Real Academia Española, significa “[...] Teoría o conjunto de teorías cuyo núcleo central se acepta sin cuestionar y que suministra la base y modelo para resolver problemas y avanzar en el conocimiento. [...]”.

En el libro *Los 7 hábitos de las personas altamente eficaces*, de Stephen R. Covey, se menciona que un modo simple de pensar el paradigma consiste en considerarlo como mapa, ya que este es una explicación de ciertos aspectos de un territorio; sin embargo, no es el territorio. Según Covey, todos tenemos muchos mapas en la cabeza y los clasifica en dos categorías principales: *mapas del modo en que son las cosas o realidades* y *mapas del modo en que deberían ser o valores*. Esta categorización permite dar sentido a las cosas o hechos, viéndolos como son o deberían ser o como creemos que son. Entre más conciencia tengamos de nuestros paradigmas, podremos lograr una visión más amplia y objetiva.

Resistencia al cambio

Cuando hablamos de resistencia al cambio en muchas ocasiones se debe a que estamos saliendo de nuestra zona de confort, porque cuando estamos acostumbrados a hacer las mismas cosas cotidianas nos resulta fácil y cómodo; por tal motivo, cuando queremos ir más allá de las actividades diarias o habituales, puede ser que resulte difícil hacer los cambios pertinentes.

Salir de nuestra zona de confort nos provoca, en primera instancia, miedo a lo desconocido y desconfianza, porque cuando salimos de esa zona, estamos

pensando o proponiendo nuevas expectativas, lo cual podría generar duda sobre las decisiones que estamos tomando, pues puede llegar el momento en que nos imaginemos o pensemos cosas que pudieran ser o que ni siquiera sucederán. En la mayoría de las ocasiones, lo que pensamos es negativo, o bien si nos suceden cosas buenas, estamos pensando cuándo se terminarán y, por ende, evitamos de esta manera aprovechar todas las oportunidades que tenemos por delante.

Otro de los motivos que puede generar resistencia al cambio, es que lo hacemos de manera inconsciente y sin planeación, solo por probar o por ver qué sucede, lo cual nos puede provocar dudas sobre si lograremos los cambios deseados o esperados, esto es, nos auto-saboteamos. Nosotros mismos nos vamos obstaculizando para no salir de nuestra zona de confort y para no descubrir otros caminos o conseguir nuevas metas o proyectos.

Un aspecto importante de la resistencia al cambio es el miedo a perder lo que tenemos, sobre todo si el cambio implica un riesgo económico o material.

Si lo que queremos es hacer cambios, necesitamos tener en claro algo que nos motive para lograrlo, confiar en que podemos llevarlos a cabo y poseer pensamiento positivo.

¿Cómo hacer cambios?

Podemos seguir los siguientes pasos que nos ayudarán a hacer cambios:

- **Realizar un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).** Esta herramienta de estudio permitirá hacer un análisis a conciencia y darnos cuenta de las fortalezas y oportunidades con las que contamos para llevar a cabo los cambios esperados.
- **Elaborar un plan.** Este nos posibilitará marcar los pasos por seguir para el logro de los cambios deseados; esto también servirá para darnos cuenta de que las oportunidades o logros que podemos obtener son mayores a los riesgos, lo cual provocará que tengamos confianza en los cambios.

Al elaborar el plan, identificaremos si necesitamos más personas que nos ayuden a lograr los cambios esperados. Si para llevarlos a cabo se necesita un equipo, entonces también se debe confiar en los integrantes de este y transmitirles hacia dónde se va y qué es lo que se quiere lograr.
- **Implementar el plan.** Una vez que se ha elaborado el plan, es indispensable ponerlo en marcha, ya que el mayor fracaso, es tenerlo y guardarlo en el cajón. Una manera práctica de aplicarlo es fijar una fecha y compartirla con una persona de confianza o con un consejero; ambos se encargarán de ser testigos de los cambios logrados.
- **Revisar el plan implementado.** Si este no tiene revisión, no nos dará indicadores de cuánto se ha avanzado en los cambios propuestos y pueden pasar desapercibidos, lo cual puede provocar una sensación de fracaso y desistir en estos.

Para llevar a cabo los puntos antes mencionados en el ámbito empresarial o personal es importante guiarnos por la misión, visión y objetivos, ya que esto nos motivará a salir de la zona de confort, alcanzar metas y propósitos, y ver cómo sí podemos lograrlas.

Algo importante, como ya se había mencionado, es el pensamiento, la forma en como nosotros reflexionamos. Si pensamos que saldrá mal, entonces nos provocará miedo dar ese paso hacia adelante, lo que tenemos que hacer es pensar de manera positiva; usar nuestras habilidades y fortalezas para lograr los objetivos, observar lo que sí depende de nosotros y lo que no depende de nosotros. ¿Por qué? Porque si nos fijamos metas y objetivos, en donde hay cuestiones que no dependen de nosotros, sino de personas externas o de un tercero, posiblemente no se llevarán a cabo los cambios porque no nos estamos fijando en nosotros, sino en los demás. Entonces es relevante mirar hacia dónde dirigimos, cómo lo vamos a hacer y qué personas o qué aliados necesitaremos para lograr estos cambios.

Una manera de hacerlo más fácil es visualizar los cambios esperados, poner en nuestra mente imágenes de cómo nos vamos a sentir, qué es lo que queremos lograr y cómo lo vamos a alcanzar. Imaginarnos el camino que vamos a seguir también es muy importante. Si quieren verlo, estimados lectores, no solo en su imaginación, lo que pueden hacer es dibujarlo, o

“ Si lo que queremos es hacer cambios, necesitamos tener en claro algo que nos motive para lograrlo, confiar en que podemos llevarlos a cabo y poseer pensamiento positivo

bien buscar alguna imagen, pues eso los motivará en el camino de lograr los cambios esperados.

Algo relevante es el cómo nos vamos a sentir al lograr los cambios, qué emociones tendremos cuando veamos resultados, debemos ser conscientes de lo que estamos haciendo en ese momento para tener la disposición total y plena, la aptitud y la actitud para plasmarlo y que puedan lograr ese cambio esperado.

Contaduría y la resistencia al cambio

Respecto a la Contaduría y a los cambios realizados, desde sus inicios durante el siglo XX esta disciplina apoyó a las entidades en la presentación de obligaciones que mencionaban las leyes, cumpliendo con la elaboración de información contable como lo marca el Código de Comercio o la Ley General de Sociedades Mercantiles. Otra actividad común fue la presentación de información requerida por las autoridades fiscalizadoras como sucedió con el dictamen fiscal o diferentes actividades similares que se desarrollaron durante esa época.

Actualmente esas actividades de cumplimiento que desarrollaba la Contaduría Pública están siendo sustituidas por programas o aplicaciones que ayudan a las autoridades en esta labor. Como se sabe, las aplicaciones y desarrollos tecnológicos están sirviendo para apoyar en sus procesos a las entidades privadas, con el objetivo de tener mejores controles y evitar riesgos. Este momento es de trascendencia para los Contadores, pues el cambio ha sido una gran ola que ha llegado a nuestra profesión.

La Contaduría se está adecuando a los cambios que se efectúan en el proceso de las entidades, por lo cual se han ido desarrollando nuevas formas de trabajo para estar a la altura de estas transformaciones, como son diseños de *software* especiales para temas de auditoría, el uso de la Inteligencia Artificial, la aplicación de herramientas para análisis en el ámbito bursátil y financiero, así como el desarrollo ERP para entidades específicas. Hoy en día, existen modelos de negocios que son esencialmente tecnológicos y en los cuales como Contadores deberá existir la preparación adecuada para prestar los servicios que agreguen valor a estas nuevas entidades.

Conclusión

La Contaduría es una carrera innovadora que permite ver lo que sucede actualmente en los servicios prestados a los clientes; además es visionaria y de vanguardia. Por este motivo es importante que ocupe estrategias de negocios que sirvan para mejorar el desarrollo de sus actividades, como lo presentado en este artículo que inicia desde el análisis, planeación, implementación y revisión de los procesos que pueden aportar para que la resistencia al cambio sea un periodo más rápido y fácil de cumplir, tanto en los procesos internos como en los procesos con clientes. ☞

Fuentes consultadas

Carnegie, D. (2012). Superar las preocupaciones y el estrés. Barcelona: Ediciones Obelisco.
Covey, S. R. (2013). Los 7 hábitos de las personas altamente eficaces. Simon & Schuster.

“ Las aplicaciones y desarrollos tecnológicos están sirviendo para apoyar en sus procesos a las entidades privadas, con el objetivo de tener mejores controles y evitar riesgos

El Contador Público como consultor y vigilante del patrimonio de su cliente y la estrategia de negocios



L.C.C., M.I. Y M.A. EDUARDO LÓPEZ LOZANO
 Director del Grupo Reingeniería Patrimonial
 Asociado y Coordinador de la CROSS del Colegio
 de Contadores Públicos de Yucatán, A.C.
rfp.asesorespatrimoniales@gmail.com

Síntesis

En la variedad de perfiles profesionales de la Contaduría, el Contador Público Senior es la persona encargada de apoyar a los particulares en la gestión, crecimiento y transmisión de su patrimonio, labor en la que debe considerar aspectos como la identificación, valoración y estructuración de este. La consultoría patrimonial requiere cercanía con el cliente, desarrollo de estrategias orgánicas y cumplimiento legal. Su planeación implica determinar, valorar y proteger el patrimonio, así como planificar su transferencia de manera segura y conforme a la ley.

Esta es un área de desarrollo profesional para el Contador Público Senior, pues para ejercer en esta se requiere un conocimiento holístico¹ y la participación de diferentes profesionales en asociación con él, como abogados civilistas, corporativos, penalistas, administrativos, notarios, peritos, entre otros.

A un Contador Público, en su carácter de consultor fiscal² y financiero, no le deben ser ajenos los siguientes conceptos fiscales que, para estos efectos, calificamos de “fundamentales” en materia fiscal:

- Razón de negocios.
- Esquemas reportables.
- Recaracterización de operaciones.
- Materialidad.

Todos estos conceptos emanan de las distintas reformas legales en materia fiscal en las que subyace un tema fundamental: la verdad en las operaciones. Esa verdad debe ser la lógica de la que se desprenden no solo la deducción de las operaciones, sino la disminución de riesgos para la entidad (personal, privada o pública) y su continuidad y permanencia.

Aunque algunos amigos abogados, notarios y hasta sacerdotes y otros profesionales se pongan celosos, no podrán negar que la Contaduría Pública es la profesión que en México está demasiado cerca de las personas. Esa cercanía y confianza debe ser el acicate para que los profesionales de esta disciplina, en el ámbito de sus capacidades, apoyen a los particulares en el establecimiento, crecimiento y permanencia de las estructuras patrimoniales e incluso, llegado el momento, la transmisión de ese patrimonio con menores riesgos y de conformidad con la voluntad de quien decide transmitirlo.

En ese camino hay varios vericuetos, tales como la estructura a seguir:

1. ¿Cuál es el patrimonio?
2. Habrá que identificarlo, inventararlo y valorarlo.
3. Definir:
 - ¿En qué consisten las actividades por desarrollar?
 - ¿Cuál es el apetito de riesgo del particular?
 - ¿Qué tan tolerante es el profesional de la Contaduría con el apetito de riesgo de su cliente?
4. ¿Cuáles son las estructuras a utilizar?:
 - A nombre de quién (persona física o moral y, en este caso, ¿con quiénes como socios?)



A un profesional contable no le deben ser ajenos conceptos fiscales como razón de negocios, esquemas reportables, recaracterización de operaciones y materialidad

- ¿En qué régimen societario?
- ¿Con qué acuerdos societarios y cuál Gobierno Corporativo?
- ¿Con qué régimen de administración?
- ¿Con qué poderes, a quién y limitantes?
- ¿Qué hacer en caso de incapacidad, desaparición forzada, fallecimiento de los administradores y/o socios? ¿Cómo actuar y con qué alcances?:
 - i. Por ejemplo: se incorporará a los herederos a la operación, los consejos y la toma de decisiones.
 - ii. Se liquidará la participación y, en tal caso:
 1. ¿A qué valores?
 2. ¿En qué plazos?
 3. ¿A qué personas?
 4. ¿Con qué procedimiento?
 5. ¿A qué fechas?:
 - a) Por ejemplo, de la causal o cierre del año.
- ¿Cómo se determinará el valor?

Estas y otras interrogantes deben llevar al profesional de la Contaduría, en su carácter de consultor patrimonial, a responder las siguientes preguntas:

1. ¿En qué profesionales requiere apoyarse para cada caso en cuestión?
2. ¿Cómo sensibilizar al cliente patrimonial en cada caso?

Cada punto señalado conlleva aristas personales, legales y de costos e instrumentación que conllevan emociones, recursos a invertir en tiempo, dinero, profesionales y cuidado del patrimonio de los clientes.

Para llevar a cabo esta consultoría patrimonial se requiere:

1. **Cercanía y confianza del cliente.** Sin esta característica no hay posibilidades de llevar a buen puerto la consultoría patrimonial.
2. **Diagnóstico y determinación del patrimonio a proteger y revisión en su legitimidad y legalidad.** Análisis de riesgos en materia legal (derecho común y de familia, societario, financiero, fiscal, prevención de lavado de dinero, penal —en su caso—.



La cercanía y confianza son cualidades fundamentales para que el Contador Público apoye a los particulares en el establecimiento, crecimiento y permanencia de las estructuras patrimoniales

3. **Desarrollo de la consultoría.** Para la protección, crecimiento y proyección, hasta la trasmisión del patrimonio se deben tener sesiones con el cliente para definir cada uno de los pasos a seguir, sin embargo, no debemos dejar de lado un tema toral: la planeación, ingeniería o reingeniería fiscal³ y patrimonial deben ser orgánicas;⁴ es decir, deben desprenderse naturalmente de las operaciones, alinear la estrategia de negocio a estas, no forzarlas y mucho menos aparentar. La simulación de actos es un delito de conformidad con lo señalado en el Código Fiscal Federal (para impuestos federales e INFONAVIT) y la Ley del Seguro Social.

Para hacer una planeación patrimonial se sugiere:

1. Determinar el patrimonio.
2. Valuarlo.
3. Definir los pasos a realizar para protegerlo, acrecentarlo y, en su caso, transmitirlo,
4. Identificar y delinear los aspectos legales para tal efecto.
5. Para la trasmisión, determinar si esa transferencia será en vida o *mortis causa* y los vehículos para realizarlo de manera menos onerosa y con mayor seguridad jurídica.

Sin duda, para lograr que se alcancen los conceptos fundamentales en materia fiscal vale la pena que sean orgánicos, como se ha expresado y vestir formalmente todos y cada uno de los actos por desarrollar.☞

- 1 Una doctrina que promueve la concepción de cada realidad como un todo, distinto de la suma de las partes que lo componen, de acuerdo con el *Diccionario de la lengua española*.
- 2 La opinión del autor puede ser contraria al criterio de las autoridades fiscales.
- 3 No conforme a los conceptos señalados en el libro *Lo real y lo justo de los impuestos* (2010, Editorial DOFISCAL), de Jean Claude Tron Petit, toda vez que toma como delito y derivado de una propuesta en España, donde el maestro estaba estudiando su doctorado, que por cierto no prosperó y pretendía diferenciar a la planeación fiscal como "economía de opción" y denominaba "ingeniería y/o reingeniería fiscal", por ejemplo, a prácticas legales como el fraude a la ley. Estos conceptos usados por el suscrito en 2000-2001 (nueve años antes en México) conforme a lo expuesto en mi obra *Ingeniería y reingeniería fiscal* (2004, Editorial ISEF).
- 4 "Orgánico", término genérico para designar procesos asociados a la vida o para referirse a sustancias generadas por procedimientos en que intervienen organismos vivos.



Análisis de los modelos de negocios en la innovación empresarial

Un enfoque contable financiero

C.P.C. JULIO CÉSAR GONZÁLEZ CABA

Secretario de la Comisión de Editorial y Revista de la Región Centro-Istmo-Peninsular del IMCP
Expresidente del Colegio de Contadores Públicos Chiapanecos, A.C.
jajama_2@hotmail.com

C.P.C. JORGE ADRIÁN ALBORES CORZO

Expresidente del Colegio de Contadores Públicos Chiapanecos, A.C.
cpcjorgecorzo@hotmail.com

Síntesis

Hoy en día, resulta fundamental la comprensión adecuada de los modelos de negocios, principalmente para los profesionales de la Contaduría, ya que sus decisiones tienen un impacto directo en las finanzas, la planificación estratégica y la gestión de riesgos de la organización. El análisis de un buen modelo de negocio implica evaluar varios indicadores financieros y no financieros con el fin de determinar la viabilidad y el desempeño de su funcionamiento dentro de una empresa, incluyendo la gestión de ingresos y costos, la optimización de la estructura de capital y la evaluación del retorno de la inversión en innovaciones y tecnologías disruptivas. En el presente artículo, analizaremos cómo la correcta evaluación y gestión de estos modelos puede conducir a una mejor toma de decisiones y a un crecimiento sostenible.

Introducción

Para los Contadores, el análisis de modelos de negocios implica evaluar diversas métricas financieras y no financieras que determinan la viabilidad y el rendimiento de una empresa. Esto incluye la gestión de ingresos y costos, la optimización de la estructura de capital y la evaluación del retorno sobre la inversión en innovaciones y tecnologías disruptivas. Los modelos de negocios también ayudan a identificar las áreas clave donde se puede generar valor adicional, permitiendo a los Contadores desempeñar un rol proactivo en la formulación de estrategias empresariales.

En este artículo, exploraremos en profundidad los componentes y tipos de modelos de negocios desde una perspectiva contable-financiera. Analizaremos cómo la correcta evaluación y gestión de estos modelos puede conducir a una mejor toma de decisiones y a un crecimiento sostenible. Además, discutiremos los errores comunes que se cometen al analizar modelos de negocios y cómo evitarlos. Al final, esperamos proporcionar a los profesionales de la Contaduría las herramientas necesarias para contribuir de manera efectiva al éxito y la competitividad de sus organizaciones.

Definición de los modelos de negocios

Un modelo de negocios es una representación conceptual que explica cómo una organización produce, distribuye y captura valor. Desde un enfoque contable financiero, esta definición abarca cómo se generan los



ingresos, cómo se manejan los costos y gastos, y cómo se optimiza la estructura de capital para maximizar el valor para los accionistas.

Drucker es otro exponente que define un buen modelo de negocio como aquél que puede responder a las siguientes cuestiones: ¿quién es el cliente y qué valora? y ¿cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo podemos aportar dicho valor al cliente a un coste apropiado?

Origen y evolución del modelo de negocios

De acuerdo con Peiró, los orígenes de los modelos de negocios se remontan al siglo XX en donde por medio de pequeños proyectos iniciales y básicos, por ejemplo, el modelo de negocios de cebo y anzuelo, se ofrecía un producto básico a un precio muy bajo. A partir de la década de 1950 surgieron modelos de negocios más sofisticados, como McDonald's y Toyota.¹

En la década de 1960, los innovadores fueron Wal-Mart y los hipermercados. Durante la década de 1970 nacieron nuevos modelos de negocios, los cuales fueron introducidos por Federal Express y Toys "R" Us, y hacia 1980 por Blockbuster, Home Depot, Intel y Dell Computer.

Con el avance tecnológico los modelos de negocios tienden a crecer de manera progresiva especialmente en EE.UU., en 1990 fueron Amazon, Airlines, Southwest, eBay y Starbucks; la tecnología ha sido una herramienta fundamental para el alcance masivo de clientes a bajo coste.

Principales componentes de los modelos de negocios

Los componentes de un modelo de negocios son: 1. Propuesta de valor, 2. Segmentos de clientes, 3. Canales, 4. Relaciones con los clientes, 5. Fuentes de ingresos, 6. Recursos clave, 7. Actividades clave, 8. Socios clave y 9. Estructura de costos.

Tipología de los modelos de negocios

Existen diversos modelos de negocios, los cuales se pueden ajustar a los diferentes tipos de empresas, cada uno proporciona las bases para un adecuado control y desarrollo dentro de la organización.

De acuerdo con la forma de organización:

- **Modelos B2B (Business to Business):** las empresas venden productos o servicios a otras

empresas. Desde un enfoque financiero, esto implica análisis detallados de los ciclos de ventas, términos de crédito y gestión de cuentas por cobrar.

- **Modelos B2C (Business to Consumer):** las empresas venden directamente al consumidor final. La contabilidad financiera debe enfocarse en la gestión de inventarios, políticas de precios y análisis de comportamiento del consumidor.
- **Modelos C2C (Consumer to Consumer):** las plataformas facilitan transacciones entre consumidores. Desde una perspectiva contable, es esencial gestionar la intermediación, comisiones y estructura de costos de la plataforma.

De acuerdo con su nivel de innovación:

- **Modelos innovadores:** integran nuevas tecnologías o métodos disruptivos. Evaluar financieramente la inversión en I + D (inversión en investigación y desarrollo), amortización de activos intangibles y retorno sobre la inversión en innovación es crucial.
- **Modelos tradicionales:** se basan en prácticas comerciales establecidas. Desde un enfoque contable financiero, se debe asegurar la eficiencia operativa y la sostenibilidad a largo plazo mediante la gestión adecuada de activos y pasivos.

Características básicas de un buen modelo de negocios

Un buen modelo de negocios debe ser claro, escalable, adaptable y capaz de generar valor de manera sostenible. Desde un enfoque contable financiero, esto implica mantener una sólida posición financiera, gestionar de manera eficiente el capital y maximizar la rentabilidad.

A continuación se enumeran las características:

1. **Innovador**, debe aportar soluciones novedosas a las demandas del mercado.
2. **Ser rentable:** los ingresos que se generen sean mayores a los gastos e inversión necesaria.
3. Permitir un crecimiento que posibilite **proyectar de forma clara los resultados.**

4. **Adaptable y replicable** a otros lugares, otro producto o en otro sector.
5. **Medible y cuantificable**, ya que es fundamental poder definir indicadores que contribuyan a una mejora continua del modelo usado.²

Representación de un modelo de procesos de negocios

Es importante mencionar los medios por los cuales se puede representar un modelo de procesos de negocios, el modelado se considera fundamental dentro de las actividades que se desempeñan dentro de la organización, pues permite el análisis y la mejora de los procesos dentro de la organización.

Estas representaciones cuentan con los siguientes elementos:

- **Actividades.** Son las acciones específicas que se llevarán a cabo dentro de la logística de la organización (ventas, producción, *marketing*, recursos humanos, etc.).
- **Flujos de trabajo.** Organización y secuencia de actividades dentro de la organización (tareas y recurso).
- **Roles y responsabilidades.** Identificación de los roles, puestos de trabajo, asignación de las responsabilidades específicas (estructura organizacional).
- **Recursos.** Estos son necesarios para realizar las actividades (personal, equipos, tecnología, materiales o presupuestos).
- **Interacciones y relaciones.** Conexión entre las actividades y procesos internos (clientes, proveedores, socios comerciales, entre otros participantes interesados externos).
- **Resultados y metas.** Se definen los resultados esperados de cada proceso y cómo se relacionan con los objetivos, la misión y la visión de la organización.

A continuación, se refieren algunas de las herramientas más usadas para modelar una operación de negocios: 1) diagramas de flujo, 2) diagramas de procesos, 3) modelo de negocios Canvas (Business Modal Canvas),

“ Un modelo de negocios es una representación conceptual que explica cómo una organización produce, distribuye y captura valor

4) mapas de empatía, 5) modelos de procesos empresariales (BPM), 6) modelo de cadena de valor y 7) modelos de simulación.

La elección de alguna de estas herramientas dependerá de los objetivos específicos, la complejidad del negocio y las preferencias del desarrollador o modelador, por lo cual es importante la selección adecuada de esta herramienta que permita visualizar, de forma clara y precisa, los procesos y las interacciones dentro de las operaciones de negocios.

Errores comunes en el análisis de modelos de negocio

Los errores en el análisis de modelos de negocio son falta de comprensión del mercado, subestimación de los costos, sobreestimación de ingresos e ignorar la competencia.

Es importante tomar en cuenta estos errores, puesto que el éxito de la organización dependerá de un análisis adecuado al modelo de negocios que se pretende implementar y el impacto que tendrá en toda la organización.

Importancia de analizar los modelos de negocio

El análisis de los modelos de negocio es crucial para identificar oportunidades de mejora, fomentar la innovación y mantener una ventaja competitiva. Desde una perspectiva contable financiera, esto se traduce en optimizar la estructura de ingresos y costos, mejorar la eficiencia operativa y gestionar el riesgo financiero.

Un modelo de negocios tiene como finalidad brindar un panorama general del tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién irá dirigido y la forma como se conseguirán los ingresos.

Conclusión

El análisis de modelos de negocios desde una perspectiva contable financiera es una herramienta poderosa para la planificación y ejecución estratégica. Sin embargo, su efectividad puede verse limitada por la calidad de los datos disponibles y la capacidad de adaptarse a cambios rápidos en el entorno empresarial. Es esencial que las organizaciones revisen y actualicen continuamente sus modelos de negocio para mantenerse competitivas y relevantes en el mercado.

Hoy en día, cualquier empresa tiene un modelo de negocio, cuyo éxito depende de una serie de variables, y para ello es necesario conocer a fondo todos los elementos del modelo de negocio. [G](#)

- 1 Peiró, R. (24 de noviembre de 2022). Modelo de negocio. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html#:~:text=Sus%20or%C3%ADgenes%20se%20remontan%20al,A-mazon%2C%20Airlines%2C%20entre%20otras>
- 2 ConAvalSÍ (20 de septiembre de 2022). ¿Qué características debe tener una buena idea de negocio? *ConAvalSÍ*. <https://www.conavalsi.com/blog/que-caracteristicas-debe-tener-una-buena-idea-de-negocio>

Fuentes consultadas

- Balanko-Dickson, G. (2008). Cómo preparar un plan de negocios exitosos.
- Díaz, J. (20 de marzo de 2017). Negocios y emprendimiento.
- López Pérez, R. (2012). *Innovación del modelo de negocio: propuesta de un modelo holístico* (Tesis de Doctorado). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales-Universidad Autónoma de Madrid.
- MNC (2015). Modelo Nacional para la Competitividad. Versión para Micro y Pequeñas Organizaciones, del Premio Nacional de Calidad. INADEM, Secretaría de Economía.
- Molina Morejón, V. M., Armenteros Acosta, M. del C. y Medina Elizondo, M. (Coords.) (2014). *Modelo de negocios e innovación*. México: Editorial Plaza y Valdés.
- Quijano, G. (Marzo de 2013). Modelo Canvas: una herramienta para generar modelos de negocio. *Marketing & Finanzas*. <https://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios>
- Rua Mojica, L. F. (7 de octubre de 2017). Modelo de negocio Canvas. Ejemplo. *Slideshare*. <https://es.slideshare.net/luisrua31/modelo-denegociocanvasejemplo>
- Ricart, J. E. (2009). Modelo de negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia Business Review*, (23), 12-25. <http://www.negociosyemprendimiento.org/2013/12/aplicaciones-para-hacer-business-model-canvas-de-empresa.html>

La programación en el ciclo presupuestario en México

DR. C.A. Y C.P.C. NICOLÁS DOMÍNGUEZ GARCÍA
 Coordinador de Auditoría Financiera y de Cumplimiento de la Unidad de Auditoría Gubernamental en la Secretaría de la Función Pública
 nicolas.dominguez@funcionpublica.gob.mx /
 brunodgmx@yahoo.com.mx

Introducción

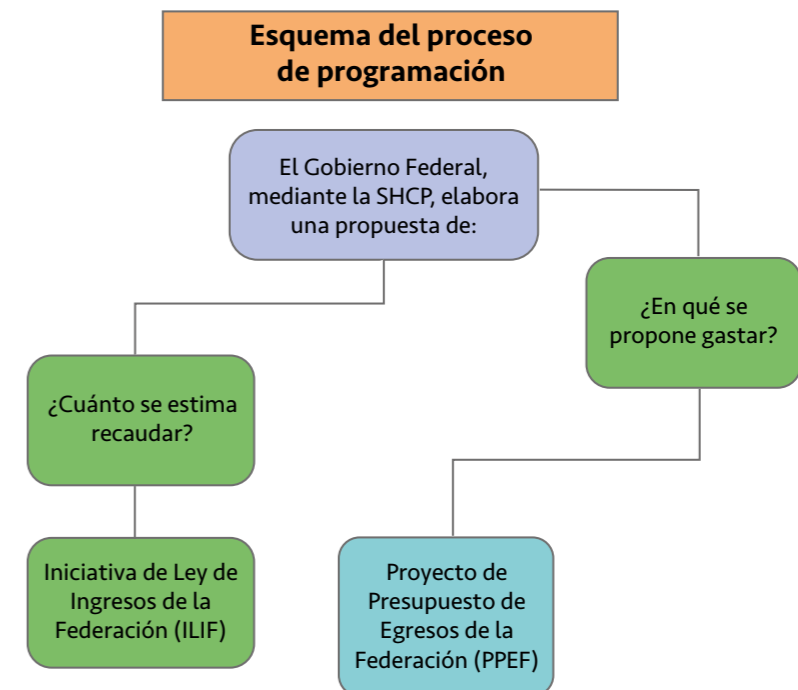
El ciclo presupuestario en México es un proceso importante para el ejercicio de los recursos públicos de la Administración Pública Federal (APF) y consta de siete etapas, iniciando con la planeación sexenal de los objetivos y metas por cumplir a largo plazo por el Gobierno Federal, para la posterior determinación anual de los programas presupuestarios, obtención, ejercicio y rendición de cuentas sobre los recursos públicos. En este artículo se describe lo relativo a la programación, que es la segunda etapa del ciclo presupuestario.

Es durante la etapa de programación que se especifican los programas presupuestarios que se llevarán a cabo y los recursos que serán necesarios para cumplir los objetivos previamente determinados de las dependencias y entidades del Gobierno Federal.

La programación en el ciclo presupuestario

En el ciclo presupuestario la etapa de programación comienza con la definición anual de los programas presupuestarios de cada una de las dependencias y entidades del Gobierno Federal. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), mediante la definición de la estructura programática, organiza y vincula en categorías y elementos programáticos, las acciones a realizar por los responsables de ejercer el gasto público, a fin de cumplir con los objetivos y metas del Plan Nacional de Desarrollo (PND). La estructura programática aprobada por la SHCP facilita el ordenamiento a mediano y largo plazo y permite prever el rendimiento esperado de los recursos públicos.

Una vez definidos los programas, el Gobierno Federal por conducto de la SHCP elabora la Iniciativa de Ley de Ingresos de la Federación (ILIF), en donde se estiman los ingresos que se esperan recaudar en el siguiente año fiscal; y el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación (PPEF), en el que se propone cómo se distribuirán estos recursos entre los diferentes programas presupuestarios. A continuación, se presenta el esquema del proceso de programación:

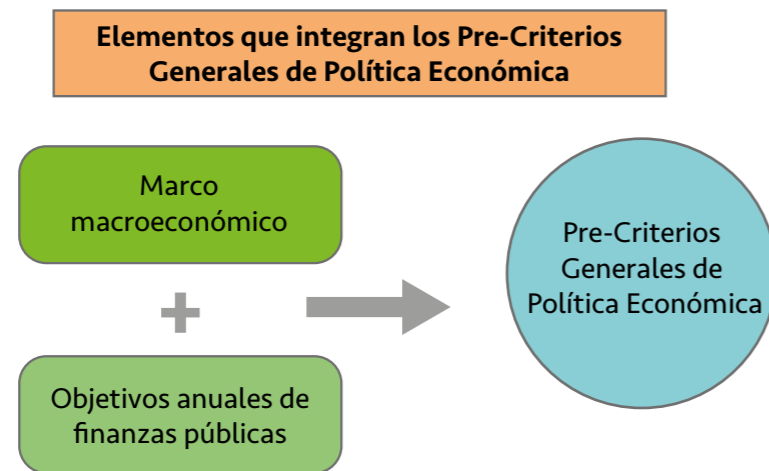


Fuente: elaboración propia con información de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2023). Estructura Programática a emplear en el Proyecto del Presupuesto de Egresos 2024. Gobierno de México. https://www.ppef.hacienda.gob.mx/work/models/PPEF/2024/estructura_programatica/1_EstructurasProgramaticas_paraPPEF2024.pdf

Como se ha mencionado, para que las dependencias y entidades de la APF puedan cumplir con sus metas y objetivos deben definir sus acciones con la estructura programática aprobada por la SHCP. La estructura programática refiere la aplicación del gasto en

categorías que comprenden funciones, subfunciones, programas, actividades institucionales, proyectos y entidades federativas; lo que posteriormente permitirá conocer el rendimiento esperado en el uso de los recursos públicos.

Es en esta etapa de la programación en donde la SHCP genera el documento de los Pre-Criterios Generales de Política Económica, el cual contiene los aspectos relevantes sobre el marco macroeconómico del país y los objetivos anuales de finanzas públicas, como se representa a continuación:

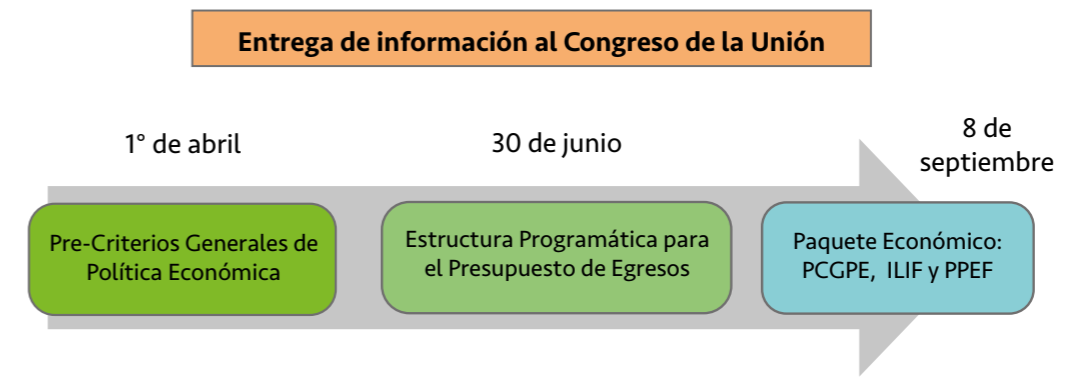


Fuente: elaboración propia con información de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2023). Estructura Programática a emplear en el Proyecto del Presupuesto de Egresos 2024. Gobierno de México. https://www.ppef.hacienda.gob.mx/work/models/PPEF/2024/estructura_programatica/1_EstructurasProgramaticas_paraPPEF2024.pdf

Con la entrega de los Pre-Criterios Generales de Política Económica (PCG-PE), se inicia el diálogo con el Congreso de la Unión sobre el proceso presupuestario para el siguiente ejercicio fiscal; ese documento se entrega a más tardar el 1° de abril de cada año.

Como parte de las actividades de programación, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (LFPRH), para la integración del PPEF, las dependencias y entidades deben revisar y actualizar sus estructuras programáticas, para su envío, a más tardar el 30 de junio de cada año, a la Cámara de Diputados.

La etapa de programación concluye cuando la SHCP presenta, a más tardar el 8 de septiembre de cada año, el Paquete Económico al Congreso de la Unión, con la propuesta de cuánto dinero se estima recaudar (ILIF), y cómo se propone distribuir esos recursos (PPEF). La línea de tiempo de entrega de información es la siguiente:



Fuente: Elaboración propia con base en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, *Diario Oficial de la Federación*, 30 de marzo de 2006 (última reforma publicada en el *DOF*: 17 de abril de 2024).

Por su relevancia, en la etapa de programación se deben tomar en cuenta los siguientes documentos que emite la SHCP:

- Disposiciones para la Programación y Presupuestación.
- Analíticos del Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación.
- Deflatores del Producto Interno Bruto (PIB).

Conclusión

La programación presupuestaria en México es un proceso esencial que requiere la participación de diversas instancias del gobierno para la definición de los programas y proyectos a los que se autorizarán los recursos públicos y los plazos para su realización.

La programación presupuestaria no es simplemente un asunto administrativo, sino el resultado de un largo proceso de discusión y análisis que busca garantizar el uso eficiente y transparente de los recursos públicos. Esta etapa del ciclo presupuestario es fundamental para el desarrollo económico y social del país, ya que es en donde se determina cómo se asignarán los recursos para satisfacer las necesidades y prioridades nacionales.🔗

Fuentes consultadas

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, *Diario Oficial de la Federación*, 5 de febrero de 1917 (última reforma publicada en el *DOF*: 22 de marzo de 2024).

Ley de Planeación, *Diario Oficial de la Federación*, 5 de enero de 1983 (última reforma publicada en el *DOF*: 8 de mayo de 2023). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LPlan.pdf>

Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, *Diario Oficial de la Federación*, 30 de marzo de 2006 (última reforma publicada en el *DOF*: 17 de abril de 2024). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPRH.pdf>

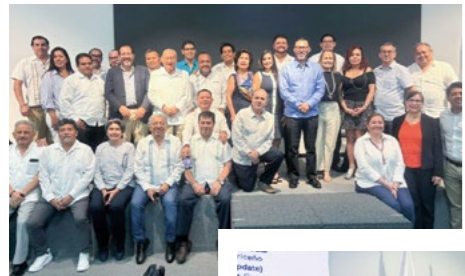
Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, *Diario Oficial de la Federación*, 28 de junio de 2006 (última reforma publicada en el *DOF*: 13 de noviembre de 2020). https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LFPRH_131120.pdf

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2023). Estructura Programática a emplear en el Proyecto del Presupuesto de Egresos 2024. Gobierno de México. https://www.ppef.hacienda.gob.mx/work/models/PPEF/2024/estructura_programatica/1_EstructurasProgramaticas_paraPPEF2024.pdf

SHCP. Transparencia Presupuestaria. <https://www.transparenciapresupuestaria.gob.mx/Ciclo-Presupuestario>

XXXVII Convención Regional Centro-Istmo-Peninsular Mérida 2024

29 al 31 de mayo. La ciudad de Mérida, Yucatán, fue el escenario de la XXXVII Convención Regional Centro-Istmo-Peninsular. La inauguración estuvo encabezada por nuestro Presidente, el C.P. PCFI Héctor Amaya, y el Vicepresidente de la RCIP, el C.P.C. Daniel Echeverría, junto con autoridades gubernamentales del estado. Durante el evento, se realizaron actividades técnicas y sociales con el objetivo de elevar el conocimiento y fomentar la convivencia entre nuestros asociados. ¡Muchas felicidades por esta extraordinaria reunión!



52 Convención Regional del Noroeste Sonora 2024

5 al 7 de junio. Con la presencia de nuestro Presidente, el C.P. PCFI Héctor Amaya, se inauguró la 52 Convención Regional del Noroeste, en Sonora. Con el tema central "La construcción de un futuro sólido y prometedor para la Contaduría Pública", se realizaron conferencias y mesas de trabajo en las cuales participaron los asociados de las Federadas de esa región. El IMCP reconoció al Vicepresidente Regional, el C.P.C. Guillermo Williams, así como al Colegio de Contadores Públicos de Sonora por la organización de este evento.

6ª Sesión de la CROSS Nacional, CROSS RCIP y CROSS Yucatán

29 de mayo. En el marco de la XXXVII Convención RCIP y en apoyo al programa Jóvenes IMCP, se realizó la 6ª sesión de trabajo de la CROSS, con un alcance nacional, regional y local. En este evento, el L.C. y PCFI Rolando Silva Briceño, Vicepresidente de Fiscal; el C.P. PCFI Edgar Enríquez Álvarez, Presidente de la CROSS Nacional; la Lic. Diana Bernal Ladrón de Guevara y el L.C. Eduardo López Lozano compartieron sus visiones con 15 universidades y Federadas de diferentes regiones del IMCP, conectados de manera virtual, lo cual permitió una audiencia de más de 500 personas. Seguimos trabajando en favor de nuestros estudiantes.



LXIII Asamblea Nacional de la ANFECA

19 al 21 de junio. Nuestro Presidente, el C.P. PCFI Héctor Amaya, participó en la inauguración de la LXIII Asamblea Nacional de la ANFECA, celebrada en la Universidad Autónoma de Nayarit. Reconocemos su valiosa contribución y liderazgo en este importante evento, que fortalece la colaboración académica y profesional en el ámbito contable.

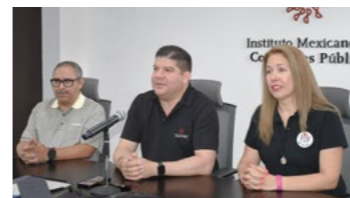


Evento anual de la Academia de Estudios Fiscales - "Paradigmas tributarios en el sistema fiscal mexicano"

20 de junio. El C.P. PCFI Héctor Amaya, Presidente del IMCP, dirigió un mensaje a la Academia de Estudios Fiscales durante su evento anual "Paradigmas tributarios en el sistema fiscal mexicano", en conmemoración de su 55 aniversario. El evento contó con la participación del Vicepresidente de Fiscal, L.C.P. y PCFI Rolando Silva Briceño, y el Vicepresidente de Relaciones y Difusión, el C.P.C. Rodolfo Servín. Reconocemos a la Academia por su valiosa contribución y compromiso con el desarrollo de la Contaduría Pública.

75 aniversario del Colegio de Contadores Públicos de México

20 de junio. El Colegio de Contadores Públicos de México (CCPM) celebró su 75 aniversario. Con la presencia de nuestro Presidente, el C.P. PCFI Héctor Amaya; el Presidente del CCPM, el C.P.C. Adolfo Ramírez; expresidentes, asociados y colaboradores se llevó a cabo una cena gala, donde presentaron su libro conmemorativo. El IMCP reconoce el trabajo de sus fundadores y la dedicación de varias generaciones de Contadoras y Contadores que han aportado conocimientos y experiencia a esta Federada. ¡Muchas felicidades!



"Un día por tu Colegio"

22 de junio. Con gran entusiasmo, se celebró la jornada "Un día por tu Colegio", la cual unió a 33 Colegios Federados en un esfuerzo voluntario para mejorar instalaciones y fomentar la convivencia. Nuestro Presidente, el C.P. PCFI Héctor Amaya, destacó el entusiasmo y la dedicación de los participantes, resaltando la unión y el trabajo en equipo como distintivos de nuestra profesión. ¡Gracias a todos por su contribución!

8ª Junta del CEN

28 de junio. Con el objetivo de revisar avances y alcanzar juntos los objetivos estratégicos del IMCP, se celebró la 8ª Junta del Comité Ejecutivo Nacional (CEN), en la ciudad de Tijuana, Baja California. Agradecemos al Colegio de Contadores Públicos de Baja California por su valioso apoyo como anfitriones de este importante evento. Seguimos trabajando y trazando líneas de acción para continuar siendo la principal organización de la Contaduría en nuestro país.



Cambiar vidas

Otro de nuestros compromisos sociales

PROF. Y C.P.C. ENRIQUE ZAMORANO GARCÍA

Maestro Emérito del IPN

Integrante de la Comisión Mixta de Educación (COMMED) del IMCP
enriquezamorano32@gmail.com

“Busco trabajo” es la frase que a veces escuchamos de las personas que llegan a la Fundación ProEmpleo, con la esperanza de resolver su situación de pobreza.

El desempleado ha pasado previamente por un largo y penoso proceso: todas las mañanas ha salido de su hogar “armado” con cientos de ejemplares de su currículum para entregarlos a los centros de reclutamiento, con la ilusión de que pronto lo llamarán para concederle una entrevista y, al fin, obtener el anhelado empleo. Después de la larga espera sin ver resultados, termina su búsqueda con una sensación de impotencia, falta de derechos, depresión, humillación, familia desintegrada y autoestima muy lastimada.

Conseguir trabajo es una verdadera hazaña que puede en ocasiones destruir a la persona. En este contexto acuden a Fundación ProEmpleo, una institución cuya misión es impulsar a las personas que desean lograr una vida más digna y productiva, mediante capacitación y asesorías para el autoempleo y creación o mejora de microempresas. El aumento del desempleo trajo aparejado un recrudecimiento de la pobreza, que muchos intentan combatir migrando hacia otros países con mejores perspectivas.

Este fenómeno de creciente desempleo y pauperización favorece grandemente las migraciones; quienes ya no tienen esperanza de mejorar su calidad de vida, y sienten, además que ni siquiera pueden aspirar a mejorar la calidad de vida de sus hijos, son candidatos ideales para “intentar suerte en otra parte”, y arriesgan todo para pasar la frontera... hasta su propia vida.

Con frecuencia, los refugiados, los migrantes y los desplazados internos en los países de origen, tránsito y destino, sufren abandonados, sin oportunidad de mejorar su situación en la vida o en la de su familia. Peor aún, miles son interceptados en el mar y devueltos a la fuerza a campos de detención donde enfrentan torturas y abusos. Muchos son víctimas de la trata, la esclavitud sexual o el trabajo forzado, explotados en labores degradantes, sin un salario justo. ¡Esto es intolerable, sin embargo, hoy es una realidad que muchos ignoran intencionalmente!

Los migrantes, en realidad, tienen motivaciones múltiples y ambiguas. Cuando la migración definida como un movimiento que es consecuencia de un deseo de mejoramiento económico, casi estamos observando gente que trata de mejorar su estándar de vida, por lo menos tal como ellos lo perciben.

Al hablar de la crisis financiera, el mundo no debe olvidar que existen 1,300 millones de personas que viven con menos de un dólar por día o que otros 3,000 millones de personas no disponen de más de dos dólares diarios para vivir, destacó James Wolfensohn, en su calidad de presidente del Banco Mundial, quien señaló que además de la crisis financiera existe otra crisis: la pobreza.

Desarrollo y capacitación

Para alcanzar estos fines Fundación ProEmpleo les ofrece un taller de cinco módulos:

1. El primero se dedica al desarrollo humano, a elevar su autoestima y la confianza para salir adelante por sí mismos.
2. En el segundo se imparten temas diseñados para la producción de temas delineados para la producción de buena calidad en pequeña escala, comercialización de la pequeña producción, planeación estratégica y organización de microempresas.
3. El tercero contiene temas legales, fiscales, contabilidad elemental y finanzas.
4. El cuarto se dedica a estrategias de ventas y simulador de negocios.
5. El quinto, la Responsabilidad Social Empresarial, para comprender la importancia de la conciencia social y ambiental en los negocios.

Al terminar esta capacitación, las personas emprendedoras asesoradas por expertos elaboran su plan de negocio, el cual, si así lo desean pueden tomar asesorías personalizadas y especializadas para iniciar

su pequeña empresa en “Incubadora de Empresas” o la mejora en el Centro de Desarrollo Empresarial.

“La productividad independiente de millones de pequeñas empresas genera más empleos y valor agregado por dólar invertido. Es una forma de organización más económica y flexible”, dice Gabriel Zaid.

Muhammad Yunus es fundador del Banco Grameen en Bangladesh (conocido como el banco de los pobres) e inventor de los microcréditos. Yunus daba clases en una de las universidades de Bangladesh y hacía estas reflexiones: “No sienta bien, no es agradable enseñar economía en el aula, explicarles a los alumnos las elegantes teorías y cómo pueden resolver todos los problemas económicos para salir y no ver más que hambre...” y agrega: “Sentí que quizá podía hacer algo: podía ser sencillamente un ser humano y ser útil a otro ser humano. No se necesita un certificado para ser útil a otro ser humano, y no se tiene que leer libros de texto para hacerlo. Una relación de humanidad es suficiente para ello”. Muhammad ha demostrado la validez de su pensamiento beneficiando a millones de personas, y en muchas partes del mundo ya se han creado bancos similares al de Grameen.

He tenido la oportunidad de estar en juntas de la Comisión de Evaluación de Proyectos de la Fundación ProEmpleo, a las que las personas emprendedoras presentan personalmente sus propios proyectos para recibir orientación de personas voluntarias que forman parte de esa comisión. Observar la ilusión que se genera en las personas emprendedoras fue lo que me llevó a involucrarme en Fundación ProEmpleo.

Para ellos parecía un milagro que algunas personas expertas en empresas se interesaran realmente en su idea de constituir su propio negocio y lo consideraran viable y factible. Para mí fue una gran sorpresa presenciar el cambio que se había generado en esas personas y pude comprender, una vez más, que cambiar vidas es nuestro compromiso hacia la sociedad y los emprendedores que han pasado por Fundación ProEmpleo están muy orgullosos de haber cambiado sus vidas y de sus familias.

Desde 1994 esta institución ha funcionado con éxito con el ejemplo de la idea de echar a andar un negocio, el cual puede asustar a la gente, pero cuando se les presenta de forma concreta todo les parece más sencillo, tienen una visión a más largo plazo e intentan salir, de una manera sistemática, de la situación de pobreza en que se encuentran. Esta fundación ha capacitado a más de 122 mil personas, logrando iniciar y mejorar más de 17,000 empresas, las cuales han generado 103 mil empleos. Y lo más importante es que

estas empresas continúan abiertas en 85% después de dos años de operación, cuando la estadística nacional indica que 75% fracasa durante los dos primeros años de operación.

A nosotros, Contadores Públicos, ¿qué nos queda hacer frente al problema de desempleo que es motivo de tanta preocupación? En un artículo anterior, publicado por *Veritas*, decía que por nuestra propia actividad profesional ya estamos sobre el terreno de servir a la sociedad. Pero estamos ahí para algo más que promover el desarrollo de negocios. Estamos ahí pensando en cómo podemos ayudar a resolver los fenómenos de desempleo y pobreza que hemos señalado, cómo podemos ayudar a construir un nuevo mundo.

Responsabilidad social

Cambiar vidas es otro de nuestros compromisos con la sociedad. Integramos una profesión socialmente responsable. Y estamos organizados en instituciones socialmente responsables. A pesar de que puede considerarse que las instituciones que agrupan a los profesionistas trabajan en beneficio de sus miembros, también lo hacen en beneficio de la sociedad.

La profesión de la Contaduría Pública, por ejemplo, demostró su responsabilidad social cuando el Colegio de Contadores Públicos de México organizó una campaña denominada El Rostro Humano de la Contaduría Pública, para promover entre sus miembros el compromiso de hacer donativos periódicos en favor de la niñez mexicana económicamente desprotegida.

El Colegio de Contadores Públicos de México ha mostrado altos ideales a lo largo de su historia, de eso no hay duda. La viabilidad económica de la Fundación es un punto clave. En principio esto debe significar una contribución apropiada de sus donadores. Si ellos no tienen un compromiso con el éxito de la Fundación ProEmpleo, no habrá tal.

En esta ocasión, una vez más recurrimos a la generosidad de los Contadores Públicos para que apoyemos a la Fundación ProEmpleo en su elevado propósito. ||

Don Alfredo Achar Tussie

Dr. Honoris Causa

otorgado por la Universidad Anáhuac México

En la lectura solemne de su semblanza se menciona su experiencia en los negocios y se reconoce como uno de los grandes filántropos del país, siendo líder indiscutible que promueve el desarrollo social en México y América Latina, mediante la creación de programas sociales que han mejorado las condiciones de vida de las personas y motivado la creación de empresas y recursos.

Impactos contables al cierre de estados financieros

L.C.C. Y MTRD. JOSÉ LONGINOS DEL CARMEN GONZÁLEZ SÁNCHEZ
Presidente de la Comisión de Normas de Información Financiera del IMCP
jose.longinos@agenta.mx

La Comisión de Normas de Información Financiera (CONIF) presenta la nueva edición de libro *Impactos contables de acuerdo con NIF para el cierre de estados financieros 2023*. El texto contempla lo que la CONIF considera necesario tener presente al preparar estados financieros, todo ello con estricto apego a las Normas de Información Financiera y al enfoque técnico de la Comisión, por lo que resulta no solo en un contenido descriptivo, sino en un libro en que se asientan observaciones a cada tema y elementos que pueden contribuir al juicio profesional de los lectores, además de los ejemplos ilustrativos y casos que se integran.

Es importante señalar que por haber sido preparado por un cuerpo colegiado como lo es la CONIF, el libro puede ser de mucha ayuda a quienes buscan un punto de vista de valor en dónde apoyar sus decisiones.

En esta edición aparece la referencia al año 2023, sin embargo, es absolutamente vigente e incluso observa temas que entrarán en vigor más adelante, como es el caso de las Normas de Información de Sostenibilidad (NIS), lo cual es de relevancia en el actual entorno económico, social y ahora también de carácter regulatorio, lo que impactará a las entidades en cuanto a lo que requerirán en adelante, tanto en la disposición de tiempo como de recursos económicos e integración de información, siendo prioridad para Contadores a fin de mantenerse actualizados para ser eje de conciencia e identificación de necesidad e implicaciones de las entidades sostenibles. Al respecto se analizan los antecedentes de estas disposiciones, lo que sucede en el mundo en la materia, así como los elementos más trascendentes de las NIS, por lo que es primordial que los Contadores se anticipen a la comprensión de estas para su correcta aplicación en el futuro, ya que esta información se añadirá a los estados financieros básicos.

Uno de los capítulos que se adicionan al libro es el de Eventos catastróficos y reforma al impuesto

internacional, aquí se observa el impacto que causan en la información financiera situaciones que afectan a una entidad y que pueden ser de diversa índole, como sismos, huracanes, guerras o incluso violencia que sufren las empresas; motivo por el que se analizan los rubros en que esto tiene efecto y las posibles consecuencias en resultados.

En el libro se contempla lo siguiente:

1. Normas de Información sobre Sostenibilidad

- 1.1 Antecedentes ASG (Ambiental, Social y Gobierno Corporativo)
- 1.2 Antecedentes del reporte de sostenibilidad y del reporte integrado
- 1.3 Desarrollo de normas de sostenibilidad a nivel mundial
- 1.4 Desarrollo de normas de sostenibilidad en México
- 1.5 Normas Internacionales de Sostenibilidad emitidas por el ISSB
- 1.6 Guía de Indicadores básicos de sostenibilidad (IBSOS) desarrollada por la UNCTAD y el ISAR

2. Eventos catastróficos y reforma al impuesto internacional

- 2.1 El efecto de eventos catastróficos
- 2.2 Reformas al impuesto internacional (Pilar 2)

3. Mejoras a las Normas de Información Financiera 2024

4. Nuevo Marco Conceptual

- 4.1 Antecedentes
- 4.2 Convergencia
- 4.3 Principales cambios por capítulo
 - 4.3.1 Capítulo 10. Estructura de las Normas de Información Financiera
 - 4.3.2 Capítulo 20. Postulados básicos
 - 4.3.3 Capítulo 30. Objetivos de los estados financieros

- 4.3.4 Capítulo 40. Características cualitativas de los estados financieros
- 4.3.5 Capítulo 50. Elementos básicos de los estados financieros
- 4.3.6 Capítulo 60. Reconocimiento
- 4.3.7 Capítulo 70. Valuación
- 4.3.8 Capítulo 80. Presentación y revelación
- 4.3.9 Capítulo 90. Supletoriedad

5. Consideraciones generales sobre activos, pasivos y capital contable

- 5.1 Efectivo y equivalentes de efectivo
- 5.2 Cuentas por cobrar
- 5.3 Inventarios
- 5.4 Pagos anticipados
- 5.5 Propiedades, planta y equipo
- 5.6 Provisiones, contingencias y compromisos
- 5.7 Impuestos a la utilidad
- 5.8 Revisiones de deterioro
- 5.9 Capital contable
- 5.10 Partes relacionadas
- 5.11 Propiedades de inversión
- 5.12 Acuerdos conjuntos
- 5.13 Criptomonedas

6. Consideraciones generales sobre resultados

- 6.1 Ingresos por contratos con clientes
- 6.2 Costos por contratos con clientes
- 6.3 Tratamientos fiscales inciertos
- 6.4 Arrendamientos
- 6.5 Diferencias de la NIF D-5, *Arrendamientos*, respecto a la NIIF 16

7. Consideraciones generales sobre estados financieros

- 7.1 Estado de resultados y estados de resultado integral
- 7.2 Estado de flujos de efectivo
- 7.3 Estado de cambios en el capital contable
- 7.4 Utilidad por acción
- 7.5 Evaluación de estimaciones críticas
- 7.6 Adquisiciones de negocios
- 7.7 Hechos posteriores

8. Consideraciones generales sobre instrumentos financieros

- 8.1 Revelaciones sobre la administración de riesgos financieros
- 8.2 Consideraciones contables en la reestructura de deudas (NIF C-19)

8.3 Requerimientos en las normas de instrumentos financieros

El texto será de utilidad para quienes deseen fortalecer sus conocimientos y mantenerse vigentes con los conocimientos necesarios para el adecuado ejercicio profesional, también será de interés para quienes deseen acercarse a las NIF, actualizarse en materia contable o busquen un texto para acceder a temas contables de forma asequible y con sustento normativo, además de que podrán obtener un punto de vista de una comisión nacional. En materia de enseñanza, el libro puede ser de utilidad para entender la razón de ser de algunos temas normativos y resaltar aquellos elementos que son necesarios más allá de un enfoque meramente académico, lo que sumaría aspectos de la práctica profesional al conocimiento de los educandos.

La CONIF tiene entre sus prioridades contribuir a la profesión al brindar elementos técnicos a los Contadores a fin de que puedan mejorar a las entidades y, por lo tanto, a la sociedad en general, por lo que esperamos que este libro ayude a ese fin. ||

Adquiere esta obra de la
Comisión de Normas de Información Financiera



Disponibles en: **Tienda en línea**
Librería Tabachines

Informes
libreria@imcp.com.mx
informes@imcp.org.mx

Implicaciones fiscales derivadas de invertir en proyectos *tokenizados* en protocolos descentralizados del extranjero

MTRO. VÍCTOR M. MALDONADO ALCÁNTARA

Integrante de la Comisión Nacional de Tecnologías Financieras y Emergentes
Socio fundador de VMEQ Advisory, S.C.
vmaldonado@vmeotaxadvisory.com

Introducción

La *tokenización* de activos ha revolucionado el mundo de las inversiones al permitir a los inversionistas participar en proyectos financieros, inmobiliarios y *on-chain*¹ por medio de la adquisición de *tokens* digitales. Este proceso implica representar derechos económicos sobre activos físicos o digitales mediante la emisión de *tokens* registrados en una *blockchain*, democratizando así el acceso a inversiones que antes no se consideraban líquidas o poseían un mínimo de inversión.

Asimismo, es importante considerar las implicaciones fiscales y legales que pueden surgir al promover este tipo de proyectos en México, tanto para los inversionistas como para los fundadores. En este sentido, es crucial explorar un aspecto poco abordado en el universo de la *tokenización*: las consecuencias de invertir en proyectos financieros por medio de la emisión de *tokens* en el extranjero mediante protocolos de Organizaciones Autónomas Descentralizadas (DAO, por sus siglas en inglés). Estos protocolos pueden ofrecer nuevas oportunidades de inversión, pero también plantean desafíos regulatorios y legales que deben ser considerados para garantizar la transparencia y seguridad de las transacciones.

Organizaciones Autónomas Descentralizadas

Las DAO son organizaciones horizontales, sin personalidad jurídica, compuestas por individuos o entidades que buscan un fin económico o social y que funcionan mediante la toma de decisiones por parte de los participantes de manera colectiva y sin una pirámide

de jerarquía con un dueño o directores, mediante la ejecución de uno o más contratos inteligentes o Smart Contracts; es decir, mediante la automatización de tareas que se ejecutan sin la intervención humana, por medio de algoritmos basados en la *blockchain*.

Una DAO exitosa es el *Exchange* descentralizado denominado UNISWAP, que cuenta con un volumen de operación histórico de más de 2 billones de dólares americanos.² Hasta ahora, hay más de 25 billones de dólares americanos propiedad de DAO y más de 12,000 DAO, siendo la mayoría construidas en la red de Ethereum,³ una de las cadenas de bloques más importantes del ecosistema *crypto*, que permite la creación de estándares de contratos inteligentes de diversas clases y con distintos objetivos específicos.

Así pues, una inversión en una DAO por parte de un residente fiscal en México conlleva tener en cuenta que es altamente probable que esa inversión se lleve a cabo en una figura jurídica sin personalidad jurídica propia⁴ y que, posiblemente, ofrece algún tipo de beneficio económico a futuro por esa inversión, lo cual, en términos generales puede traducirse en una reevaluación del *token* para su posterior venta o, incluso, en el pago de beneficios a los tenedores de *tokens*.

La pregunta es, ¿qué régimen fiscal le debe aplicar a un contribuyente residente en México por esta inversión?

Aspectos fiscales relevantes

En términos del artículo 1º de la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), las personas físicas y morales residentes en México para efectos fiscales están obligadas a acumular los ingresos del Impuesto Sobre

la Renta (ISR) respecto de todos sus ingresos, sin importar la fuente de riqueza de donde provengan.

El artículo 4-B de la ley antes mencionada establece, entre otros aspectos, que los residentes en México y en el extranjero con establecimiento permanente en el país, por los ingresos atribuibles al mismo, están obligados a pagar el ISR, de conformidad con esta ley, por los ingresos que obtengan por medio de figuras jurídicas transparentes, sin importar su tratamiento fiscal en el extranjero, en la proporción que les corresponda, conforme al título de la ley que les resulte aplicable, esto es, sin son personas físicas o personas morales en el mismo año calendario en que se generen.

Para tales efectos, los contribuyentes podrán efectuar la deducción por los gastos e inversiones que realizó la figura jurídica siempre que sean deducibles de conformidad con el título de la LISR y con las reglas de carácter general que emita el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

A su vez, el artículo 4-A indica que se consideran figuras jurídicas extranjeras, los fideicomisos, las asociaciones, los fondos de inversión y cualquier otra figura jurídica similar del derecho extranjero, siempre que no tengan personalidad jurídica propia.

Estas figuras son transparentes fiscales, cuando no sean residentes fiscales para efectos del ISR, en el país o jurisdicción donde estén constituidas ni donde tengan su administración principal de negocios o sede de dirección efectiva, y sus ingresos sean atribuidos a sus miembros, socios, accionistas o beneficiarios.

El artículo 4-B en comentario señala la obligación para los residentes en México, de reconocer los efectos fiscales que se deriven por los ingresos que se obtengan por medio de figuras jurídicas extranjeras transparentes, en la proporción que les corresponda por su participación en ellas.

Los ingresos obtenidos se considerarán generados por los contribuyentes, aun cuando la figura jurídica extranjera no distribuya o entregue los ingresos, así como los impuestos pagados mediante las figuras jurídicas extranjeras se considerarán pagados por el contribuyente, en la misma proporción en que hayan acumulado el ingreso de esa figura.

El ISR, que haya sido pagado en el extranjero a nivel figuras jurídicas extranjeras, podrá ser acreditado por el contribuyente en los términos del artículo 5 de esta ley y demás disposiciones fiscales aplicables.

Por consiguiente, como la DAO no es una figura jurídica que tenga una organización corporativa típica resulta complejo idear la forma en la que le proporcionaría información financiera a un inversionista; lo anterior, sin considerar que, en la gran mayoría de los casos, las inversiones se efectúan en criptoactivos, cuya volatilidad es muy alta.

Obligaciones formales

Participar en una DAO desencadena una serie de obligaciones formales, entre ellas, las siguientes:

- Llevar un registro de cuentas de control de la DAO;
- Llevar contabilidad en español y en moneda nacional de la DAO en México y mantener a disposición de las autoridades fiscales la misma de la entidad extranjera y
- Presentar la declaración informativa a que se refiere el artículo 178 de la LISR.

Como podemos observar, existen obligaciones formales que, dada la naturaleza de las DAO, resultan sumamente difíciles o imposibles de cumplimiento, como lo sería la presentación de la declaración informativa antes señalada con datos que sencillamente no existen, por ejemplo, el domicilio o país de residencia de una figura jurídica, o bien el número de identificación fiscal.

Lo anterior conlleva a que el régimen antes descrito no es un régimen que pueda ser cumplido en la mayoría de los casos bajo las reglas fiscales actuales, por lo que resulta deseable que los legisladores comiencen a dirigir su atención a los aspectos fiscales derivados del mundo de las inversiones en el ecosistema de una *blockchain* y que, idealmente, sean parte de una reforma fiscal integral que tanto necesita nuestro país en el corto o mediano plazo. ||

- 1 Proyectos desarrollados dentro del ecosistema del "mundo de los criptoactivos".
- 2 Lindrea, B. (5 de abril de 2024). Uniswap supera los USD 2 billones en volumen de operaciones. *Cointelegraph en Español*. <https://es.cointelegraph.com/news/uniswap-tops-two-trillion-trading-volume>
- 3 Moscoso, A. (17 de abril de 2023). La tributación de las DAO: dudas y oportunidades. *Cinco Días*. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2023/04/14/legal/1681464984_059262.html
- 4 Es importante aclarar que, dados ciertos casos legales ocurridos en EE.UU., existen estados (como Wyoming, Utah, Vermont o Tennessee) e incluso otras jurisdicciones como la República de Islas Marshall en donde se dota de personalidad jurídica a las DAO constituyendo una entidad con personalidad jurídica propia para efectos legales, cuyos aspectos fiscales por cuestiones de espacio, no serán analizados en el presente artículo, pero son examinados en el libro *Criptoactivos: aspectos financieros, contables, fiscales y de prevención de lavado de dinero*, publicado por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Ética impecable

Pilar de la integridad de los Contadores Públicos

DR. JOSÉ ANTONIO CASANOVA RIVERA

Profesor-investigador de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
lcp_jacr@hotmail.com

ISAMAR PÉREZ HERNÁNDEZ

Alumna del séptimo semestre de la Lic. en Contaduría Pública de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
hisamar272@gmail.com

Principios del Código de Ética Profesional

El Contador Público es un profesional cuya función es la de "proporcionar información financiera a las entidades económicas, mediante la creación de servicios de consultoría, auditoría e impuestos, y por medio de la reflexión, análisis y síntesis, emitir juicios para la toma de decisiones, contribuyendo al desarrollo de las organizaciones y de la sociedad".¹

Ser ético implica mantener los valores fundamentales en la profesión, por eso, el Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP) dispone del Código de Ética Profesional que fortalece los principios con los que debe mantenerse un Contador Público en el ámbito laboral.

¿Por qué ser éticos en la profesión contable? Porque se mantienen los estándares de confianza ante la sociedad mostrando así la calidad de la profesión contable.

¿Qué es el Código de Ética Profesional? Son las normas, los principios y los procedimientos que se establecen para que el Contador Público actúe de manera correcta durante el uso de su cédula profesional.

El Código de Ética Profesional del IMCP es uno de los más emblemáticos, por lo tanto, ha tenido una evolución que se remonta desde 1925 que fue establecido como un Reglamento de Ética Profesional que contenía veintidós artículos.²

En la actualidad, dicho código cuenta con su décima segunda edición, se divide en seis partes que contienen 1100 secciones y fue adaptado para las necesidades de la profesión contable.

Además, está integrado por cinco principios fundamentales, los cuales son:

1. **Integridad:** el Contador Público debe ejercer la profesión de manera justa y honrada sin desprestigiar la profesión.
2. **Objetividad:** el Contador Público debe actuar de manera correcta sin comprometer su juicio profesional, el cual es la experiencia profesional que ha obtenido desde su desempeño en los ámbitos público y privado.
3. **Diligencia y competencia profesional:** el Contador Público debe poseer las habilidades, las competencias y el conocimiento necesario para ejercer su profesión en el campo laboral.

4. **Confidencialidad:** los Contadores muestran lealtad actuando de manera ética; por lo tanto, en ninguna circunstancia deben revelar información para su beneficio o el de terceros.
5. **Comportamiento profesional:** el Contador Público debe cumplir con las normativas y regulaciones establecidas por las leyes vigentes, así como con los procedimientos establecidos por los organismos y entidades reguladoras.

El Contador Público desempeña funciones fundamentales para la toma de decisiones en una institución u organización, por lo tanto, ser ético es sinónimo de lealtad y de compromiso. Sin embargo, en diversas circunstancias la profesión ha sido desprestigiada por fraudes o falta de compromiso. Por ello, el IMCP ha emitido las normas necesarias para eliminar acciones que perjudiquen la integridad de los Contadores Públicos.

Si bien un compromiso personal es ser ético en la profesión, también es una obligación con la sociedad, porque los Contadores aportan y contribuyen al mejoramiento y cumplimiento de las obligaciones fiscales que contraen las personas físicas y morales en el territorio nacional. No obstante, se les pueden presentar amenazas que atentan contra sus principios fundamentales, principalmente la integridad; estas se detectan antes, durante y después de ejercer la profesión, debido a que influyen en su comportamiento e integridad.

Por ejemplo, la amenaza de interés personal se presenta durante la aplicación y ejecución de la revisión contable, debido a que influye en el comportamiento profesional y toma de decisiones; por lo anterior, el Contador Público debe mantener la confidencialidad y la integridad para preservar el prestigio de la profesión.

Los Contadores deben ser íntegros y transparentes cuando realicen trabajos de revisión, así como tomar decisiones siendo objetivos y presentar datos verdaderos, de acuerdo con el código de ética. Si se realiza lo contrario pueden crear la amenaza de interceder por el cliente o alguna entidad. Igualmente, deben evitar la influencia indebida de terceras personas que pueda perjudicar de manera inapropiada su actuar, lo cual origina la amenaza de familiaridad.

Como se puede ver, el Contador Público tiene una función importante no solo en el ámbito laboral, sino también en el educativo, porque alienta e inspira a los futuros profesionales a desempeñarse de manera ética, y mantiene los principios fundamentales que dispone el Código de Ética Profesional. La profesión contable se debe honrar y cuidar.

Conclusión

La ética debe ser impecable en los profesionales de la Contaduría para mantener la confianza en los ámbitos público y privado, pues ayuda a estar alertas frente a las amenazas que surgen en el ejercicio de las actividades profesionales. Es crucial destacar que la toma de decisiones en las entidades gira en torno a la contabilidad y el registro de las transacciones, aspectos en los cuales los Contadores Públicos deben poseer, estar familiarizados y actuar de acuerdo con los principios fundamentales establecidos por el Código de Ética Profesional del IMCP. ||

1 Celaya Figueroa, R., López Parra, M. E., y Aceves López, J. N. (2008). Ética docente del contador público: un análisis comparativo internacional. *Cuadernos de Contabilidad*, 9(24).

2 Torres Sánchez, H. (Mayo de 2014). Evolución del Código de Ética del IMCP. *Contaduría Pública*, pp. 30-32. <https://contaduriapublica.org.mx/2014/05/05/evolucion-del-codigo-de-etica-del-imcp/>

La revolución de la Inteligencia Artificial en la profesión contable

DRA. SYLVIA MELJEM ENRÍQUEZ DE RIVERA
Directora del Departamento Académico de Contabilidad
y del Centro de Vinculación e Investigación Contable (CEVIC)
Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)
smeljem@itam.mx

La Inteligencia Artificial (IA) ya no es un concepto futurista, es una realidad que está transformando todas las industrias y también el mercado laboral a un ritmo sin precedentes, y aunque ofrece enormes beneficios en términos de eficiencia y productividad, al mismo tiempo supone una amenaza significativa para determinados tipos de puestos de trabajo.

Los empleos, que es probable que la IA sustituya primero, son aquellos centrados en las funciones que implican tareas rutinarias y estructuradas, fácilmente automatizables por sistemas inteligentes; en este sentido, una de las primeras categorías laborales para ser sustituida es la introducción de datos y las tareas administrativas, ya que la IA se destaca en el procesamiento y la organización de grandes cantidades de datos, de forma rápida y precisa, lo cual hace que las funciones centradas en la introducción de datos, el escaneado de documentos y la clasificación de la información sean muy vulnerables.

Estas tareas son repetitivas y basadas en reglas, por lo tanto, son candidatas ideales para la automatización debido a que los sistemas inteligentes pueden introducir, organizar y gestionar datos de forma más eficiente que los humanos, reduciendo errores y liberando tiempo para que los empleados se centren en actividades más complejas.

¿Cómo estos avances de la IA están revolucionando a la Contaduría y a la manera en que los contadores realizan su trabajo? ¿Qué actividades están en riesgo de desaparecer o bien se están transformando?

El artículo de Beryl Odonkor *et al.* (2024), llamado "El impacto de la IA en las prácticas contables, una revisión, explorando cómo la inteligencia artificial está transformando los métodos tradicionales de contabilidad y la información financiera", realiza una comprensión exhaustiva de la integración de la IA en la Contaduría, su eficacia para mejorar la precisión y la eficiencia, así como las implicaciones estratégicas para los profesionales y las firmas contables.

Este artículo señala que la IA en Contaduría abarca un amplio espectro de tecnologías y aplicaciones, alterando fundamentalmente la forma en que se procesan y analizan los datos financieros, ya que no se limita a automatizar tareas rutinarias, sino que representa un cambio de paradigma en la forma de gestionar y utilizar la información financiera para la toma de decisiones.

La IA ha revolucionado los procesos de toma de decisiones en Contaduría, ofreciendo una mayor precisión, eficiencia y fiabilidad; su integración en las prácticas contables requiere una reevaluación de los modelos tradicionales de toma de decisiones, haciendo hincapié en la importancia de adaptarse a los avances tecnológicos.

En esencia, la IA en Contaduría se refiere a la aplicación del aprendizaje automático, el procesamiento del lenguaje natural y otras tecnologías para mejorar y agilizar los procesos contables (Krájnik y Demeter, 2021). Estas tecnologías permiten el análisis de grandes volúmenes de datos financieros a una velocidad y con una precisión sin precedentes, ofreciendo perspectivas que antes eran inalcanzables con los métodos tradicionales.

El aprendizaje automático, un subconjunto de la IA, desempeña un papel crucial en esta transformación, implicando algoritmos que pueden aprender de los datos y hacer predicciones o tomar decisiones basadas en ellos. En Contaduría, los algoritmos de aprendizaje automático se utilizan para tareas como la detección de fraudes, la evaluación de riesgos y la previsión financiera (Zakaria, 2021). Estos algoritmos mejoran continuamente su precisión y eficiencia a medida que procesan más datos, lo que conduce a análisis financieros más fiables y perspicaces.

A medida que la IA siga evolucionando, se espera que su impacto en la toma de decisiones en la Contaduría se profundice, presentando tanto oportunidades como retos para la profesión, entre ellos se incluyen cuestiones relacionadas con la privacidad y la seguridad de los datos, así como la necesidad de adaptarse a entornos normativos cambiantes. Garantizar la seguridad de los datos financieros sensibles y mantener el cumplimiento de las leyes de protección de datos en evolución son consideraciones críticas en el análisis costo-beneficio.

No cabe duda de que la IA está transformando la profesión contable de manera profunda y significativa, ya que no solo está cambiando el modo en el que trabajamos, sino también la manera en la que pensamos acerca de la Contaduría y el rol de los Contadores en el mundo empresarial.

Rawashdeh (2023) investigó el impacto de la IA en el desplazamiento de puestos de trabajo en Contaduría centrándose en cómo su integración reconfigura los procesos de toma de decisiones, su estudio reveló una correlación significativa entre el creciente papel de la IA en la Contaduría y una mayor tasa de desplazamiento de puestos de trabajo, ya que la automatización, el análisis avanzado de datos y la mejora en la toma de decisiones están redefiniendo los mismos.

Lo anterior nos deja muy claro que para aprovechar al máximo las oportunidades que nos ofrece la transformación de la IA, debemos adaptarnos y adquirir nuevas habilidades en las tecnologías emergentes que están siendo utilizadas, para así poder transformar nuestras tareas rutinarias y actividades en procesos que agreguen mayor valor a las organizaciones. ||

Gobierno Corporativo en una empresa familiar

Estrategias para su implementación

C.P.C. y M.I. JOSÉ MARIO RIZO RIVAS
Socio Director de Salles Sainz Grant Thornton en Guadalajara
mario.rizo@mx.gt.com

El buen Gobierno Corporativo es la garantía del crecimiento sostenible empresarial.
Mayrata Conesa

Las empresas familiares, a menudo se construyen sobre cimientos sólidos de legado y continuidad. La historia familiar se entrelaza con la narrativa empresarial, que les otorga un sentido de propósito y arraigo que trasciende las generaciones. Son la columna vertebral de muchas economías en todo el mundo, aportando no solo empleo, pago de impuestos y riqueza que generan, sino también arraigo y tradición a sus países, estados, ciudades, pueblos y comunidades. Sin embargo, a medida que estas empresas crecen y evolucionan, enfrentan una serie de desafíos únicos, uno de los cuales es la implementación efectiva del Gobierno Corporativo.

El Gobierno Corporativo promueve la transparencia y la rendición de cuentas. A medida que las empresas familiares crecen y enfrentan desafíos únicos, estas características se vuelven fundamentales para garantizar la coherencia entre los objetivos familiares y empresariales.

El Gobierno Corporativo, que implica establecer estructuras y procesos para controlar, dirigir, tomar decisiones y supervisar su cumplimiento, es crucial para aumentar las probabilidades del crecimiento a largo plazo y sostenibilidad de una empresa. A continuación, exploraremos algunos de los principales obstáculos que enfrentan las empresas familiares al implementar el Gobierno Corporativo y cómo superarlos.

Falta de una separación adecuada entre propiedad y gestión: en muchas empresas familiares, los propietarios son también los principales directivos, lo que puede dificultar la implementación de una clara separación entre la propiedad y la gestión. Esto puede llevar a conflictos de interés y decisiones basadas en consideraciones personales en lugar de en el interés de la empresa.

Estrategia: establecer un consejo de administración que incluya en su integración consejeros independientes a los propietarios que puede ayudar a introducir una perspectiva imparcial y profesional en la toma de decisiones. Además, definir roles y responsabilidades claras para los propietarios y los gestores "equipo directivo" puede ayudar a garantizar una gobernanza más efectiva.

Falta de transparencia y comunicación: en entornos familiares, la comunicación abierta y transparente a menudo se ve obstaculizada por dinámicas familiares complicadas y preocupaciones sobre la confidencialidad. Esto puede dificultar la creación de una cultura de transparencia y rendición de cuentas.

Estrategia: implementar políticas de comunicación claras y establecer canales formales para compartir información con todos los miembros de la familia y los terceros interesados. Además, fomentar una cultura de transparencia y apertura al brindar oportunidades para la participación, el intercambio de ideas y participación en la toma de decisiones de acuerdo con la estructura de Gobierno Corporativo y tabla de facultades.

Planificación de la sucesión: uno de los mayores desafíos para las empresas familiares es planificar una sucesión efectiva que garantice la continuidad del negocio y el mantenimiento de los valores y la misión y la visión compartida de la empresa mediante las generaciones y, por lo tanto, su continuidad con menor grado de conflictos.

Estrategia: desarrollar un plan de sucesión claro y bien documentado que identifique y prepare a los futuros líderes de la empresa, implica brindar oportunidades de desarrollo profesional y establecer programas de mentoría y capacitación para los miembros más jóvenes de la familia y fijar los perfiles y requisitos para ingresar a trabajar en la empresa y sus diferentes órganos de gobierno.

Gestión de conflictos familiares: los conflictos familiares pueden ser especialmente desafiantes en el contexto de una empresa familiar, ya que pueden afectar tanto a las relaciones personales, la propiedad, órganos de gobierno y en el desempeño y resultados de la empresa.

Estrategia: establecer procesos formales para la resolución de conflictos, como la negociación, mediación o arbitraje, y fomentar un ambiente de mutuo respeto y colaboración. Además, separar las discusiones familiares de las decisiones empresariales puede ayudar a reducir la interferencia de conflictos personales en la propiedad, consejo de administración y la gestión de la empresa.

Implementar el Gobierno Corporativo en una empresa familiar puede ser un proceso complejo y desafiante, pero es esencial para garantizar su éxito a largo plazo. Al superar los obstáculos comunes, las empresas familiares pueden fortalecer su gobernanza y construir bases sólidas para el crecimiento con rentabilidad y la sostenibilidad en un futuro. Al hacerlo, no solo están asegurando el éxito continuo de su negocio, sino también preservando su legado y armonía familiar para las futuras generaciones, que generalmente son los hijos del fundador. Algunos fundadores sueñan con grandes logros, mientras que otros se quedan despiertos y actúan implementando el Gobierno Corporativo para hacerlos realidad. ||

Las nuevas tendencias de negocios empresariales en el ambiente digital

Oportunidades y desafíos para los Contadores

ING. FERNANDO ENRIQUE IGLESIAS PAZMIÑO, MBA MMA
Director Ejecutivo del IMCP
figlesiasp@imcp.org.mx

En la era digital, los negocios están experimentando una transformación profunda impulsada por tecnologías emergentes y cambios en el comportamiento del consumidor. Para los Contadores, este entorno dinámico presenta tanto desafíos como oportunidades para agregar valor a sus organizaciones. A continuación, exploramos las principales tendencias digitales que a mi criterio y experiencia están dando forma al futuro de los negocios empresariales y el papel crucial de los Contadores en esta evolución.

Automatización y robótica

La automatización está revolucionando los procesos contables y financieros. Herramientas como la automatización de procesos robóticos (RPA) están reemplazando tareas repetitivas, permitiendo a los Contadores enfocarse en actividades estratégicas de mayor valor. La implementación de RPA en la contabilidad puede reducir los errores humanos, aumentar la eficiencia y liberar tiempo para el análisis y la planificación financiera.

Inteligencia Artificial y análisis predictivo

La Inteligencia Artificial (IA) y el análisis predictivo están transformando la forma en que las empresas toman decisiones. Los Contadores pueden utilizar estas tecnologías para mejorar la precisión de los pronósticos financieros y desarrollar estrategias basadas en datos. La IA también puede ayudar en la detección de fraudes y la gestión de riesgos, proporcionando una capa adicional de seguridad y confianza en la información financiera.

Blockchain y seguridad de datos

El *blockchain* ofrece una solución innovadora para la seguridad y la transparencia en las transacciones financieras. Esta tecnología de libro mayor descentralizado permite el registro de transacciones de manera inmutable y verificable. Para los Contadores, el *blockchain* puede simplificar las auditorías, reducir el fraude y aumentar la confianza en los datos financieros. La adopción de *blockchain* está creciendo, y los Contadores deben familiarizarse con sus aplicaciones y beneficios.

Servicios en la nube y colaboración remota

La migración a servicios en la *nube* está cambiando la manera en que las empresas gestionan sus operaciones

financieras. Las plataformas basadas en la *nube* permiten el acceso a datos en tiempo real desde cualquier lugar, facilitando la colaboración y mejorando la toma de decisiones. Los Contadores pueden aprovechar estas herramientas para trabajar de manera más eficiente y proporcionar informes financieros precisos y oportunos.

Ciberseguridad y cumplimiento normativo

A medida que las empresas se digitalizan, la ciberseguridad se convierte en una prioridad crítica. Los Contadores manejan información sensible que debe protegerse contra amenazas cibernéticas. Es esencial implementar medidas de seguridad robustas y mantenerse actualizado con las regulaciones de protección de datos. Los Contadores deben trabajar en estrecha colaboración con los departamentos de TI para garantizar la integridad y la seguridad de la información financiera.

Transformación digital y nuevos modelos de negocio

La transformación digital está impulsando la creación de nuevos modelos de negocio. Desde el comercio electrónico hasta la economía colaborativa, las empresas están explorando nuevas formas de generar ingresos y mejorar la eficiencia operativa. Los Contadores deben adaptarse a estos cambios, desarrollando habilidades y estrategias para gestionar las finanzas en un entorno empresarial en constante evolución. La flexibilidad y la innovación son claves para mantenerse relevantes en el mercado actual.

Conclusión

La digitalización está redefiniendo el panorama empresarial, y los Contadores están en una posición única para liderar esta transformación. Al adoptar nuevas tecnologías y adaptarse a las tendencias emergentes, los Contadores pueden desempeñar un papel estratégico en la evolución de sus organizaciones. La capacitación continua y la disposición para innovar serán esenciales para aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno digital. En este emocionante viaje hacia el futuro, los Contadores tienen la oportunidad de convertirse en agentes de cambio y líderes en la revolución digital de los negocios.

Este artículo trata de proporcionar a los Contadores una visión integral de las tendencias digitales emergentes y cómo pueden capitalizar estas innovaciones para impulsar el éxito empresarial. ¿Usted no lo cree así? ||



Contalink es un sistema contable en la nube, completo que brinda un proceso contable mucho más rápido y práctico **ahorrando al rededor del 80% del tiempo.**



CP Santiago Almilla

“ Me ha resuelto la vida.

Todo lo que ofrecen, lo cumplen. Lo que antes hacía en 3 días, ahora lo hago en menos de uno. ”

Conoce el caso del contador público Santiago Alberto, quien se convenció de la eficacia del sistema tras experimentar su alto nivel de automatización.

+52 81 1910 7569

www.contalink.com

Calle Cocoyoc 3449, Colonia La Silla, Monterrey, NL. 64860, México



Instituto Mexicano de
Contadores Públicos



Sistema vía Internet
PARA LA CAPACITACIÓN CONTINUA



¡Ya disponible!

Nuevo Diplomado para el Examen de Certificación de la Contaduría Pública

Tiene como objetivo prepararte de manera autogestiva para presentar el Examen Uniforme de Certificación (EUC-CP 2024)

Otorga **160**
puntos **DPC**

El acceso estará con un
calendario fijo para la
apertura y cierre de cada
módulo

Acceso a plataforma
24 horas / 7 días a la semana

Dividido en 3 áreas de conocimiento

- 1 Aseguramiento y otros Servicios Relacionados
- 2 Normatividad Financiera y Gestión Financiera
- 3 Cumplimiento Fiscal



Duración: 6 meses

Informes: Lic. Belén Gil



bgilc@imcp.org.mx



www.imcp.edu.mx



(55) 5267-6447