



Anáhuac  
México

CROWD  
FUNDING

# TESIS DOCTORAL

EFFECTOS A LARGO PLAZO  
DEL MODELO DE ADOPCIÓN  
DEL IMPLANTE COCLEAR EN  
LA MOVILIDAD SOCIAL DE  
JÓVENES CON DISCAPACIDAD  
AUDITIVA

Revista de divulgación científica

# CLARES

CENTRO LATINOAMERICANO DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL

PRÓXIMA APERTURA

# DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



Inicio: 17 de agosto de 2018

20%  
DE DESCUENTO  
A EGRESADOS

**Coordinación Académica:**  
Dr. Miguel Ángel Santinelli Ramos  
miguel.santinelli@anahuac.mx  
pegaso.anahuac.mx/clares

Facultad de  
Responsabilidad Social

**INFORMES:**  
Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua  
Tels.: (55) 56 27 02 10 ext. 7100 y (55) 53 28 80 87  
posgrado@anahuac.mx  
anahuac.mx/mexico

Campus Norte

GRANDES LÍDERES

Y MEJORES PERSONAS

Posgrados  
**Anáhuac**

## DIRECTORIO

### Rector

Dr. Cipriano Sánchez García, L.C.

### Vicerrectora Académica

Dra. Sonia Barnetche Frías

### Vicerrector Académico

Mtro. Jorge Miguel Fabre Mendoza

### Director de la Facultad de Responsabilidad Social

Dr. Miguel Ángel Santinelli Ramos

### Director de Comunicación Institucional

Lic. Abelardo Somuano Rojas

### Coordinadora General de Publicaciones

Mtra. Alma E. Cázares Ruiz

### Coordinador del CLARES

Mtro. Juan Carlos Sánchez López

### Diseño editorial

Lic. Mariana Hernández Ambriz

REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA CLARES (CENTRO LATINOAMERICANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL). Año I, No. 3, es una publicación trimestral editada por Investigaciones y Estudios Superiores S.C., a través de la Facultad de Responsabilidad Social de la Universidad Anáhuac México, Av. Universidad Anáhuac 46, Col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan, Edo. De México, C.P. 52786. Tel. 5627-0210. Editor responsable: Juan Carlos Sánchez López. Reservas de Derechos al Uso Exclusivo No. (en trámite). ISSN: (en trámite). Licitud de Título y Contenido: (en trámite), otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación.  
Revista electrónica

"Cualquier información y/o artículo y/u opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor sobre la publicación. Asimismo, el editor investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de las ofertas relacionadas con los mismos. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del editor."

## ÍNDICE



04

Tres razones ¿de por qué leer este número?

05

¿Qué es CLARES?



09

Investigador invitado  
Dr. Rogelio Castillo Aguilera



31

Documentos y tesis  
doctorales



43

CASO:  
Actuando mejor: una  
Ciudad, un cambio



# 3 RAZONES ¿DE POR QUÉ LEER ESTE NÚMERO?



Dr. Miguel Ángel Santinelli Ramos  
Director de la Facultad de Responsabilidad Social

Estimados lectores, me da mucho gusto saludarles y desearles que este nuevo año sea una oportunidad de mejora en su vida personal y profesional, la revista del Centro Latinoamericano de Responsabilidad Social es uno de los medios para difundir los esfuerzos en materia de educación e investigación de la Facultad de Responsabilidad Social en la Universidad Anáhuac México para avanzar hacia el desarrollo sustentable. En su tercer número se integran grandes propuestas que, en su centralidad, benefician al ser humano desde la tecnología, programas social y empresarial.

El crecimiento en las tecnologías de la información, especialmente en materia de comunicación, está transformando la interacción entre las personas (redes sociales) y con ello la forma en que se llevan a cabo los intercambios económicos de productos y servicios. El acceso a internet y los dispositivos móviles han permitido la generación de relaciones comerciales entre particulares y organizaciones por medio de nuevas modalidades. Derivado de esto, es de gran interés analizar los procesos económicos, sociales y culturales que surgen, tal como es el caso de la economía colaborativa, específicamente en la recaudación de fondos y el financiamiento que fortalecen el capital social en México, Crowdfunding.

La Organización Mundial de la Salud define a la discapacidad como un fenómeno complejo (las deficiencias y limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación) que refleja una interacción entre las características del organismo humano y de la sociedad en la que se vive. La sordera ocupa el tercer lugar por número de personas con discapacidad, luego de las motoras y las visuales. Desde esta perspectiva, la inclusión es objeto de estudio de la responsabilidad social; por medio de los implantes cocleares se logra una mayor interacción con las personas que tienen déficit auditivo; mediante capacitación y terapias de rehabilitación se ha logrado disminuir la brecha de inequidad con este grupo de población vulnerable.

Diageo es un líder mundial en bebidas alcohólicas con una destacada colección de marcas en licores y cervezas, es un negocio basado en los principios y fundamentos establecidos por la industria. Por medio de un estudio de caso, Diageo nos muestra su estrategia de responsabilidad social, promoviendo un programa de vida saludable con el propósito de evitar (limitar) el uso de alcohol en los jóvenes.

# ¿QUÉ ES CLARES?



Mtro. Juan Carlos Sánchez López  
Coordinador del CLARES

El Centro Latinoamericano de Responsabilidad Social (CLARES), forma parte de los Centros e Institutos de Investigación de la Universidad Anáhuac México y es pieza clave para la creación y aplicación de conocimiento en el tema de la Responsabilidad Social, mediante una visión moderna para la profesionalización de talento humano. Tiene la misión de promover el conocimiento, difusión, profesionalización, autocrítica, rentabilidad económica y social, vinculación, reconocimiento y práctica de la responsabilidad social en América Latina, de las empresas, gobierno y organizaciones de la sociedad civil.

## Áreas estratégicas:

**1. Vinculación y consultoría** con instituciones

académicas, organizaciones privadas, organismos gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil, programas sociales y asistenciales, programas internacionales de sustentabilidad y, en general, todas aquellas instancias que puedan contribuir a la realización de programas socialmente responsables en América Latina.

**2. Formación de capital humano** que conjugue la experiencia profesional con la formación en Responsabilidad Social, necesaria para implementar los programas más rentables socialmente, ya sea dentro de sus empresas o como parte del programa de consultoría CLARES.

## Programas de Formación Corporativa:

Los Programas de Formación Corporativa In-Company tiene la finalidad de ofrecer una atención más personalizada a aquellas instituciones públicas y privadas que buscan desarrollar a su equipo ejecutivo en temas de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable a través de programas de formación y capacitación diseñados a la medida de sus necesidades con el objetivo de incrementar su competitividad, generando valor a la organización, la sociedad y el medio ambiente.

## **Diplomados.**

Ponemos a su disposición una red de programas ya estructurados que permiten cumplir con un objetivo institucional, desarrollando competencias en los participantes que integran nuestros grupos, además de que le permite vincularse con ejecutivos de distintas organizaciones que a pesar de su diversidad persiguen la misma finalidad.

**3. Investigación integral** sobre la práctica de la responsabilidad social por país, sector y segmento productivo.

La participación activa del CLARES a través de las diversas investigaciones, publicaciones y conferencias, ha permitido tener un alto impacto en empresas, gobierno y en las Organizaciones de la sociedad civil.

Publicaciones y estudios:

- Estudio: programa “Buen Vecino” es un proyecto que tuvo por objetivo realizar un mapeo de actores y el diagnóstico de las necesidades del entorno local a una planta industrial en la Ciudad de México. Como resultado de la propuesta es potenciar acciones de transformación y de inclusión social dentro de la estrategia de Responsabilidad Social (RS) de la empresa.

- Desarrollo del Estudio comparativo de los informes 2005-2006 sobre los apoyos y estímulos otorgados a las organizaciones de la sociedad civil por las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

- Los Pueblos Originarios: Visión Social.

Autoras: Jeannette Arriola Sánchez y María de la Soledad García Venero

- Libro “La Voluntad de Servir”

Autoras: Rosamaría Berlanga y Teresa Becerra de la Luz

- Libro “La Responsabilidad Social Mexicana, Actores y Temas”

Coordinador, Jorge A. Pérez Pineda

**4. Promoción y reconocimiento** de personas, instituciones, organismos gubernamentales y empresas cuya labor productiva genere auténtica rentabilidad social y difundir el trabajo de investigación generado por CLARES.

**El Premio CLARES a la Responsabilidad Social se otorga desde el año 2007.**

Se extiende a aquellas personas, organismos e instituciones cuyo excepcional desempeño, preclaro compromiso con los grupos sociales más necesitados, demostrada entrega hacia las

causas más importantes y, en especial, su eminente ejemplo para las generaciones actuales y futuras, los han convertido en impulso perenne del sector social, respaldado por el prestigio y reconocimiento internacional de la Universidad Anáhuac.

Así mismo desarrolla el “Congreso Internacional CLARES de Responsabilidad Social”, en el cual participan empresas, gobierno y organizaciones de la sociedad civil a nivel nacional e internacional [www.clares.com.mx/congreso](http://www.clares.com.mx/congreso).



Anáhuac  
México

## MAESTRÍA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

25ª y 13ª generación

Programa evaluado  
Nivel 1 por CIEES



# Trasciende con tu institución

Inicio:

Abril de 2018

Coordinación académica:

Mtro. José Israel López Robles  
[jose.lopez@anahuac.mx](mailto:jose.lopez@anahuac.mx)

20%  
DE DESCUENTO  
A EGRESADOS

INFORMES:

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua  
Tels.: (55) 56 27 02 10 ext. 7100 y (55) 53 28 80 87  
[posgrado@anahuac.mx](mailto:posgrado@anahuac.mx)

[anahuac.mx/mexico](http://anahuac.mx/mexico)

Posgrados  
Anáhuac

INVESTIGADOR INVITADO

## EFECTOS DE LOS ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO ALTERNATIVO (CROWDFUNDING), EN LA GENERACION DE CAPITAL SOCIAL E INCLUSION FINANCIERA EN MÉXICO

Dr. Rogelio Epigmenio Castillo Aguilera

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

Dr. José Sámano Castillo

[jose.samano01@gmail.com](mailto:jose.samano01@gmail.com)

### ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the new economic, social and cultural processes that are being developed from the collaborative economy in the light of its redimensioning and redefinition from the collective financing schemes (crowdfunding) and its effect on the generation of a new social capital and financial inclusion in Mexico.

The new challenge of the collaborative economy has an impact on the reconfiguration of social capital and financial inclusion, showing that the schemes of alternative financing (crowdfunding), have an increasing effect thanks to technological development.

This is why a discussion with a qualitative approach of the future trend and hybridisations of crowdfunding in Mexico from the perspective of actors of collective funding platforms is presented through an analysis of strengths, opportunities, weaknesses and threats.

**Palabras Clave:** Crowdfunding, social capital, financial inclusion.

### RESUMEN

El objetivo de este trabajo consiste en analizar los nuevos procesos económicos, sociales y culturales que, desde la economía colaborativa, se están gestando a la luz de su redimensionamiento y redefinición a partir de los esquemas de financiamiento colectivo (crowdfunding) y su efecto en la generación de un nuevo capital social e inclusión financiera en México.

Facultad de  
Responsabilidad Social

Campus Norte

GRANDES LÍDERES

Y MEJORES PERSONAS

El nuevo reto de la economía colaborativa genera un impacto en la reconfiguración del capital social y la inclusión financiera, mostrando que los esquemas de financiamiento alternativo (crowdfunding), tienen un efecto creciente gracias al desarrollo tecnológico.

Es por ello que se presenta una discusión con enfoque cualitativo, de la tendencia futura e hibridaciones del crowdfunding en México desde la perspectiva de actores de plataformas de fondeo colectivo por medio de un análisis de fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Palabras Clave:** Crowdfunding, capital social, inclusión financiera.

## INTRODUCCIÓN

En el interés de valorar desde una perspectiva cualitativa, los efectos que los esquemas de financiamiento alternativos, conocido como financiamiento colectivo o crowdfunding, están generando en materia de inclusión financiera (Asociación Española de Crowdfunding, 2014), así como sus perspectivas tecnológicas futuras, con referencias para el caso mexicano (CONAIF, 2017); resulta imposible deslindar el capital social de la “nueva” economía colaborativa desarrollada bajo las actuales tecnologías de información y comunicación; asimismo, tampoco es posible descontextualizar el financiamiento colectivo de un proceso de transformación mayor, el cual se origina en la reconfiguración misma de las relaciones sociales de producción impulsadas por la economía colaborativa y cuyos efectos, entre otros, son la inclusión financiera impulsada por la profundización tecnológica de las plataformas y al cada vez mayor acceso a herramientas tecnológicas por parte de la población que anteriormente no tenía acceso a ella.

Bajo las consideraciones anteriores, en este documento se describe el nuevo entorno tecnológico de capital social en la economía

colaborativa de México y la inclusión financiera orientada por el financiamiento alternativo por crowdfunding, el cual está dirigido a contextualizar la relevancia actual de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en cuanto a su profundización a nivel del orbe, base de la redefinición misma de la economía colaborativa.

Asimismo, se presenta el nuevo capital social del siglo XXI (Sundararajan, 2016): Economía colaborativa, donde se discuten los alcances que hoy día está logrando y con particular atención a dimensionar las categorías analíticas previas a las TIC como capital social, tales como la propia economía colaborativa, que están encontrando dimensiones insospechadas hasta hace unos años.

En ese sentido, se sugiere que el nuevo capital social está encontrando en las interacciones soportadas por las redes y plataformas un nuevo aspecto que, irremediamente, en los próximos años conducirá a replantear los conceptos clásicos de capital social y economía colaborativa. Como parte de las derivaciones que se gestaron desde la convergencia tecnológica y la economía colaborativa, surgen también esquemas de

financiamiento alternativo, como es precisamente el financiamiento colectivo o crowdfunding (Borges, 2014).

Con respecto a la inclusión financiera y nuevos enfoques de atención social: el caso del financiamiento alternativo por crowdfunding, aborda los alcances que éste, como derivación de la economía colaborativa (FOMIN, 2015 y Massolution, 2015) pero con vida propia, está alcanzando en materia de inclusión financiera. En este trabajo se plantea una revisión de diversos enfoque teóricos, enfatizando el contexto económico que catapultó estos esquemas de financiamiento alternativo, como opción de financiamiento; concluyendo con una revisión de la inclusión financiera en México.

Por otro lado, también se describe el caso de México en materia de crowdfunding (Massolution, 2015) desde una perspectiva cualitativa basada en un conjunto de entrevistas semiestructuradas (Gallardo, E. et al., 2015) realizadas a un grupo selecto de responsables de plataformas (acciones, préstamo, recompensas y donaciones). El resultado es un análisis interno-externo FODA, que permite plantear de forma resumida la perspectiva del sector desde la óptica de los responsables.

Finalmente y como una vista a las tendencias futuras con base en el desarrollo tecnológico presente, se revisan las hibridaciones que se están gestando en materia de plataformas; al mismo tiempo, se advierten un conjunto de hechos que deberán ser considerados para el caso de México.

## EL NUEVO CAPITAL SOCIAL DEL SIGLO XXI: ECONOMÍA COLABORATIVA

Con el crecimiento exponencial de la era digital y las plataformas tecnológicas, los términos como economía colaborativa, consumo colaborativo, peer to peer, open software, coworking, crowdsourcing, crowdfunding, sharing economy, crowd based capitalism, entre otros, han ganado notoriedad no sólo por formar parte de un nuevo lenguaje de un creciente número de personas, sino por sus efectos económicos y sociales que les acompaña.

En el terreno económico, la llamada economía colaborativa ha ganado notoriedad desde que en 2011 la revista Time<sup>1</sup> definiera este fenómeno como una de las diez ideas que cambiarían el mundo. Recientemente, en 2016, un informe de la consultora PWC,<sup>2</sup> estimó para el mercado europeo un mercado de 570 billones de euros para el año 2025, esto es, 20 veces mayor al observado en 2016, que rondaba los 28 billones de euros (Vaughan, R. & Daverio, R., 2016).

Para autores como Heerad (2009), Narayan (1999), Sundararajan (2016) y Rifkin (2014), la

<sup>1</sup> [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059717,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717,00.html)

<sup>2</sup> Vaughan, Robert y Daverio, Rafael. Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe, abril 2016.

economía está observando una irrupción habilitada por las TIC que contribuyen a un replanteamiento de las relaciones sociales de producción, hibridando el modelo de producción capitalista con una nueva forma de carácter premercantil, que él denomina “el procomún colaborativo” y que, de acuerdo con su prospectiva, será el nuevo modo económico dominante a partir de mediados de este siglo XXI.

Para la Fundación P2P, las relaciones “igual a igual” habilitadas y redimensionadas por plataformas tecnológicas, son procesos orientados a incrementar la más amplia colaboración de participantes equipotenciales, caracterizados por procesos de producción y gobernanza abiertos y participativos para la creación de bienes comunes, cuyo acceso universal está garantizado por licencias como Creative Commons o la GPL (GNU, General Public License, Licencia Pública General GNU<sup>3</sup>, P2P Foundation, 2016).

Es precisamente la rápida penetración que observa la economía colaborativa en los últimos años por efecto de la base tecnológica, lo que ha motivado importantes debates sobre su futuro y las consecuencias que conlleva (Wardrop, 2014 y 2016). En particular dos temas merecen subrayarse:

**Regulación.** Primeramente, la regulación de las plataformas tecnológicas habilitadas para financiamiento, interacción social, comunicación, entre otros fines, ocupan importantes espacios en las agendas legislativas de diferentes

emerge cada vez más fuerte, es el riesgo de la desinstitucionalización de lo público. Conforme las relaciones sociales de producción y distribución se redefinen en circuitos paralelos a los tradicionales, surge la interrogante de quién será ahora el responsable de atender las llamadas fallas de mercado, mismas que ahora son asumidas por el Estado; no obstante, se desconoce hoy por hoy si la economía colaborativa alcanzará desde dimensionarlas, como cubrirlas, o incluso eliminarlas.

### TAXONOMÍA DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

Un aspecto importante a no perder de vista es que la economía colaborativa no es un producto del siglo XXI, sino el reescalamiento de los principios de la economía social (Sandararajan, 2016), que desde diferentes latitudes se habían venido desarrollando en distintas épocas, siendo hoy redimensionados por el desarrollo tecnológico que acompaña la era digital (Zhang et al., 2014). En este sentido, más que activos gestionados por organizaciones centralizadas se tienen ecosistemas gestionados por plataformas. Las capacidades no están determinadas por lo que se posee o se controla, sino por aquello a lo que se tiene acceso (Sattel, 2015). En este sentido, se puede distinguir como elementos detonadores de la nueva economía colaborativa al conjunto de hechos bien identificados:

**Compartir vs. Poseer.** Una irrupción básica es el cambio de paradigma basado en la privatización hacia la socialización (Heerad, 2009).

**Web 2.0.** En 2005, con el surgimiento de la llamada web 2.0, cuya característica es ser una “red que como plataforma, involucra a todos los dispositivos conectados. Aplicaciones Web 2.0 son las que aprovechan mejor las ventajas de esa plataforma, ofreciendo software como un servicio de actualización continua que mejora en la medida que la cantidad de usuarios aumenta, consumiendo y remezclando datos de diferentes fuentes, incluyendo usuarios individuales, mientras genera sus propios datos en una forma que permite ser remezclado por otros, creando efectos de red por medio de una arquitectura de participación”.<sup>4</sup>

**Redes sociales.** Paralelamente al surgimiento de la web 2.0, la profundización de las llamadas redes sociales ha contribuido significativamente a enraizar los procesos colaborativos, como han de recontextualizar la interacción social de fines solamente lúdicos o de receptores de información tipo pasiva, hacia auténticas iniciativas colaborativas que aprovechan la fuerza de la interacción social para dirigirla hacia diferentes iniciativas.

**Profundización en el uso de dispositivos.** El uso generalizado de dispositivos con acceso a redes ha contribuido significativamente a la creación de una base de usuarios cada vez mayor, con presencia continua y cada vez más habituada a participar y demandar servicios con base en las distintas plataformas tecnológicas que pueden acceder desde los actuales dispositivos.

De acuerdo con lo anterior, es la nueva base tecnológica que caracteriza los actuales tiempos lo que abre el espacio para que permee en escalas y canales anteriormente insospechados, la llamada economía colaborativa. No obstante, una primera dificultad se observa al referir a la economía colaborativa como un lábil concepto producto de la rápida penetración de las TIC y la pronta hibridación que desata en los diferentes modelos.

En marzo del presente año, un estudio de la Asociación Española de la Economía Digital <sup>2</sup>y Sharing España, dedicado a analizar los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales, advertía que como colectivo que reúne a diversas empresas que operan bajo éste y otros modelos similares, se observa una fragmentación cada vez mayor en el concepto de economía colaborativa, desde aproximaciones bastante restrictivas en las que solamente se consideran economía colaborativa a los modelos entre particulares o P2P (peer to peer) a posiciones más amplias que también consideran incluidas la denominada economía bajo demanda o de acceso (Rodríguez, 2017).

Tomando como referencia a Rodríguez (2017), es posible extraer las siguientes modalidades y conceptos fundamentales alrededor de la economía colaborativa:

A nivel de conceptos básicos:

<sup>3</sup> [https://es.wikibooks.org/wiki/Web\\_2.0/Definici%C3%B3n\\_y\\_caracter%C3%ADsticas\\_m%C3%A1s\\_importantes](https://es.wikibooks.org/wiki/Web_2.0/Definici%C3%B3n_y_caracter%C3%ADsticas_m%C3%A1s_importantes)

<sup>4</sup> Rodríguez, Sara. Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales, Adigital y Sharing España, marzo 2017.

**Plataformas.** Aunque en sentido estricto las plataformas online no son por sí mismas economía colaborativa, su participación en el ecosistema es por medio de servir como mediadores entre oferentes y demandantes, masificando la interacción entre ellos. La propia Comisión Europea define a las plataformas colaborativas como intermediarios que –mediante una plataforma en línea– conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos.<sup>5</sup>

**Usuarios.** Mientras las plataformas son los habilitadores de la expansión de la economía colaborativa, de acuerdo con la Comisión Europea los usuarios son de dos tipos: i) prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias, éstos pueden ser particulares que ofrecen servicios de manera ocasional (pares) o prestadores de servicios que actúan a título profesional (prestadores de servicios profesionales) y, finalmente, están los usuarios de dichos servicios que cierran el ecosistema.

A este respecto cabe destacar, en relación

<sup>5</sup> Un caso reciente en el medio de las plataformas, es aquel que el documento de adigital cita: En la reciente sentencia N° 30/2017 de 2 de febrero de 2017, dictada por el juez D. Andrés Sánchez Magro del Juzgado de lo Mercantil n° 2 de Madrid, en el caso Confebus contra la plataforma www.blablacar.es, además de absolver completamente a la acusada, confirmaba la aplicación de la Directiva de Comercio Electrónico y la LSSI a las plataformas de la economía colaborativa, confirmando igualmente que queda probado que Blablacar realiza una actividad ajena a la regulada por la LOTT, pues poner en contacto a particulares con más o menos requisitos, con un control de pagos, con una crítica de las personas intervinientes sobre retrasos o sobre la calidad de otros servicios no es una actividad sujeta a la Ley de Ordenación del Transporte Terrestre. Seguidamente, el juez destaca que “Blablacar ha generado una plataforma no para organizar el transporte, sino para poner en contacto a particulares que quieren realizar un viaje juntos, y compartir determinados gastos del trayecto (...). Son particulares que a su viaje y pagar, no en el sentido de pagar un canon o un servicio, sino de pagar, en el fondo es el concepto de pago el que define la cuestión, el coste de un viaje”.

con las plataformas, que éstas son mercados de dos o varios lados, donde los usuarios interactúan y llevan a cabo transacciones entre ellos. En el contexto digital y dependiendo del modelo de plataforma, los usuarios pueden adoptar el papel de proveedor, consumidor o de ambas figuras, lo que se conoce como prosumidor. Sin embargo, no hay que obviar que estas plataformas también pueden servir como vías adicionales o alternativas de negocio para prestadores tradicionales (Rodríguez, 2017).

**Actividad subyacente.** La actividad subyacente se refiere a la actividad de tipo colaborativa o bajo demanda que realizan los usuarios por medio de la plataforma. Como modalidades de la economía colaborativa es posible definir:

**Economía colaborativa.** Conformada por aquellos modelos de producción, consumo o financiación que se basan en la intermediación entre la oferta y la demanda generada en relaciones entre iguales (P2P o B2B) o de particular a profesional por medio de plataformas digitales que no prestan el servicio subyacente, generando un aprovechamiento eficiente y sostenible de los bienes y recursos ya existentes e infrautilizados, permitiendo utilizar, compartir, intercambiar o invertir los recursos o bienes, pudiendo existir o no una contraprestación entre los usuarios.

**Economía colaborativa offline.** Los esfuerzos alrededor de la economía colaborativa no se agotan en las modalidades online, modalidades hoy

día como fablabs, coworking, bancos de tiempo, son algunos referentes de economía colaborativa que ocurren al margen de las redes digitales.

**Economía bajo demanda.** Se trata de esquemas habitualmente comerciales y con fines de lucro, donde la interacción mediada por la plataforma es normalmente entre profesional a consumidor (B2C). Las plataformas que las median se originan con base en las necesidades del consumidor, y con cargo pecuniario, un ejemplo por excelencia hoy es UberX.

**Economía de acceso.** La economía de acceso son aquellos modelos de consumo en los cuales una empresa, con fines comerciales, pone a disposición de un conjunto de usuarios unos bienes para su uso temporal, adaptándose al tiempo de uso efectivo que

## ECONOMÍA COLABORATIVA EN MÉXICO

En el caso particular de México, se observa como en todo el orbe, que la llamada economía colaborativa ha ido ganando cada vez mayor presencia. De hecho, así como se refirió en la sección previa donde las diferentes modalidades de economía “colaborativa” han tocado todos los sectores; la investigación cualitativa mediante el instrumento de recolección de información sobre plataformas, así como el benchmarking que sobre la literatura especializada se ha desarrollado, encuentra que al igual que la experiencia internacional, en México se observa presencia en diferentes sectores.

En el cuadro 1 se puede observar que la llamada actividad colaborativa en México tiene presencia en los más variados sectores, desde hospedaje para mascotas, transporte, ventas, asesoría jurídica, hasta financiamiento.

No.	Nombre	Actividad	Detalle	URL+
1	Casa Guau	Anuncios	Para mascotas	casaguau.com
2	Animal Vitae	Asesoría	Para mascotas	animalvitae.mx/
3	Trato	Asesoría jurídica	Servicios legales	tratoapp.com/
4	Mandarina	Coworking	Espacio de trabajo	mandarinahub.com/
5	Bitso	Dinero digital	Bitcoin	bitso.com/
6	Mexbit	Dinero digital	Bitcoin	mexbt.com/
7	Capptu	Distribución	Acceso a banco de fotos	capptu.com/
8	AFICO	Financiamiento	Asocia plataformas de Crowdfunding**	afico.org/



No.	Nombre	Actividad	Detalle	URL+
9	InVenture	Financiamiento	Calificación de crédito	iventu.re/
10	PlayBusiness	Financiamiento	Crowdfunding	playbusiness.mx/
11	Kubo Financiero	Financiamiento	Crowdfunding y P2P	kubofinanciero.com
12	IDEAME	Financiamiento	Crowdfunding	idea.me/
13	Crowdfunder	Financiamiento	Crowdfunding	crowdfunder.mx/
14	Goteo	Financiamiento	Crowdfunding	goteo.org/
15	Hagamoslavaca	Financiamiento	Crowdfunding	hagamoslavaca.mx/v1/
16	Doopla	Financiamiento	Crowdfunding	doopla.mx/
17	Renka	Financiamiento	Crowdfunding	somosrenka.com/
18	Multicredi	Financiamiento	Crowdfunding	creditosenmexico.com/
19	Prestadero	Financiamiento	Crowdfunding	prestadero.com/
20	Fondeadora	Financiamiento	Crowdfunding	fondeadora.mx/
21	Micochinito	Financiamiento	Crowdfunding	micochinito.com/
22	Trebol Capital	Financiamiento	Inversión privada	trebolcapital.com/
23	Tutanda	Financiamiento	Tandas	tutanda.com/
24	Cuidamimascota	Hospedaje	Para mascotas	cuidamimascota.com.mx/
25	Host a Pet	Hospedaje	Para mascotas	hostapet.com/
26	Lavadero	Repartos	Lavandería y entrega	lavadero.mx/
27	Kangoo	Repartos	Repartos de pedidos	kangou.ninja/
28	Wikicleta	Transporte	Bicicletas	wikicleta.com/
29	Ecobici	Transporte	Bicicletas	ecobici.df.gob.mx/
30	Dameunaventon	Transporte	Carpooling Aventones	dameunaventon.com.mx/
31	ComparteRide	Transporte	Carpooling Aventones	comparteride.com/
32	Econduce	Transporte	Motonetas	econduce.mx/
33	Carrot	Transporte	Renta de automóviles	carrot.mx/
34	Flocky	Ventas	Artículos para bebé	flocky.mx/

Fuente: Díaz, 2016.

Asimismo, la información arriba presentada da cuenta que más de 50% de las iniciativas giran alrededor del financiamiento, particularmente de tipo crowdfunding, de donde se infiere una interrogante de investigación básica:

¿Qué vacíos en el sector financiero mexicano vienen a llenar los esquemas de financiamiento alternativo de crowdfunding?

Sin duda, agotar a cabalidad la respuesta al cuestionamiento escapa a los márgenes de este documento; no obstante, sí es posible delinear sus implicaciones en materia de inclusión financiera, así como sus perspectivas de crecimiento, con las amenazas y oportunidades que conlleva los siguientes años.

### INCLUSIÓN FINANCIERA Y NUEVOS ENFOQUES DE ATENCIÓN SOCIAL: EL CASO DEL FINANCIAMIENTO ALTERNATIVO POR CROWDFUNDING

La crisis financiera de 2008, con el antecedente inmediato de la llamada crisis de las hipotecas subprime de 2007, culminó un largo proceso de innovación financiera basada en el desarrollo de instrumentos financieros (v.gr. titulaciones), orientadas a restablecer la liquidez de corto plazo del sistema financiero.

No obstante, los beneficios aparentes de los nuevos instrumentos financieros, tanto por su rentabilidad como por capacidad para estimular el crédito y las proyecciones de riesgo no eran fácilmente estimables; lo que al final dio como resultado su insostenibilidad, llevando al Estado a intervenir para restablecer la liquidez del sistema financiero y la confianza de los mercados.

Como consecuencia del colapso financiero sobrevino el llamado credit crunch. De manera paralela al endurecimiento del crédito, la exclusión del sistema financiero se agravó aún más para entes per se riesgosos para las rígidas estructuras de financiamiento y de cálculo de riesgo bancario, con lo cual tanto PYMES, startups como emprendedores, acrecentaron su vulnerabilidad y con ello su nivel de riesgo, abonando aún más a su exclusión financiera misma.

Cabe observar que un rasgo inherente del sector financiero es su continua capacidad de innovar, lo que en el sector financiero más tradicional se observa en una creciente oferta de instrumentos y recursos financieros para dinamizar el circuito de financiamiento;<sup>1</sup> no obstante, la dificultad para resolver por medio de ellos las rigideces resultantes de la crisis financiera de 2008, generó un desplazamiento de la innovación para conducirla por derroteros alternativos. Es el caso del crowdfunding.

En materia de demandas sociales, los rezagos que en esa área se presentan a nivel global

<sup>6</sup> Una de las innovaciones financieras más polémicas en años recientes es la titulación de deuda, con la cual el sistema financiero ampliaba la capacidad de financiamiento al adelantar liquidez a los tenedores de deuda de largo plazo.

no pueden ser atribuidos a un solo hecho, sin embargo, la crisis financiera de 2008 vino irremediablemente a afectar las estrategias sociales basadas en transferencias monetarias condicionadas, conduciendo a una intensa discusión, tanto en la esfera académica, política y social. En general, la discusión versa sobre cuál debe ser el papel y estrategia de la política social.

Más allá de las diferencias de enfoque, existe cada vez más un paulatino consenso acerca de la necesidad de ir gradualmente trascendiendo enfoques asistencialistas, a enfoques basados en desarrollo de capacidades.

Cabe señalar que bajo la perspectiva de desarrollo de capacidades, una preocupación es “graduar beneficiarios”, es decir, comenzar gradualmente a formar en la población intervenida por la política social, de los medios mediante los cuales poder ser autosuficientes, usualmente, aunque no limitativamente, en materia de empleo y proyectos productivos. Asimismo, en el mismo marco de discusión que rodea la política social, sobreviene también que la responsabilidad social no es materia exclusiva del Estado, sino que compete tanto al sector privado, ONG, como a la población directamente involucrada.

En el marco anterior, una dimensión que resulta fundamental atender es el financiamiento. La necesidad de abrir nuevas vías de financiación y el deseo de reducir la dependencia de la intermediación financiera limitada por la estela de la crisis financiera de 2008, configuran el contexto socioeconómico que explica el desarrollo y crecimiento

exponencial de fórmulas alternativas de financiación como crowdfunding (Rodríguez de las Heras, 2013).<sup>2</sup>

En suma, un nuevo contexto socioeconómico vino a generar el marco catalizador para que los esquemas de crowdfunding despegaran rápidamente.

Para el caso de México, explotar los beneficios de los nuevos enfoques de política social, tanto del propio gobierno como del tercer y cuarto sector, depende de dos aspectos cruciales: por un lado, de la profundización tecnológica y, por otro, del estado de la inclusión financiera.

**Inclusión tecnológica.** En marzo de 2017, el INEGI dio a conocer los resultados generales sobre la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares (ENDUTIH), de acuerdo con la cual en México hay 65.5 millones de personas de seis años o más que utilizan internet, esto es, 2.1% más que el observado en 2015.

En el caso de los hogares, se registró que 15.7 millones de hogares en México disponen de conexión a internet, equivalente a 47% del total nacional.

La misma encuesta refiere que el número de usuarios de teléfonos inteligentes pasó de 50.6 millones registrados en 2015 a 60.6 millones en 2016.

Mención aparte merecen el uso que dan

<sup>2</sup> Rodríguez de las Heras, Teresa. El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos, España, 2014.

los cibernautas mexicanos, destacando que más de 80% lo usan principalmente para comunicación, entretenimiento y acceso a contenidos audiovisuales. En cuanto a la realización de operaciones bancarias en línea, sólo 10% lo emplea para tal fin, porcentaje sin cambios respecto al observado en 2015. Finalmente, en materia de comercio electrónico destaca que en 2015 sólo 9.7% lo usó para tal fin, mientras que en 2016 la cifra alcanzó 15.9%, lo cual pese a ser una cifra aún baja, fue el rubro que mayor incremento mostró.

En suma, la penetración tecnológica en México es importante; no obstante, su cobertura dista significativamente del resto de los países de la OCDE; asimismo, las cifras de operaciones bancarias dan cuenta de importantes oportunidades en materia de inclusión financiera; por otro lado, el comercio electrónico, con una penetración baja, muestra un ritmo de crecimiento, sin embargo, se perciben todavía importantes retos en el futuro para desarrollar un mercado maduro en materia de crowdfunding.

**Inclusión financiera.** Con base en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2015, 68% de los adultos en México tienen al menos un producto financiero, sin embargo, la penetración por servicio financiero es por demás desigual. En el caso de crédito, sólo uno de cada cinco adultos que cuenta con algún producto financiero tiene acceso.

En el caso de ahorro, sólo 33.6 millones de adultos tienen cuenta de ahorros, de los cuales, solamente 11.5 millones cuentan solamente con mecanismos formales; mientras que 22 millones, además de mecanismos formales, hacen uso de mecanismos informales como son las tandas. Paralelamente hay 42.6 millones de adultos sin cuenta, de los cuales 11 son exusuarios, y 31.6 millones nunca han sido usuarios.

Las cifras anteriores son relevantes. De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 prevalece en México la preocupación de que la banca no presta lo suficiente y, por tanto, no cumple con una de sus funciones básicas dentro de la economía: transformar el ahorro en créditos para apoyar proyectos productivos. (PND, 2013).

Del mismo modo, en México siguen observándose sectores claramente excluidos del sistema financiero, es el caso de las mujeres, las cuales solamente 30% tienen una cuenta de ahorro, nómina o inversión en un banco, cifra que contrasta con 42% observado en los hombres.

Finalmente, el PND reconoce que la productividad de la economía aumentaría si se canalizara el financiamiento hacia actividades y empresas con un alto retorno económico, pero que hoy en día están al margen del sistema financiero.

Bajo el contexto anterior, en la agenda de política nacional, el tema de financiamiento adquiere un carácter estratégico para contribuir a la productividad. En este sentido, las líneas de

acción derivadas del PND enfatizan el papel estratégico del financiamiento con un claro enfoque de atención en los sectores sociales y empresariales que han estado al margen de los sistemas tradicionales de financiamiento, así como de una democratización de este último.

De acuerdo con este panorama, existen importantes oportunidades que pueden ser aprovechadas por mecanismos alternativos de financiamiento de crowdfunding, tanto para inversionistas/ahorradores como para demandantes de fondos.

### Regulación del crowdfunding en México.

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) se encuentra en proceso de generar una regulación (CONAIF, 2017) en materia de tecnología financiera (Ley de Tecnología Financiera), esto es prácticamente un requisito para lograr que el ecosistema del crowdfunding pueda operar con certeza, tanto para los usuarios como para las plataformas de fondeo colectivo.

El objeto de la ley anticipa que los usuarios de este tipo de plataformas se encuentren debidamente protegidos contra riesgos de fraude, ciberataques, contar con un enfoque hacia la transparencia de la información, entre otros aspectos y trata de orientar que las plataformas de fondeo colectivo cuenten con políticas para prevenir lavado de dinero y financiamiento al terrorismo.

### METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

Con objeto de realizar una discusión de las tendencias futuras y las hibridaciones del crowdfunding en México, se desarrolló una

metodología cualitativa para abordar a los actores de plataformas de fondeo colectivo. En primer lugar, se buscó detectar la dimensión empírica de carácter cualitativo analizada en este documento, basada en la realización de un conjunto de entrevistas semiestructuradas a representantes y tomadores de decisiones de las principales plataformas de crowdfunding para cuatro modalidades: recompensa, donaciones, préstamo y acciones.

Como segundo paso se llevó a cabo un análisis de fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas del crowdfunding en México, para ello se tomó el ejercicio de recolección de información de carácter estratégico y se formuló el análisis externo e interno a modo de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del crowdfunding en México:

#### a) Fortalezas

**Inclusión financiera.** De acuerdo con los responsables de las plataformas, una de las principales fortalezas del modelo de crowdfunding en México, es acercar como opción de financiamiento e inversión a población que bajo los esquemas tradicionales no sería objeto de inclusión.

Para el caso de ahorradores, los responsables señalan que plataformas de tipo de préstamo o acciones, ofrecen alternativas de inversión financieramente competitivas. En el caso de demandantes de fondos, el espectro es por demás interesante, en cuanto a que las diferentes tipologías de plataformas ofertan canales de financiamiento que bajo la oferta de crédito tradicional es por demás limitativa, tanto

para startup como para emprendedores sociales.

En este sentido, los responsables consideran que las plataformas de crowdfunding contribuyen a la democratización del financiamiento y la inversión.

**Redimensionamiento del capital social bajo proyección global y efectos locales.** Un rasgo subrayado por los responsables de las plataformas es el redimensionamiento que observa el capital social bajo las plataformas de crowdfunding, entendido como el agregado de los recursos reales o potenciales que se vinculan con la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento o reconocimiento mutuo, la cual bajo la conectividad que ofrece la tecnología albergada en las plataformas, proyecta la red social que rodea a un proyecto como demandante u oferente de fondos, a una gran escala, pero con efectos económicos y sociales, habitualmente locales.

Con base en dicha perspectiva, los responsables de las plataformas de crowdfunding en México remarcan la proyección global con efectos locales.

**Reducen las asimetrías de información y el riesgo.** Una tercer fortaleza referida corresponde a que el modelo de masificación sostenido por las plataformas permite poner en contacto a demandantes y oferentes bajo una interrelación que los esquemas tradicionales de mercado no permiten, con lo cual la información fluye rápida y focalmente, contribuyendo a reducir la incertidumbre derivada de las asimetrías de información que suelen caracterizar a los mercados convencionales, con los consecuentes costos asociados. Asimismo, la atomización del financiamiento inherente a los esquemas de crowdfunding contribuye a reducir el riesgo sistémico.

#### b) Debilidades

A nivel de debilidades, las entrevistas semiestructuradas permiten distinguir las siguientes:

**Penetración de recursos provenientes de actividades ilícitas.** En voz de los responsables de las plataformas de crowdfunding, la principal debilidad del esquema se deriva precisamente de su propia virtud inclusiva. Al respecto, se comenta que pese a contar con analíticas y candados para advertir modalidades de financiamiento atípicas; resulta, al igual que para el sistema financiero tradicional, eliminar la incursión de recursos provenientes de actividades ilícitas es prácticamente imposible, particularmente por el hecho mismo que, al igual que toda actividad económica y social que se está impactando por las TIC, las actividades ilícitas no están exentas a dicha innovación.

**Plagio de ideas.** No obstante que las tendencias actuales tienden a la socialización

del conocimiento como es el caso del software abierto, la socialización de la información inherente a crowdfunding, puede incidir eventualmente en el plagio de ideas o desarrollos pilotos por agentes tradicionales que eventualmente pueden optar como estrategia de reducción de costos de investigación la toma de ideas. En ese sentido, sectores de innovación que son objeto de interés por startups son potencialmente los actores cuyas ideas son más propensas a ser vulneradas.

**Estigma social.** De acuerdo con los responsables de las plataformas existe un riesgo inherente a la exposición por crowdfunding. Particularmente iniciativas ganadoras son propensas a lograr recurrencia en el financiamiento; no obstante, para aquellas que tienen incursiones no positivas, el estigma “público” que se deriva de una mala campaña, pesa en las sucesivas solicitudes de financiamiento, toda vez que la comunidad alrededor de las plataformas suele considerar para la toma de sus decisiones los resultados precedentes, con lo cual buenas iniciativas pueden ser mal ponderadas.

### c) Amenazas

**Brechas en disponibilidad de internet.** Para los responsables de las plataformas de crowdfunding en México, la disponibilidad de internet es un elemento prioritario para lograr que los efectos asociados a la democratización del financiamiento puedan explotarse debidamente. En ese sentido, se advierte que el rezago en materia de conectividad que subsiste

en el país, restringe significativamente a amplios sectores y regiones del país, si bien reconocen que intervenciones como México Conectado del gobierno federal buscan resolver los rezagos, señalan que el recorte para dicho programa alcanzó más de 80% en 2017, lo que junto con otros factores de conectividad viene a dificultar que se exploten los beneficios del crowdfunding.

**Regulación.** Una preocupación latente, particularmente para las plataformas de préstamo y acciones, es que el gobierno comience a regular el crowdfunding sin el pleno entendimiento sobre el esquema de financiamiento alternativo. En ese sentido, reconocen los responsables de las plataformas que mucho del énfasis en regular el crowdfunding proviene de la mala experiencia observada en la crisis financiera en EEUU cuando se permitió a la banca de depósitos realizar acciones propias de inversión. No obstante, aseguran los responsables de tratarse de situaciones y modelos completamente diferentes (CONAIF, 2017).

**Ataques cibernéticos.** La experiencia reciente del Ransomware WannaCry bajo el cual se llevó a cabo el llamado ciberataque global del 12 de mayo de 2017, viene a evidenciar una debilidad, que si bien no es gestada desde las plataformas del crowdfunding, el entorno tecnológico que las rodea las hace blanco natural de este tipo de ataques, por lo que de acuerdo con los responsables de las plataformas del crowdfunding se están redoblando las medidas de seguridad; no obstante, refieren que esperan que desde el ámbito

del gobierno federal se tomen las prevenciones del caso.

### d) Oportunidades

**Rigideces en el sistema financiero tradicional.** La principal oportunidad que se presenta es el nicho de mercado desatendido por el sector financiero tradicional. En especial, se refiere que los diferentes candados propios y agravados por el nuevo entorno financiero global ha dejado sentir sus efectos sobre el sistema crediticio, con lo que la población potencial de las plataformas del crowdfunding son precisamente todos aquellos segmentos de la población que están al margen.

**Avance tecnológico e hibridación de modalidades.** El continuo avance tecnológico es otra oportunidad que se subraya enfáticamente. Concretamente, la hibridación de modalidades que hoy pueden encontrarse bajo diferentes opciones de la economía colaborativa encuentra una posibilidad de convergencia en las nuevas plataformas, lo cual abre la oportunidad para desarrollar esquemas integrales de financiamiento, producción, consumo y distribución.

**Cohesión y capital social.** Bajo los actuales esquemas de financiamiento alternativo se encuentra la posibilidad de redimensionar esfuerzos colaborativos tradicionales, los cuales bajo diferentes modalidades de capital social, encuentran los canales para expandirse y posicionar diferentes alternativas. Ejemplo de ellos refieren son los clubs de migrantes que bajo los actuales canales pierden efectividad para concentrar sus recursos de manera rentable financiera y socialmente, en iniciativas de sus comunidades de origen.

Para concluir el abordaje metodológico, se contrastaron los resultados internos y externos de la discusión con los actores de plataformas de fondeo colectivo con la revisión de la literatura para generar las posibles tendencias y previsiones hacia el crowdfunding en México, proponiendo a manera de conclusión, recomendaciones y observaciones a considerar en el futuro para este sector.

### TENDENCIAS FUTURAS Y PREVISIONES PARA CROWDFUNDING

El desarrollo tecnológico que rodea las TIC ha contribuido a redimensionar, como redefinir diferentes procesos culturales, sociales y económicos alrededor de la llamada economía colaborativa. Bajo este proceso de rescatar viejas iniciativas de carácter social ahora bajo un entorno digital y online; junto con hibridaciones de diferentes modalidades cuyo diseño de origen no preveía, así como el surgimiento de nuevos esquemas sostenidos por nuevas plataformas tecnológicas, se observa una profunda revolución cuyo desenlace difícilmente puede anticiparse certeramente.

Para el caso de nuestro interés, el crowdfunding como derivación de la economía colaborativa no estará exento a dichas transformaciones. En los últimos años el crowdfunding ha pasado por una evolución desde los “clásicos” sistemas iniciales (de recompensa, de inversión, de préstamo y de donación) a una hibridación de uno o más sistemas, o bien, a un enfoque basado en una cierta temática social como la caridad, la energía o la propiedad de la tierra (Crowdfunders, 2015).

En definitiva se observa a un profundo cambio de paradigma con respecto al consumo, la propiedad y las relaciones sociales que se están materializando en nuevos modelos económicos, donde la tecnología permite nuevas maneras de conectar, crear y compartir valor (Rodríguez, 2017).

Es pertinente anotar que las rápidas hibridaciones e innovaciones que están caracterizando el entorno de la economía colaborativa y las plataformas tecnológicas dificultan capturar de manera inequívoca los distintos modelos que surgen día a día.

Primeramente, un aspecto a destacar en materia de crowdfunding son los diferentes esquemas que alrededor de las finanzas han emergido como: crowdfunding de donación, crowdfunding de recompensas, equity crowdfunding, crowdlending (Sámano & Castillo, 2017). Los primeros dos más cercanos a la economía colaborativa; mientras los dos últimos más ad hoc a los nuevos procesos de inversión y de financiamiento de la llamada democratización del financiamiento bajo plataformas, cabe advertir que estas dos

modalidades son, en muchos de los países, objeto de regulación.

No obstante que la taxonomía anterior es la que hoy mejor responde para clasificar el crowdfunding, las plataformas tecnológicas han dado lugar a la aparición de nuevos esquemas como son:

**Crowdgifting.** Basado en recaudaciones colectivas de dinero bajo una escala espacial estrictamente local para un fin concreto. Se trata de un esquema donde se busca promover la identidad social local por medio de financiar iniciativas, usualmente de tipo social y con un área de impacto precisa.

**Fintech P2P o P2P.** Finanzas entre particulares en la que son los propios particulares los que llevan a cabo transacciones financieras entre ellos o con empresas gracias a una plataforma digital. Aunque el sector fintech es bastante amplio, existen diferentes modelos que encajan dentro del concepto colaborativo, como por ejemplo el crowdlending no regulado, como son los descuentos de facturas o pagarés de particulares a empresas.

**Seguros P2P.** Son actividades consistentes en la posibilidad de cubrir el equivalente a una prestación de seguro entre particulares.

**Cambio de divisas entre particulares.** Se trata de esquemas que aprovechan plataformas tecnológicas sin fines de lucro para interrelacionar particulares que quieren comprar y vender divisas, evitándose

la intermediación de bancos y casas de cambio. Usualmente la relación de intercambio suele ser para el comprador más atractivo que el tipo de cambio vigente, mientras para el vendedor de divisas suele encontrar el incentivo por acumulaciones previa a modo de ahorro en forma de divisas y mantenidas en forma líquida.

Finalmente, el desarrollo de plataformas multidimensionales capaces de proveer diversos servicios a la población es una tendencia al alza, con lo cual las plataformas se desmarcan de campos de actuación especializados a plataformas con intervención integral que va desde: crowdfunding, crowdsourcing, bancos de tiempo, crowdticketing, crowdfunding temático (inmobiliario, medio ambiente, entre otros campos).

A nivel global podemos observar ya estos casos. Plataformas que hoy ya funcionan bajo hibridación están para el caso italiano DeRev, promocionado como un medio de comunicación para innovadores que ofrece servicios de crowdfunding, crowdsourcing, elaboración de peticiones y transmisión en vivo); o Ginger (integra crowdfunding, crowdsourcing y proyectos culturales), Cineama (que incluye crowdfunding y crowdsourcing orientado al mercado del cine).

La hibridación en nuevos modelos, algunos de ellos con temáticas específicas como la energía limpia o la propiedad de la tierra, permitirán enfocar esfuerzos en dichas áreas, así como potenciar al cada vez mayor cuarto sector, al promover causas sociales acompañadas de modelos de negocio razonables.

Paralelamente a lo anterior, la irrupción de los esquemas de crowdfunding está generando externalidades sobre otros ámbitos, como la jurídica normativa o incluso la fiscal misma.

Una nueva estructura legal dentro del crowdfunding es la Asociación de Responsabilidad Limitada, donde se conserva una estructura legal semejante a una compañía (donde cada uno tiene una responsabilidad limitada), pero se conserva la flexibilidad de la asociación (o partnership), con menos responsabilidades que en una compañía (Halberstam, 2015).

Se espera también que los créditos a estudiantes relacionados con las finanzas alternativas se aprovechen de la regulación para las cuentas de ahorro individual (ISA, por sus siglas en inglés), al permitirles no pagar impuestos en cada declaración hecha a estas plataformas.

La velocidad y auge que ha tomado el crowdfunding, plantea para su futuro la necesidad de observar cuidadosamente un conjunto de amenazas que pueden impactar en su desempeño como credibilidad. Al respecto, el caso colombiano es por demás interesante. Para la Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera de Colombia entre los riesgos posibles que puede enfrentar el crowdfunding están: el riesgo de contraparte

(el deudor no cumple), el riesgo operativo (fallas tecnológicas y ciberataques), el riesgo de liquidez (la ausencia de mercados secundarios o mecanismos de salida), conductuales (conflictos de interés de la plataforma), fraude (suplantación y lavado de activos) y el contagio (la titularización y el listamiento de la plataforma). Ante cada uno de ellos la mencionada unidad refiere que se debe tomar una postura distinta.

En materia de riesgo de contraparte, la solución puede estar en mecanismos legales que fueren al responsable del proyecto a dar una respuesta (en este caso, una licencia para solicitar apoyo financiero en algún sistema de crowdfunding sería lo ideal); en materia de riesgo operativo las fallas tecnológicas son principalmente problemas de infraestructura y mantenimiento (asegurar el acceso a internet de los servidores, así como el buen estado de los mismos), más los ciberataques pueden llegar a superar a las fuerzas del orden como sucedió recientemente con el Ransomware WannaCry (para esta situación no existe más alternativa que llevar una fuerte cultura de prevención del riesgo entre el personal con acceso a computadoras, quedando un margen de incertidumbre todavía).

Para el riesgo de liquidez es necesario que los emprendedores se capaciten y puedan con ello descubrir las posibles debilidades del producto que desean vender. Además de identificar un nicho de mercado deben identificarse salidas secundarias para el producto.

Ante los problemas conductuales donde existen conflictos de interés dentro de una misma plataforma, se debe decidir una visión, misión y estructura comunes antes de fundar

una nueva plataforma de crowdfunding.

Por último, en materia de prevención de riesgos, prevenir el fraude puede ser una de las tareas más difíciles. La posibilidad de invertir pequeñas cantidades en multitud de proyectos puede permitir el blanqueo de grandes sumas, lo cual, como se advirtió desde el FODA para México, son de los puntos críticos del modelo de crowdfunding.

## CONCLUSIONES

Al contrastar la revisión de la literatura con los resultados del análisis interno y externo del ejercicio de recolección de información con los actores de plataformas de fondeo colectivo, se pueden delimitar algunas tendencias y observaciones que el ecosistema del crowdfunding en México podrá presentar en un futuro, mismas que se han agrupado por su efecto en la generación de capital social e inclusión financiera, las cuales dan lugar a continuar investigaciones en la materia:

**Nuevo base tecnológica.** La base tecnológica que rodea las llamadas TIC ha venido a permear inexorablemente la sociedad del siglo XXI como comenta Rodríguez (2017) en sus más variados procesos: culturales, sociales y económicos, alcanzando niveles de penetración insospechados hace apenas 10 años, y volviendo inimaginables muchos de ellos hoy día sin la mediación de ellas. El entorno de México es muy semejante y presenta una oportunidad de desarrollo muy grande.

**La socialización de lo tangible a lo virtual.** La transición de la base tangible a virtual/digital sobre la que ocurren los procesos

sociales, culturales y económicos, además de relativizar las distancias y escalar las redes de interacción, han contribuido a desdibujar fronteras entre procesos que originalmente ocurrían aisladamente como lo comenta la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares (ENDUTIH, 2017). Ello está promoviendo que ideas, recursos e identidades se socializan en una nueva economía colaborativa.

**Redefiniendo la economía colaborativa y el capital social.** La economía colaborativa no es un producto del siglo XXI, sino el reescalamiento de los principios de la economía social (Sundararajan, 2016) que desde diferentes latitudes se habían venido desarrollando en distintas épocas, siendo hoy redimensionados por el desarrollo tecnológico que acompaña la era digital. En este sentido, el propio concepto de capital social se modifica para trascender su enfoque más acotado basado en activos (tangibles e intangibles) gestionados por organizaciones centralizadas espacialmente a ecosistemas gestionados por plataformas, con lo cual sus capacidades no están determinadas por lo que se posee o se controla, sino por aquello a lo que se tiene acceso. En México, el incremento de plataformas de fondeo colectivo y el acceso para generar capital social e inclusión financiera, deja ver que existe un amplio potencial de crecimiento, el cual podrá tener un crecimiento exponencial (CONAIF, 2017) con el advenimiento de regulación en la materia (Ley de Tecnología Financiera).

**Desinstitucionalización de lo público.** Paralelamente a la mayor penetración de las TIC como habilitadores para la economía colaborativa, comienza a observarse el riesgo de la desinstitucionalización de lo público. Conforme las relaciones sociales de producción y distribución se redefinen en circuitos paralelos a los tradicionales, surge la interrogante de quién será ahora el responsable de atender las fallas de mercado, mismas que ahora son asumidas por el Estado, sin embargo, se desconoce si la economía colaborativa alcanzará formas para dimensionarlas, cubrirlas, o incluso eliminarlas.

**Crecientes demandas sociales requiriendo nuevos enfoques de atención.** Bajo el marco de la economía colaborativa, los esquemas de financiamiento alternativo crowdfunding contribuyen a configurar un sistema de ideas, necesidades sociales, financiamiento, capacidades, que bajo esquemas tradicionales no se han logrado alinear. Particularmente la masificación alcanzada por la proyección de las plataformas, brinda la posibilidad de replantear los esquemas de intervención social de tipo asistencialista, a modalidades basadas en la construcción de la identidad comunitaria, apoyándose en emprendedurismo financiado con recursos y talentos locales. En México, el crecimiento del crowdfunding para atender las demandas sociales es incipiente y habrá que revisar su desempeño de acuerdo con lo publicado por la CONAIF (2017).

**Inclusión financiera como ingrediente fundamental de la economía colaborativa.** El tema de financiamiento adquiere un carácter estratégico para contribuir a la productividad, particularmente en los sectores sociales y empresariales que han estado al margen de

los sistemas tradicionales de crédito, ello de acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2015, donde 42.6 millones de adultos no tiene cuenta bancaria. Democratizando el financiamiento, el crowdfunding participa en vertebrar los capitales sociales disgregados bajo figura de proyectos, alineando por un lado fondeadores que empáticamente se identifican con las iniciativas (sociales o económicas), y por otro, a comunidades (pobladores, emprendedores) que coparticipan bajo un entorno social o de innovación, pero que por falta de recursos no pueden relacionarse bajo un entorno diferente a la carencia. Para México, el financiamiento alternativo (crowdfunding) representa una alternativa viable para lograr inclusión financiera sostenida.

**Perspectivas para crowdfunding a nivel global y México.** El ímpetu tecnológico de las TIC provoca un cambio constante. A nivel global, como en México, se observa una tendencia a abandonar la especialización de las plataformas para volverlas multidimensionales. En ese sentido, la nueva economía colaborativa busca resolver diferentes demandas de recursos, talentos, interacción, activos, consumo y distribución, entre otros, bajo nuevos entornos tecnológicos abiertos, inclusivos y multipropósito y de ágil comunicación, coincidiendo con Sudararajan (2016).

**Riesgos.** A nivel de riesgos se vislumbra la necesidad de anticipar los posibles fallos del modelo de crowdfunding, particularmente la penetración de recursos provenientes de

actividades ilícitas (lavado de dinero, fraudes, etc.), así como riesgos derivados de ciberataques y mal manejo del riesgo financiero, está planteando la necesidad de formular medidas locales y globales de atención como de regulación. No obstante, hoy en día no es posible hablar de un consenso sobre las mismas.

## BIBLIOGRAFÍA

Asociación Española de Crowdfunding (2014). Informe de la Encuesta de la Asociación Española de Crowdfunding sobre las Plataformas Españolas de Crowdfunding.

Bauwens, M. (2012). Synthetic overview of the collaborative economy, P2P Foundation.

Burgues, Lorea (2014). Crowdfunding para organizaciones del terciery cuarto sector, Universidad del País Vasco.

Consejo Nacional de Inclusión Financiera, CONAIF (2017). 8° Reporte Nacional de Inclusión Financiera, México.

Crowdfunders (2015). International Crowdfunding Index 2015.

Díaz, A. (2016). La economía colaborativa, el consumo colaborativo, la economía de la compartición y los procesos de igual a igual, XXI Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática.

Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares (ENDUTIH, 2017). México. INEGI.

ENIF (2015). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2015. INEGI-CNBV.

FOMIN, Fondo Multilateral de Inversiones (2015). "Creación de un Ecosistema de Crowdfunding en Chile".

Gallardo, E. et al. (2015). ¿Qué es y cómo gestionar el crowdfunding? España. UOC.

Heerad, Chair (2009). The emerging fourth sector, The Aspen Institute, USA.

Massolution (2015). Crowdfunding industry report.

Narayan, Deepa (1999). Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty. Policy Research Documento de Trabajo N° 2167. Banco Mundial, Red de Gestión Económica y de Reducción de la Pobreza, Washington, D.C. Procesado.

PND (2013). Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. [http://www.sev.gob.mx/educacion-tecnologica/files/2013/05/PND\\_2013\\_2018.pdf](http://www.sev.gob.mx/educacion-tecnologica/files/2013/05/PND_2013_2018.pdf)

Rifkin, J. (2014). La era del acceso. Paidós, Buenos Aires.

Rodríguez de las Heras, T. (2014). El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos, España.

Rodríguez, S. (2017). Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales, Adigital y Sharing España.

Sámano, J. & Castillo, R. (2017). Diseño y prueba piloto de un instrumento de indicadores del sistema de monitoreo de plataformas crowdfunding en México. II Congreso Internacional de Investigación ICAAM, Universidad Anáhuac Mayab.

Sámano, J. & Castillo, R. (2017). Validación de indicadores de un sistema de monitoreo para plataformas de crowdfunding del ecosistema de financiamiento colectivo en México. XXI Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas.

Sattel, G. (2015). <https://www.forbes.com/sites/gregsattel/2015/12/04/why-the-ability-to-collaborate-is-the-new-competitive-advantage/#5e1260991e10>

Sundararajan, A. (2016). The Sharing Economy. MIT Press.

Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera (2016). Alternativas de regulación del crowdfunding.

Vaughan, R. & Daverio, R. (2016). Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe.

Wardrop, Robert et al. (2015). Moving Mainstream. The European alternative finance benchmarking, University of Cambridge, February 2015.

Wardrop R., Rosenberg R. et al. (2016). "Breaking New Ground: The Americas Alternative Finance Benchmarking Report". April 2016.

We Are Social y Hootsuite (2017). Digital in 2017 Global Overview: A collection of internet, Social Media, and Mobile Data from Around the World.

# TESIS DOCTORAL

## EFFECTOS A LARGO PLAZO DEL MODELO DE ADOPCIÓN DEL IMPLANTE COCLEAR EN LA MOVILIDAD SOCIAL DE JÓVENES CON DISCAPACIDAD AUDITIVA

**Dra. Paulina Garduño Espinosa**

gardup@gmail.com

Director de tesis: Dr. Humberto Muñoz Grandé

### RESUMEN EJECUTIVO

La discapacidad auditiva es una condición que limita el bienestar y el desarrollo humano. Sin embargo, existe un apoyo tecnológico –implante coclear (IC)– que le permite a la persona experimentar la capacidad auditiva no sólo para comunicarse de manera oral como sus pares oyentes sino de recibir educación, lo cual reduce las desigualdades de origen que prevalecen en este grupo en situación de vulnerabilidad. Por otra parte, los cuatro pilares del modelo de adopción a largo plazo del IC le permiten al sordo la posibilidad de su movilidad social, una calidad de vida auditiva, así como de una mayor inclusión.

**Palabras clave:** personas con discapacidad auditiva, implante coclear, movilidad social, educación, comunicación, inclusión.

### INTRODUCCIÓN

Las personas que no escuchan viven aisladas, en el silencio y no adquieren el lenguaje. Sólo algunas aprenden a hablar si su familia y la sociedad les brindan aceptación, educación especializada y la debida inclusión para su desarrollo humano.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la situación de las personas con discapacidad auditiva puede mejorar con la utilización de ayudas tecnológicas como los aparatos auditivos (AA) e IC, el empleo de subtítulos, el apoyo educativo y social (Banco Mundial & Organización Mundial de la Salud, 2011). Este conjunto de apoyos favorece su desarrollo



humano, disminuyendo su exclusión social. En su Artículo 26, apartado 1.3, la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad (CDPD) señala que los Estados promoverán la disponibilidad, el conocimiento y el uso de tecnologías de apoyo y dispositivos destinados a las personas con discapacidad, a efectos de su habilitación y rehabilitación.

Ante el panorama de necesidades de salud y educación no atendidas, que propician la marginación y la exclusión social en las personas con discapacidad, existen algunas soluciones que disminuyen la relación entre la pobreza y la discapacidad. Un hogar con un familiar que presenta discapacidad gasta en promedio 40% más que otros; 24% de las personas con discapacidad auditiva (PCDA) o sordos (lat. surdus) son analfabetas y sólo 25% forma parte de la población ocupada, percibiendo entre uno y dos salarios mínimos mensuales (INEGI, 2010). En 2010 había 5 739 270 personas con algún tipo de discapacidad, 5.1% de la población total (INEGI, 2010) de las cuales se estima que había 694 464 personas con dificultad para escuchar y 62 462 vivían en la CDMX (INEGI, 2011a).

La prevalencia de la sordera ocupa el tercer lugar, luego de la discapacidad motora y visual. Sin embargo, la incapacidad para escuchar implica otras limitaciones para hablar o comunicarse que, de acuerdo con el INEGI, ocupan el cuarto lugar y las dificultades para poner atención o aprender, el quinto sitio ( INEGI, 2010).

Esta investigación empírica surge de la preocupación personal, educativa y social respecto a los resultados del IC a largo plazo. Dado que el costo del IC es alto y el tiempo para lograr resultados es un proceso, como parte de los involucrados comparto la responsabilidad de conocer e informar a la sociedad acerca del efecto del IC. En ese sentido, la pregunta central de la investigación es: ¿qué efectos produce el implante coclear en la vida de las personas con discapacidad auditiva implantadas durante su infancia y que recibieron apoyo familiar para su educación y rehabilitación auditiva?

La hipótesis principal es que las PCDA implantadas que logran aprender a comunicarse oralmente presentan más comunicación, salud y educación que aquellos sordos sin esta innovación, lo cual reduce su desigualdad de origen derivada de las condiciones de exclusión social que prevalecen en este grupo en situación de vulnerabilidad.

Las aportaciones de la tesis a la ciencia son: conocer cuál es el desarrollo personal de los jóvenes implantados y su desenlace tanto a nivel individual como familiar a largo plazo. La evaluación de impacto social permite conocer la intervención exitosa de las familias, maestros y demás involucrados en el tema del IC cuyo alcance les da acceso a mayores beneficios educativos y laborales; modificando así su calidad de vida y su salud como un catalizador que disminuye las consecuencias de la sordera. En ese sentido, la evaluación de impacto social es el efecto atribuible de una intervención en el resultado final (Gertler, Martinez, Premand,

Rawlings & Vermeersch, 2011).

Aunque desde el año 2000 las necesidades de la población sorda mexicana –una persona por cada 50 hogares (Trejo et al., 2013)– se consideran un problema nacional incluido en la cobertura médica del Seguro Popular de la Secretaría de Salud, es incipiente la evidencia del procedimiento a largo plazo y de sus efectos en los involucrados. Por esta razón, esta investigación retrospectiva analiza el beneficio posterior de la intervención y aporta información relevante acerca de los resultados a largo plazo en la movilidad social y desarrollo de las PCDA que utilizan esta innovación tecnológica (IT) y social llamada IC. Esta mirada retrospectiva está delineada por tres factores determinantes: el tiempo, el proceso y el contexto individual (Solís, 2011).

El desarrollo humano de las personas en situación de vulnerabilidad está en riesgo y amenazado por los efectos que la discapacidad debida a los problemas de salud que afecta el bienestar individual, familiar y social (Banco Mundial & Organización Mundial de la Salud, 2011).

**Tabla 1**

Tipología de las consecuencias de la pérdida de la audición

Funcionales	Limitación física de la capacidad individual para escuchar.
Familiares	Desinformación, negación y miedo a la toma de decisiones. Deterioro en la comunicación y las relaciones familiares.
Lingüísticas	Limitación para aprender a hablar, comprender el lenguaje oral y escrito. Retraso en el desarrollo cognitivo, lectura y escritura.
Educativas	Limitación para encontrar escuelas, maestros capacitados y orientación educativa. Rezago, rechazo y deserción escolar.
Económicas	Recursos limitados para la atención y la rehabilitación. Alta tasa de desempleo, rotación y discriminación laboral. Costo de la sordera no atendida > su rehabilitación.
Calidad de vida	Limitaciones en el desarrollo humano, bienestar, felicidad, logros y salud. Impacto negativo en las oportunidades de mejora.
Socioemocionales	Soledad, aislamiento, desigualdad, frustración y marginación.

Nota: Adaptada de Fundación ONCE & Global Reporting Initiative, 2015; Hear-it, 2015b; Organización Mundial de la Salud, 2013.

El respeto a los derechos humanos como responsabilidad, el valor empresarial de la discapacidad, el empleo digno, su accesibilidad y sus consecuencias en la comunidad son algunos de los temas abordados por la Red Europea de Responsabilidad Social y Discapacidad (RSE+D), iniciativa encabezada por la Fundación Once cuyo objeto es impulsar la inclusión social y el empleo de las personas con discapacidad en Europa (Fundación ONCE & Global

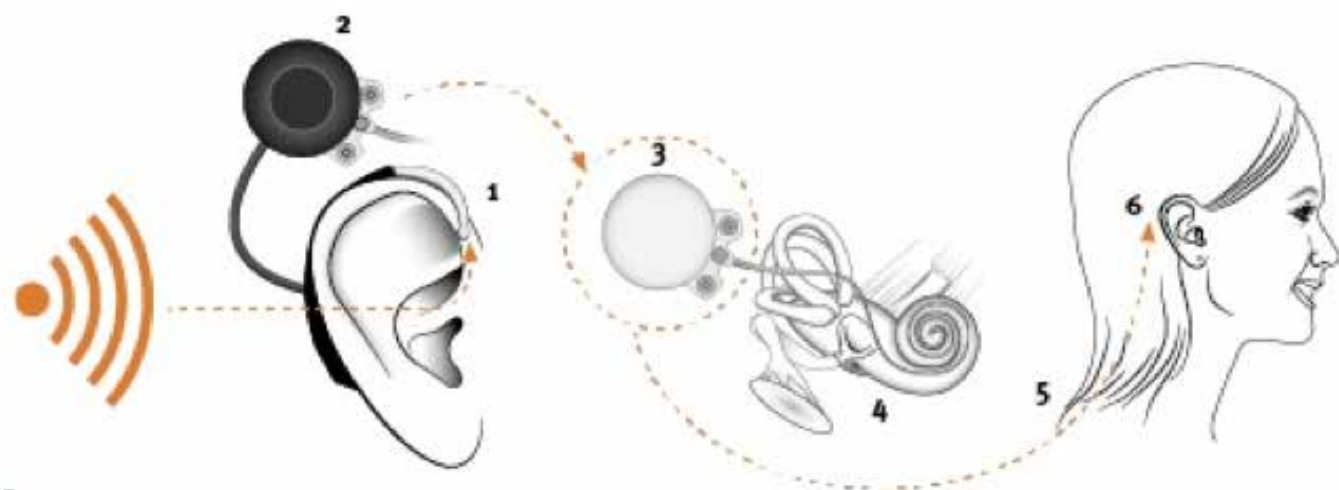
Reporting Initiative, 2015). Asimismo, dentro de la agenda internacional de política pública, esta investigación se relaciona con cuatro de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.

**Figura 1**  
ODS relacionados con el MAIC



Fuente: Elaboración propia basada en (González et al., 2016; PNUD, 2017).

Ahora bien, el IC y de manera particular el modelo de adopción de éste, contribuye al logro de dichos objetivos. El trabajo del implante es anatómicamente distinto, ya que estimula el funcionamiento de la cóclea, transformando el sonido en energía eléctrica como se muestra en la figura 2 y se explica a continuación.



“Esta energía estimula el nervio coclear enviando señales sonoras al cerebro. 1. El sonido es captado por un micrófono que va colocado cerca del oído 2. Se envía a un procesador de lenguaje conectado al micrófono puesto detrás del oído 3. El sonido es analizado y convertido en señales eléctricas, las cuales son transmitidas a un receptor implantado quirúrgicamente detrás del oído 4. El receptor envía la señal mediante de un alambre hasta el oído interno 5 y 6. Desde allí, los impulsos eléctricos son enviados al cerebro” (Kacker, 2014, p. 3).

Esta IT cuenta con partes externas (micrófono, procesador de lenguaje y un transmisor) e internas (receptor y electrodos). Se inventó para la restauración parcial de la sensación auditiva de las personas con hipoacusia neurosensorial bilateral profunda que no obtienen con los AA una suficiente ganancia auditiva.

**Tabla 2**

Etapas del proceso de implantación en niños sordos

Fase	Objetivos
Preimplante	Orientación y consentimiento informado de los padres de familia de los pacientes.
	Aplicación de los criterios de selección.
	Evaluación de los candidatos con perfiles establecidos.
Quirúrgica	Seguridad y eficacia de la intervención quirúrgica.
	Programación y ajustes al procesador.
Posimplante	Seguimiento audiológico.
	Rehabilitación auditiva.

Nota: Adaptada de Calvo, 2009; Corzo, Reyes y Chamlati, 2010; Rodríguez Garrido et al., 2003.

La colocación del IC requiere de un procedimiento quirúrgico que utiliza anestesia general y técnicas mínimamente invasivas, suele durar aproximadamente de una a dos horas (German, 2013).

El IC consta de un receptor-estimulador con un conjunto de electrodos que se insertan quirúrgicamente en la cóclea y se implanta en el cráneo, cerca del pabellón auricular y un procesador de sonido externo, que convierte éste en señales eléctricas que se transmiten al receptor-estimulador (Cenetec, 2009). Esta innovación también produce utilidades en la salud, dado que se encontró una relación positiva del costo utilidad (ganancia en dB) y el costo efectividad que tiene que ver con una mayor discriminación del lenguaje (Peñaranda et al., 2012).

Por otra parte, debido a su afinidad con la salud, la teoría que más se relaciona con el IC es la Innovación Guiada por el Usuario (User Driven Innovation Theory) (Mahlouji & Anaraki, 2009; Rosted, 2005; Røtnes & Staalesen, 2009; Stilgoe et al., 2013). Su característica es la comprensión de las necesidades de las personas y la participación de los usuarios con los innovadores en un entorno empresarial de colaboración entre involucrados. Además de la IT, existe también la innovación social y la responsable cuyas dimensiones se describen a continuación y también presentan impacto en la salud.

**Tabla 3**

Dimensiones de la innovación responsable

Dimensión	Enfoque	Características
Anticipación	Evaluación de la tecnología	Se basa en asuntos políticos y ambientales. Mejora la previsión científica y de políticas de innovación.
Reflexibilidad	Colaboración multidisciplinaria	Es una condición de la modernidad. Reflexiona la ética de la labor científica y de la innovación
Inclusión	Diseño centrado en el usuario	Amplía el grupo de stakeholders con públicos más diversos mediante modelos híbridos.
		Teoría de la Innovación Guiada por el Usuario.
Receptividad	Gestión de nicho	Responde a los retos sociales, valores y al nuevo conocimiento

El conocimiento y la comprensión de la intervención abarcan lo que sucede antes, durante y después de la cirugía, el seguimiento, la rehabilitación auditiva y la evaluación (desde que el niño es seleccionado como candidato a un programa de IC hasta que aprende a oír y a comunicarse).

### METODOLOGÍA

La n se conformó con 142 personas, de las cuales 62 son PCDA que se implantaron antes del 2007; en su mayoría cursaban su educación básica (preescolar, primaria o secundaria) y su edad actual es entre 12-62 años. El segundo grupo presenta el mismo perfil sin el IC. Por otra parte, participaron 61 padres de familia y 19 maestros de personas sordas residentes de la Ciudad de México (CDMX) antes Distrito Federal, Aguascalientes, Baja California Norte, Campeche, Chihuahua, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo y Veracruz.

Se realizó un estudio empírico basado en un modelo de investigación deductivo analítico (Bernal, 2010; Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2006; Kerlinger & Lee, 2001) que contrastó, de manera retrospectiva, los cambios en la comunicación, la educación y las posibilidades de inclusión y movilidad social de los jóvenes con IC, así como la percepción y las expectativas de sus padres al respecto.

Para ello se implementaron tres instrumentos que recolectaron la información sociodemográfica, educativa, de calidad de vida, así como de la movilidad social posterior a la adopción del implante. El inventario internacional de calidad de vida para las personas sordas Global Benefit Inventory (GBI); un instrumento nacional de movilidad social para los padres de familia Encuesta ESRU de Movilidad Social (EMOVI) y, por último, se diseñó en colaboración con el Instituto Mexicano de Otolología y Neurootología, S.C. (IMON) un cuestionario (con dos versiones para los padres de familia y sus terapeutas el QMAIC I y QMAIC II).

Asimismo, los hallazgos aportan tendencias entre las correlaciones de la movilidad social y las expectativas de los padres, la calidad de vida auditiva y la presencia del modelo de adopción del implante coclear (MAIC).

En la investigación se obtuvieron dos tipos de resultados. Los generales se refieren a la comparación entre el grupo de intervención con IC respecto a los del grupo control que usan AA. Posteriormente se obtuvieron resultados particulares por medio de ocho comparaciones entre cohortes (cohorts), es decir, analizando la evolución de cuatro subgrupos de sordos con IC y AA por separado. Las cohortes son grupos de individuos vinculados de alguna manera o identificados por una característica común, generalmente la edad o la época (Hernández-Sampieri et al., 2006).

El diseño metodológico se desarrolló en función a los tres objetivos específicos y al acceso para las fuentes de información. La n considera los factores que inciden en el resultado del proceso, tales como los antecedentes educativos del niño, la edad de implantación, la calidad de vida proporcionada con el IC, el nivel socioeconómico (NSE), la escolaridad, el apoyo y las expectativas de los padres, el tiempo y el tipo de rehabilitación, el seguimiento audiológico y el mantenimiento del IC. Se realizó un diseño de estudio conceptual de correlación múltiple con muestreo por juicio no proporcional al universo (Kerlinger & Lee, 2001).

### RESULTADOS

El IC es un dispositivo mediador en la rehabilitación auditiva e integración social que puede ser uno de los principales determinantes para la comunicación, la educación y la movilidad social de las personas sordas que, siendo candidatos lo recibieron oportunamente en su infancia. El conjunto de oportunidades que los padres promueven en sus hijos sordos -desde el día que saben que no escucha hasta que lo acompañan en sus transiciones educativas y laborales- se acumulan en logros y fracasos. La tabla 4 muestra los elementos individuales, familiares y sociales que influyen en la implantación de la persona; guían cada etapa del proceso y el MAIC.

**Tabla 4**

Transiciones en la historia de vida de los niños implantados

Individuales	Familiares	Sociales	Otros
Aspectos auditivos y cognitivos	Duelo y aceptación de la discapacidad	Estimulación del medio	Información y orientación
Edades de DX, CX adaptación de AA, e implantación	Modelo de crianza y expectativas de los padres	Comunicación y escolarización	Adquisición del lenguaje oral/LSM/MAV

Individuales	Familiares	Sociales	Otros
MAIC	Toma de decisiones con visión a futuro y sentido de logro	Oportunidades e igualdad	Apoyos institucionales, educativos y de su red
Edades de DX, CX adaptación de AA, e implantación	Modelo de crianza y expectativas de los padres	Comunicación y escolarización	Adquisición del lenguaje oral/LSM/MAV
Calidad de vida	Metas educativas e independencia	Movilidad social Empleo	Inclusión laboral NSE

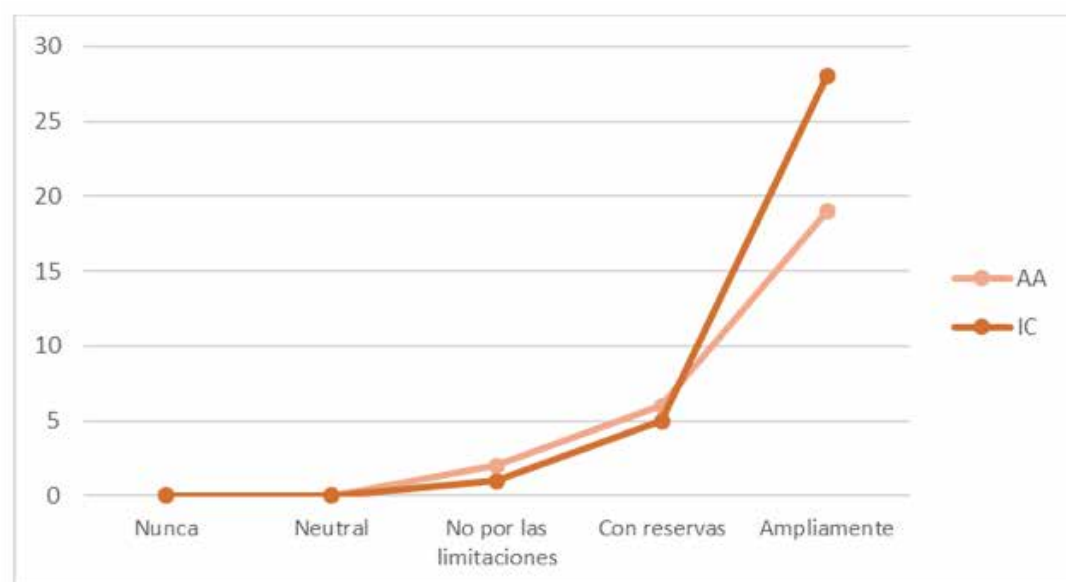
Nota: Elaboración de la autora Dx = diagnóstico. Cx = cirugía LSM = lengua de señas mexicana MAV = método auditivo verbal.

Con relación a la toma de decisiones de los padres de familia ante los obstáculos que se presenten durante las etapas del IC, luego de la falta de comunicación de sus hijos, está la carencia educativa en 34.38% para el grupo de intervención y 26.92% para el control. La segunda causa de pobreza de acuerdo con la EMOVI, es decir, aquellos obstáculos para el desarrollo que los padres perciben son la flojera en 34.38% y la falta de iniciativa en 50%. Asimismo, las dos principales causas de éxito que perciben los padres de los implantados son el trabajo responsable en 43.75% y 25% la educación. Por su parte, los padres del grupo control perciben en 30.77% la iniciativa personal y el trabajo responsable en 26.92%.

Los padres de los jóvenes implantados toman más decisiones educativas para evitar la pobreza e impulsar el éxito de sus hijos, ambas consideradas como variables de movilidad de riqueza en la EMOVI. Los padres del grupo control toman decisiones que reducen la falta de iniciativa, ya que la perciben como el mayor obstáculo y promueven la iniciativa personal de sus hijos pues la perciben como la principal causa de éxito

**Figura 3**

Confiabilidad-recomendación del tipo de intervención por grupos de padres



Nota: Elaboración de la autora.

En cuanto a la estadística inferencial, la prueba de Tukey encontró resultados significativamente distintos entre los grupos mostrados en las tabla 5 y 6. Compara los medios de cada tratamiento con los de cualquier otro, se aplica simultáneamente al conjunto de todas las comparaciones por parejas e identifica cualquier diferencia entre dos medios que sea mayor que el error estándar esperado (Pérez, 2009; Vicente et al., 2005). En ese sentido se encontraron diferencias significativas provocadas por el efecto tratamiento en la variable familia, uno de los cuatro pilares del MAIC. Es decir, existe evidencia estadística para concluir que el tratamiento IC es estadísticamente diferente del tratamiento o intervención con AA

Esta evidencia coadyuva a la comprobación empírica y estadística de seis de las nueve hipótesis siguientes: H1.2; 2; 2.1; 2.2; 3 y 3.2, puesto que éstas incluyen en una parte de sus respectivos supuestos a la variable familia como un aspecto determinante del MAIC y del desarrollo de la PCDA.

**Tabla 5**

Procedimiento ANOVA variable dependiente familia

Fuentes de variación	GL	SC	CM	F-Valor	Pr > F
Modelo	3	12.5842707	4.1947569	5.02	0.0025
Error	138	115.3100955	0.8355804		
Total	141	127.8943662			

R-cuadrado	Coeficiente de Var	Raíz cuadrada (MSE)	Media
0.098396	32.04996	0.914101	2.852113

Fuentes	GL	ANOVA SC	CM	F-Valor	Pr > F
Bloque	2	9.10781494	4.55390747	5.45	0.0053
Tratamiento	1	3.47645575	3.47645575	4.16	0.0433

Nota: Elaboración con SPSS de la Dra. Elizabeth Trujillo Ubaldo. GL = grados de libertad. SC = suma de cuadrados. CM = cuadrados

**Tabla 6**

Tukey Agrupamiento	Media	N	Tratamiento
A	3.0000	75	1
B	2.6866	67	2

Prueba del rango estudentizado de Tukey (HSD) para la variable familia

Nota: Elaboración con SPSS de la Dra. Elizabeth Trujillo Ubaldo. Medias con la misma letra no son significativamente diferentes. HSD = honest significant difference.

## CONCLUSIONES

Aunque la discapacidad presenta condiciones desfavorables, también se puede vivir con dignidad, valor y fraternidad considerando un modelo biopsicosocial cuyo objetivo es:

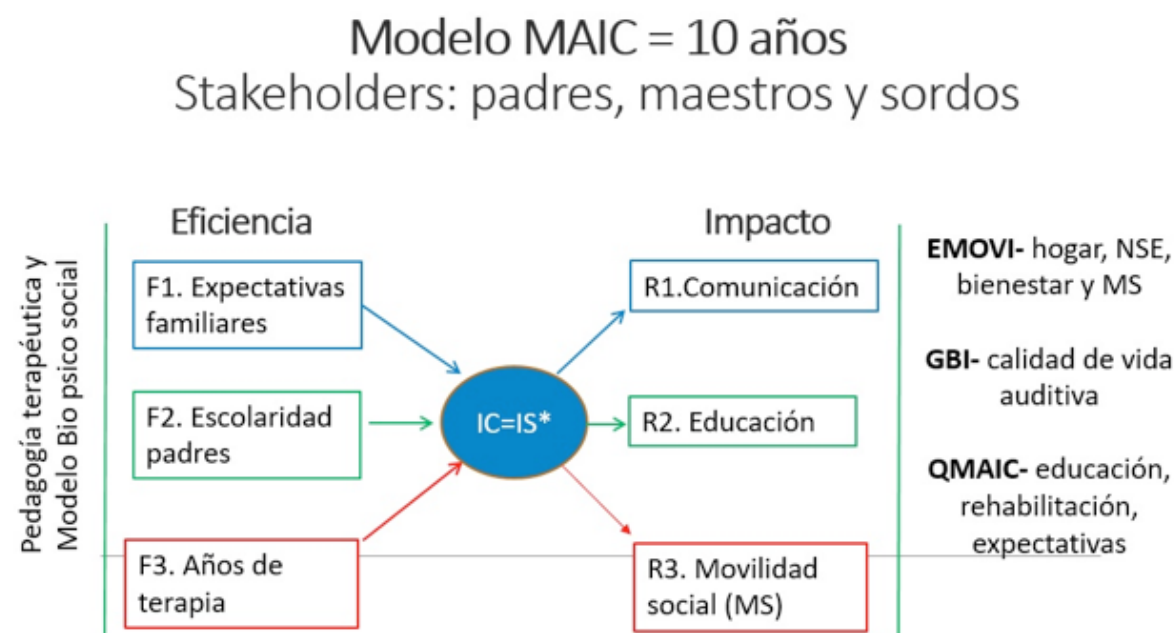
“Contribuir a la atención de rehabilitación integral a las personas con discapacidad mediante el logro de la independencia de la persona, aprovechando al máximo su potencial en las esferas biológicas, psicológicas y sociales junto a su grupo familiar, incorporando a las instituciones, asociaciones y líderes de la comunidad” (Organización Mundial de la Salud, 2012, p. 10).

En la investigación no fue determinante la edad de implantación como tal, sino las variables relacionadas con la familia, el NSE, el esfuerzo personal y el trabajo a largo plazo. Asimismo, el IC disminuye las barreras a la movilidad educativa, tales como la carencia de escuelas, maestros, sistemas educativos inclusivos y, por tanto, reduce la desigualdad de las PCDA.

La figura 4 muestra el efecto atribuible de una intervención en el resultado final, es decir, la evaluación de impacto social (Gertler et al., 2011) que se corroboró con los hallazgos de la literatura.

#### Figura 4

Impactos de la intervención en función al MAIC



La brecha escolar del sordo **disminuye** de 2-6 años y su **desigualdad social** a largo plazo  
\*Modifica procesos individuales, familiares, educativos y sociales de las PCDA

Nota: Elaboración de la autora. En el Eje X se encuentran las variables dependientes o factores determinantes. En el Eje Y se presentan los cambios derivados de 10 años de arraigo del MAIC.

Se considera que el IC define la historia de vida del sordo en un antes y después. Le ayuda a establecer un piso de arranque basado en sus méritos y no en su origen social; junto con el aprendizaje de la comunicación oral; facilita el acceso a las transiciones escuela-trabajo incrementa el NSE a partir de sus resultados educativos y su inclusión laboral.

## BIBLIOGRAFÍA

Banco Mundial & Organización Mundial de la Salud (2011). Informe mundial sobre la discapacidad. Ginebra: OMS. <http://doi.org/ISBN 978 92 4 068823 0>

Calvo, L. (2009). Determinación del costo del implante coclear. Retrieved March 10, 2015, from [http://www.cenetec.gob.mx/interior/gaceta2\\_1\\_1/costo\\_implante.html](http://www.cenetec.gob.mx/interior/gaceta2_1_1/costo_implante.html)

Corzo, M. (2010). Guía clínica de terapia para candidatos a implante coclear o ya implantados. México: Secretaría de Salud, Instituto Nacional de Rehabilitación.

Fundación ONCE & Global Reporting Initiative (2015). La discapacidad en las memorias de sostenibilidad. Madrid: Fondo Social Europeo.

Gertler, P., Martínez, S., Premand, P., Rawlings, L. & Vermeersch, C. (2011). La evaluación de impacto en la práctica. Washington: Banco Mundial.

Hear-it (2015). Hearing loss is a growing global issue. Retrieved April 1, 2015, from <http://www.hear-it.org/hearing-loss-growing-global-issue>

INEGI (2010). Población. Discapacidad. Retrieved February 3, 2015, from <http://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/discapacidad.aspx?tema=P>

Organización Mundial de la Salud (2012). Implementación del modelo biopsicosocial para la atención de personas con discapacidad a nivel nacional. San Salvador: Organización Panamericana de la Salud.

Organización Mundial de la Salud (2013). Sordera y pérdida de la audición. Retrieved January 30, 2015, from <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs300/es/>

Owen, R., Macnaghten, P. & Stilgoe, J. (2012). Responsible Research and Innovation: From Science in Society to Science for Society, with Society. *Science and Public Policy*, 39(6), 751-760. <http://doi.org/10.1093/scipol/scs093>

Rodríguez, J., Asencio, C., & Manrique, M. (2003). Implantes cocleares: actualización y revisión de estudios coste-utilidad (No. 37). Madrid.

Stilgoe, J., Owen, R., Macnaghten, P., Stilgoe, J., Macnaghten, P., Gorman, M., ... Guston, D. (2013). Developing a Framework for Responsible Innovation. *Research Policy*, 42(9), 1568-1580. <http://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2013.05.008>

PRÓXIMA APERTURA  
**DOCTORADO EN INNOVACIÓN Y  
RESPONSABILIDAD SOCIAL**



Inicio: 17 de agosto de 2018

**20%**  
DE DESCUENTO  
A EGRESADOS

**Coordinación Académica:**

Dr. Miguel Ángel Santinelli Ramos  
miguel.santinelli@anahuac.mx  
pegaso.anahuac.mx/clares

**INFORMES:**

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua  
Tels.: (55) 56 27 02 10 ext. 7100 y (55) 53 28 80 87  
posgrado@anahuac.mx  
anahuac.mx/mexico

Facultad de  
**Responsabilidad Social**

Campus Norte

**GRANDES LÍDERES**

**Y MEJORES PERSONAS**

**Posgrados**  
**Anáhuac**

# CASO #3

## ACTUANDO MEJOR: UNA CIUDAD, UN CAMBIO

Un nuevo paradigma en la prevención del uso nocivo del alcohol, a través de la conformación de una alianza intersectorial

**Martha Elizalde Durán,**

Coordinadora de Comunicación y Consultoría del CLARES/  
Candidato a Doctor en Innovación y Responsabilidad Social  
martha.elizalde@anahuac.mx

**Daniela García Hernández**

Colaboradora del CLARES en proyectos de responsabilidad social/  
Mtra. en Responsabilidad Social

**Marinelly Díaz Saporiti**

Marinelly Díaz Saporiti es Especialista en el diseño de programas para la prevención del uso nocivo del alcohol / Mtra. en Gerencia Pública

### RESUMEN

El consumo de bebidas alcohólicas ha tenido diversos significados, funciones y símbolos culturales, así como una altísima penetración social, por lo que ha llegado a convertirse en una sustancia lícita, socializada y aceptada en la mayor parte del mundo. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, el consumo promedio a nivel mundial es de 6.2 litros de alcohol puro por año, lo que se traduce en 13.5 gramos de alcohol puro por día (OMS, 2014). Aun cuando México no se ubica dentro de los países con mayor consumo per cápita, los datos sobre consecuencias negativas por el uso nocivo de alcohol lo posicionan entre los primeros lugares. Este fenómeno se debe principalmente a la forma, frecuencia y cantidad en la que se consume el alcohol; de hecho, el patrón de consumo normalizado en México es de altas cantidades de alcohol por ocasión: cinco copas o más para los hombres y cuatro o más para las mujeres.

Según la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco (ENCODAT, 2016), 16.8 millones de mexicanos reportan haber consumido alcohol en exceso durante el último mes, habiéndose incrementado significativamente esta prevalencia -con respecto a 2011- de 20.9 a 29.9% en los hombres, y de 4.1 a 10.3% en las mujeres. Además, datos de la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Estudiantes (ENCODE, 2014) señalan que el consumo de bebidas alcohólicas en la población adolescente se presenta desde niveles escolares tempranos: los estudiantes de secundaria y preparatoria inician el consumo de alcohol, en promedio, a los 10 años de edad.

Estos datos colocan a México entre los países en los que prevalece el consumo riesgoso entre

su población, siendo de especial preocupación el incremento del uso nocivo del alcohol entre los jóvenes. Estos datos dan cuenta de la necesidad de generar acciones claras en materia de prevención del uso nocivo del alcohol en México.

En respuesta a esta necesidad, Diageo desarrolló Actuando Mejor, el cual es un modelo preventivo que tiene como objetivo promover un cambio a favor de una cultura y actitud hacia el consumo, venta y servicio responsable de alcohol, a través de la implementación de estrategias y programas que estén interrelacionados, con el fin de que diversos actores trabajen de manera coordinada en distintos niveles y contextos.

Este Caso de Estudio presenta la descripción e implementación de Actuando Mejor como modelo de prevención del uso nocivo del alcohol por medio del estudio piloto en la ciudad de Querétaro.

Palabras clave: Prevención del uso nocivo del alcohol, consumo responsable, estrategia mundial para la reducción del uso nocivo del alcohol, Diageo, responsabilidad social empresarial, responsabilidad social corporativa, alianza intersectorial, impacto social, salud pública.

## 1. Presentación del Caso

### 1.1 Contexto y propósito

Diageo es una compañía global, líder en el mercado de bebidas premium en el mundo, fundada en 1997, tras la fusión de GrandMet y Guinness. La empresa tiene sus oficinas centrales en Londres y cuenta con operaciones en más de 180 países alrededor del mundo, con una plantilla de más de 32 mil trabajadores.

Entre su portafolio de marcas destacan los whiskies Johnnie Walker®, Buchanan's®, J&B® y Black & White®; los vodkas Smirnoff®, Cîroc® y Ketel One®; los rones Captain Morgan® y Zacapa®; así como otras marcas reconocidas como Tequila Don Julio®, Baileys®, Tanqueray® y Guinness®.

El liderazgo de Diageo como compañía trasciende el plano de los resultados financieros. De hecho, la empresa ha tenido un rol proactivo en la prevención del uso nocivo del alcohol, a través de diferentes programas e iniciativas. Educación y consumo responsable son los dos conceptos rectores del compromiso social de Diageo, ambos reflejados en la formulación y puesta en marcha del modelo Actuando Mejor.

En 2013, Diageo fue uno de los primeros firmantes del compromiso global de las principales empresas de bebidas alcohólicas para contribuir a la implementación de la Estrategia Global para Reducir el Uso Nocivo del Alcohol, desarrollada para la Organización Mundial de la Salud (OMS).

A continuación se enlistan, de manera cronológica, los principales acontecimientos en los que Diageo ha participado en respuesta a los compromisos globales en materia de reducción del uso nocivo del alcohol.

- 2010 La Organización Mundial de la Salud (OMS) publica la “Estrategia Mundial para Reducir el Uso Nocivo del Alcohol” (EMRUNA), con la meta de lograr una reducción relativa de 10% en el uso nocivo de alcohol para 2025.

- 2011 Diageo México en conjunto con el gobierno del estado de Querétaro crean el modelo de prevención Actuando Mejor.
- 2012 Diageo es uno de los primeros firmantes de los compromisos de los productores, los cuales incluyen un conjunto de acciones durante un periodo de cinco años (2013-2017), a fin de hacer una contribución real con respecto al objetivo global de lograr una reducción relativa de 10% en el uso nocivo de alcohol para 2025.
- 2012 Diageo y el gobierno de Querétaro inician la implementación del piloto del modelo de prevención Actuando Mejor.
- 2013 Entran en vigencia los compromisos de los productores.
- 2014 La Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) de Querétaro, la Secretaría de la Juventud y Diageo firman un convenio de colaboración, formalizando su voluntad de seguir avanzando en la implementación de Actuando Mejor en el estado.
- 2015 Se realiza la última encuesta y se cierra la fase piloto de Actuando Mejor en Querétaro.
- 2015 La SSC y Diageo renuevan el convenio de colaboración y presentan la herramienta “Saber Conducir” para prevenir accidentes viales.
- 2016 Diageo encarga a una institución académica la realización de un análisis de efectividad e impacto de Actuando Mejor, a fin de obtener recomendaciones que fortalezcan el modelo de prevención.

El Modelo de Actuando Mejor representa un nuevo paradigma en la prevención del uso nocivo del alcohol, en el que mediante un enfoque colaborativo entre la industria, el gobierno y la sociedad civil se aborda un problema de salud pública, para crear una nueva cultura frente al consumo, venta y servicio responsable de bebidas alcohólicas, por medio de la implementación de estrategias y programas que estén interrelacionados, con el fin de que diversos actores trabajen de manera coordinada en distintos niveles y contextos. Este caso de estudio intenta colocar al lector en el debate, la reflexión y la crítica propositiva de este modelo de prevención de uso nocivo del alcohol en plena evolución. Las interrogantes que introducen al caso de estudio son:

- ¿Cuál es el alcance real que podría tener un modelo preventivo para mitigar un problema de salud pública?
- ¿Cuál es el impacto que Actuando Mejor está generando para cambiar los patrones de uso nocivo del alcohol en México?

### 1.2 Metodología

Siguiendo el “Método de Casos” de Harvard University (1914), denominado también “Análisis o Estudio de Casos”, se realizó un proceso de investigación documental y de campo, con el fin de elaborar un documento que presentara el modelo de prevención Actuando Mejor, sus resultados y la importancia de sus alianzas intersectoriales.

Los alcances:

1. Dar a conocer los antecedentes de una problemática a nivel mundial sobre el uso nocivo del alcohol y los marcos referentes de acción.
2. Presentar el modelo de prevención que se enmarca en el compromiso social corporativo de una compañía líder en su ramo.
3. Presentar los resultados de una alianza intersectorial entre gobierno, sociedad civil y sector privado.

Este documento se pone a disposición de estudiantes con carreras afines en ciencias sociales, organizaciones de la sociedad civil y actores particulares interesados en el tema.

### 1.3 Actores sociales

Para la elaboración de este Caso de Estudio se considera y agradece la aportación de instituciones clave, por guardar alguna relación con la creación y seguimiento del modelo Actuando Mejor, tales como:

Secretaría de la Juventud de Querétaro  
Secretaría de Seguridad Ciudadana de Querétaro  
Policía Estatal de Querétaro  
Secretaría de Salud de Querétaro  
Dirección de Gobierno de Querétaro  
Diageo  
Consejo Estatal Contra las Adicciones  
Consejo Estatal para la Prevención de Accidentes  
Unidad de Protección Civil del estado de Querétaro  
Observatorio Ciudadano de Seguridad del estado de Querétaro  
Convivencia sin Violencia-Querétaro  
Proyecto "Salvemos Nuestra Vida"  
Tiendas de autoservicio, conveniencia y mayoreo  
Feria Internacional Ganadera de Querétaro  
Feria de Tequisquiapan  
Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)  
Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)  
Asociación de Discotequeros, Bares y Restaurantes de Querétaro, A.C.  
Unión Regional Ganadera  
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey-Campus Querétaro  
Instituto Tecnológico de Querétaro  
Universidad Aeronáutica de Querétaro  
Universidad Anáhuac  
Universidad Autónoma de Querétaro  
Universidad Contemporánea  
Universidad Cuauhtémoc  
Universidad Politécnica de Querétaro  
Universidad Tecnológica de Querétaro  
Universidad del Valle de México

### 1.4 Colaboraciones especiales

La realización de este caso de estudio no hubiera sido posible sin el apoyo y participación de las siguientes personas: Yamania Peña Flores, Gerente de Responsabilidad Social Corporativa de Diageo México; Josafath Rodríguez Saldaña, Director de Relaciones Corporativas Diageo México; Janet Sarina Orozco Monroy, Departamento de Salud de la Secretaría de la Juventud del estado de Querétaro; Capitán Adolfo Vega Montoto, ex Secretario de Seguridad Ciudadana de Querétaro.

## 2. Los patrones de consumo de alcohol

### 2.1 Los patrones de consumo de alcohol en el mundo

A lo largo de la historia, el consumo de bebidas alcohólicas ha tenido diversos significados,

funciones y símbolos culturales dentro de la sociedad. Ha fungido como alimento, bebida para quitar la sed, se ha consumido como un relajante y lubricante social, e incluso ha formado parte de rituales y ceremonias religiosas; estando presente, en general, en una variedad de situaciones tanto públicas como privadas.

Esta sustancia ha tenido tanta penetración en la sociedad, y su consumo –en la mayor parte del mundo– se ha vuelto tan cotidiano, que llegó a convertirse en una sustancia lícita, socializada y aceptada por la humanidad. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, el consumo promedio a nivel mundial (contabilizado en personas mayores de 15 años de edad) es de 6.2 litros de alcohol puro por año, lo que se traduce en 13.5 gramos de alcohol puro por día (OMS, 2014).

En el continente americano, los reportes señalan que el promedio de consumo en litros de alcohol puro por país, varía entre los 3.2 litros (El Salvador) y los 12.5 litros (Granada). México se encuentra en el lugar número 15 junto con Ecuador, con un consumo de 7.2 litros de alcohol puro per cápita; por encima del promedio mundial de 6.2 litros (OMS, 2014).

Para englobar los diferentes patrones de consumo que tienen efectos perjudiciales en la salud y el bienestar de la población, la OMS desde el 2010 utiliza el concepto de uso nocivo del alcohol, entendido como "una noción amplia que abarca el consumo de alcohol que provoca efectos sanitarios y sociales perjudiciales para el bebedor, para quienes lo rodean y para la sociedad en general, así como las pautas de consumo de alcohol asociadas a un mayor riesgo de resultados sanitarios perjudiciales".

Este término engloba los principales daños que genera el uso nocivo del alcohol, que puede ir desde el consumo riesgoso hasta la dependencia, así como sus consecuencias de salud para el individuo y las implicaciones sociales. De acuerdo con la OMS, cada año se producen 3.3 millones de muertes en el mundo debido al uso nocivo de alcohol (5.9% de todas las defunciones) y 5.1% de la carga mundial de morbilidad y lesiones se atribuyen a este patrón de consumo (OMS, 2015).

Una de las formas más frecuentes en las que se presenta el uso nocivo del alcohol es la de beber grandes cantidades por ocasión de consumo; y este patrón se clasifica como de riesgo debido a los efectos y daños que puede causar en la salud, si el hábito persiste (OMS, 2008). Ésta es la forma de consumo que está incrementado en la población, especialmente en el continente americano.

En las Américas, el porcentaje de bebedores hombres que tiene consumos episódicos fuertes de alcohol, es decir, que consumen al menos cuatro o cinco bebidas alcohólicas en una ocasión en los últimos 30 días, pasó de alrededor de 18% a casi 30% entre 2005 y 2010, y aumentó de 4.6 a 13% entre las mujeres. En la región, uno de cada cinco bebedores (22%) practica episodios de consumo alcohólico excesivo, un porcentaje superior al promedio global de 16% (OPS, 2015).

### 2.2 Los patrones de consumo de alcohol en México

Aun cuando México no se ubica dentro de los países con mayor consumo per cápita, los datos sobre consecuencias negativas por el uso nocivo de alcohol lo posicionan entre los primeros lugares. Este fenómeno se debe principalmente a la forma, frecuencia y cantidad en la que se consume el alcohol.



Las encuestas señalan que la prevalencia del consumo ha tenido un incremento importante en los últimos nueve años. De hecho, el patrón de consumo normalizado en México es de altas cantidades de alcohol por ocasión: cinco copas o más para los hombres y cuatro o más para las mujeres, configurando lo que se conoce como un patrón de consumo explosivo. La Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) de 2011 reporta que 53.6% de los adultos entre 18 y 34 años han experimentado al menos un episodio de alto consumo.

Según la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco (ENCODAT, 2016), 16.8 millones de mexicanos reportan haber consumido alcohol en exceso durante el último mes, habiéndose incrementado significativamente esta prevalencia –con respecto al 2011– de 20.9 a 29.9% en los hombres y de 4.1 a 10.3% en las mujeres. El consumo diario de alcohol también aumentó con respecto a 2011, en los hombres pasó de 1.4 a 4.5% y en las mujeres de 0.2 a 1.4%. Estos datos colocan a México entre los países en los que prevalece el consumo riesgoso entre su población. Adicionalmente, México cuenta con una elevada proporción de abstemios (24% de los hombres y 70% de las mujeres son abstemios, mientras que el porcentaje promedio del continente es de 25 y 45%, respectivamente. OPS, 2007), lo que hace que el alcohol efectivamente consumido se concentre en un menor número de personas (Medina Mora, 2013).

Preocupa especialmente el incremento del uso nocivo del alcohol entre los jóvenes. De hecho, la misma ENCODAT 2016 reporta que, entre la población adolescente (12-17 años), el consumo excesivo en el último mes mostró un aumento significativo de 4.3% en el 2011 a 8.3%. Más grave aún, la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Estudiantes (ENCODE, 2014) señala que el consumo de bebidas alcohólicas en la población adolescente se presenta desde niveles escolares tempranos: los estudiantes de secundaria y preparatoria inician el consumo de alcohol, en promedio, a los 10 años de edad. De los estudiantes de secundaria y preparatoria, 53.2% consume alcohol y 14.4% de ellos presentan un consumo problemático. Todos estos datos justifican la necesidad de generar acciones claras en materia de prevención del uso nocivo del alcohol en México y de promover intervenciones basadas en evidencia, que permitan brindar herramientas a los mexicanos a fin de prevenir el consumo riesgoso y detener el descenso de la edad de inicio en la población en general.

### 3. El modelo de prevención Actuando Mejor

#### 3.1 Antecedentes

La 63ª Asamblea de la Organización Mundial de la Salud, realizada en mayo de 2010, avaló la Estrategia Mundial para Reducir el Uso Nocivo del Alcohol (EMRUNA), al reconocer el estrecho vínculo que existe entre dicho uso y el desarrollo socioeconómico de los países. La estrategia establece, entre otras cosas, áreas prioritarias para la actuación mundial dirigidas a promover, apoyar y complementar las medidas pertinentes en los niveles local, nacional y regional; con la finalidad de lograr una reducción relativa de 10% en el consumo nocivo de alcohol para 2025.

Los cinco objetivos de la EMRUNA son:

1. Aumentar la concienciación mundial y reforzar el compromiso de los gobiernos.
2. Consolidar el acervo de conocimientos sobre la magnitud y los determinantes de los daños y sobre las intervenciones que reducen y previenen eficazmente esos daños.
3. Incrementar el apoyo técnico prestado a los Estados Miembros.

4. Fortalecer las alianzas e intensificar la coordinación entre los interesados, y aumentar la movilización de los recursos necesarios para adoptar medidas de prevención.
5. Mejorar los sistemas de seguimiento, vigilancia y difusión.

La EMRUNA, además, propone opciones de política e intervenciones aplicables a nivel nacional, agrupadas en 10 esferas de acción, a saber:

1. Liderazgo, concienciación y compromiso.
2. Respuesta de los servicios de salud.
3. Acción comunitaria.
4. Políticas y medidas contra la conducción bajo los efectos del alcohol.
5. Disponibilidad de alcohol.
6. Mercadeo de las bebidas alcohólicas.
7. Políticas de precios.
8. Mitigación de las consecuencias negativas del consumo de alcohol y la intoxicación etílica.
9. Reducción del impacto en la salud pública del alcohol ilícito y el alcohol de producción informal.
10. Seguimiento y vigilancia.

En atención a lo anterior, los principales productores globales de cerveza, vino y bebidas espirituosas crearon y suscribieron los compromisos de los productores. Dichos compromisos se proponen contribuir con la implementación de la Estrategia Mundial de la OMS, reconociendo el rol constructivo que los Estados Miembros han identificado para los productores en la prevención del uso nocivo de alcohol.

En 2012, Diageo fue uno de los primeros firmantes de este compromiso global de las principales empresas productoras de bebidas alcohólicas. Los compromisos incluyen un conjunto de acciones durante un periodo de cinco años (2013-2017), cuyo objetivo es hacer una contribución real con respecto al objetivo global establecido por los gobiernos del mundo, de lograr una reducción relativa de 10% en el uso nocivo de alcohol para 2025. Diageo y las empresas firmantes se han comprometido a trabajar en cinco áreas estratégicas:

1. Reducir el consumo de alcohol entre menores de edad.
2. Fortalecer y ampliar los códigos de mercadeo responsable.
3. Proveer información al consumidor y fomentar la innovación responsable de productos.
4. Reducir la combinación de consumo de alcohol y conducción de vehículos.
5. Sumar el apoyo de los vendedores minoristas para reducir el consumo nocivo de alcohol.

Los compromisos de los productores constituyen la iniciativa más importante de la industria para implementar formas eficaces para abordar el uso nocivo y construir acciones de largo plazo en los esfuerzos de la industria (Producers' Commitments, 2015).

#### 3.2 Historia de Actuando Mejor

Actuando Mejor nació del trabajo conjunto entre el sector público, la iniciativa privada y la sociedad civil, con el objetivo de crear acciones que generen una cultura y actitud responsable en torno a las bebidas con alcohol. El modelo fue concebido desde sus inicios como un movimiento social, en el entendido de que promueve nuevas actitudes y más sanas formas de interacción con el alcohol, para que sean adoptadas por la sociedad, desarrollando sentido de pertenencia con respecto a sus conceptos.

Para junio de 2012, la recientemente creada Secretaría de la Juventud (SEJUVE) del estado

de Querétaro reveló que la principal causa de deceso en jóvenes de 15 a 35 años de edad, eran los accidentes automovilísticos relacionados con consumo de alcohol. Para esa fecha, el estado de Querétaro no contaba con suficiente información ni con evidencia científica que aportara datos hacia el problema. El único acercamiento que existía hacia el fenómeno del uso nocivo del alcohol se circunscribía al tratamiento de adicciones, más que hacia un modelo de prevención.

La SEJUVE fue haciendo el levantamiento de todo el caso en el estado y, a la par, estudiando los modelos de programas de alcoholimetría vigentes en la Ciudad de México y Guadalajara, con énfasis en el otorgamiento de licencias de conducir por primera vez y en la sensibilización de conductores. El siguiente paso constituyó el inicio del trabajo interinstitucional: la SEJUVE y la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) del estado establecieron una alianza, a fin de adoptar mejores prácticas y nuevas formas de capturar la información de los incidentes de tráfico.

Así, revisaron en conjunto los formatos que usaban los policías para recabar información de los accidentes de tránsito. Hasta la fecha, los formatos no reseñaban edad, género, horario, vías principales de incidentalidad, días de mayor ocurrencia de accidentes, o si el conductor había consumido alcohol, entre otros datos de gran relevancia. Por lo tanto, lo primero que implementaron de manera conjunta ambas secretarías fue modificar el formato de recolección de datos de accidentes de tránsito, a fin de construir una línea base.

Posteriormente, la Secretaría de Salud del estado se sumó a los esfuerzos, logrando suscribir un convenio con el gobierno federal, a fin de obtener recursos para la adquisición de equipos de alcoholimetría para diferentes municipios.

Por su parte, Diageo venía caminando a la par, enfocados en desarrollar esfuerzos de prevención como su campaña de consumo responsable “Ángel Guardián”, la cual estaba vigente a la fecha. El primer acercamiento entre Diageo y el gobierno de Querétaro consistió en que ambas instituciones compartieran preocupaciones y nociones sobre la prevención del uso nocivo del alcohol mediante una sesión de DRINKiQ, que es la plataforma global de consumo responsable de la empresa.

Posteriormente, definieron y coordinaron la creación de mesas de trabajo, con participación de la sociedad civil, universidades, protección civil, entre otros, a fin de identificar conjuntamente los componentes que se debían abordar para tener una visión integral en materia de prevención de uso nocivo del alcohol, y que terminaron siendo los componentes programáticos del modelo de prevención de Actuando Mejor.

Diageo presentó la herramienta “Saber Servir”, destinada a capacitar al personal de bares, restaurantes y discotecas en venta y servicio responsable de bebidas con alcohol, y el gobierno vio el valor de trabajar conjuntamente con la empresa, logrando una importante sinergia en recursos y capacitaciones. De esta manera, se fue consolidando una relación de confianza entre el gobierno local y Diageo, motivada por el logro de un objetivo común: la prevención del uso nocivo del alcohol en jóvenes.

En agosto de 2014, la Secretaría de Seguridad Ciudadana de Querétaro, en coordinación con la Secretaría de la Juventud y Diageo, formalizaron su voluntad de seguir avanzando en la implementación de Actuando Mejor en el estado, por medio de la firma de un convenio de colaboración. Entre otras cosas, Diageo se comprometió a proporcionar equipos de

alcoholimetría con sus impresoras y boquillas, así como a capacitar a los elementos policiales en el programa Conduce sin Alcohol.

### 3.3 Sustento teórico del modelo

Dada la prevalencia y dimensión actual del uso nocivo del alcohol, el modelo Actuando Mejor encamina sus acciones hacia la prevención, apuntando a ser la intervención más eficiente a realizar, ya que privilegia la predicción y anticipación de los problemas relacionados con el uso nocivo del alcohol. Las acciones de prevención en materia de alcohol se centran en lograr restringir, disminuir o eliminar el consumo, así como en disminuir los efectos negativos que pueden presentarse en el individuo y la sociedad.

El modelo Actuando Mejor, mediante la implementación de diversos programas y acciones de prevención, se propone incidir en los individuos para incrementar sus factores de protección y disminuir los factores de riesgo, modificando el contexto ambiental que se relaciona con el consumo y la interacción entre estos factores.

Actuando Mejor responde a los principios de prevención denominados ambientales, los cuales están encaminados a implementar estrategias que intentan modificar los ambientes inmediatos del individuo, como son el ámbito cultural, social, físico o económico; contextos donde las personas toman decisiones en cuanto al consumo del alcohol (Burkhart, 2012; Fisher, 1998).

De esta manera, Actuando Mejor tiene como objetivo principal promover un cambio a favor de una cultura y actitud hacia el consumo, venta y servicio responsable de alcohol, por medio de la implementación de estrategias y programas de prevención del uso nocivo del alcohol que estén interrelacionados, con el fin de que diversos actores trabajen de manera coordinada en distintos niveles y contextos.

### 3.4 Principios rectores del modelo

Actuando Mejor cuenta con cuatro principios que orientan todos sus componentes y acciones programáticas hacia la prevención del uso nocivo del alcohol, a saber:

1. Respeto a la abstinencia. El modelo promueve el desarrollo de habilidades en la población, a fin de que puedan decidir asertivamente cuándo consumir o no bebidas alcohólicas.
2. No tomar y manejar. Actuando Mejor se propone sensibilizar a la población sobre los efectos del consumo de alcohol en la conducción, promoviendo que si se decide consumir alcohol, se utilicen medios de transporte alternativos o la designación de un conductor.
3. No a la venta de alcohol a menores. El modelo impulsa una cultura de cero tolerancia en el consumo y venta de alcohol a menores de edad.
4. Si se decide tomar, hacerlo con moderación. Actuando Mejor promueve nuevas y más sanas formas de interacción con el alcohol.

### 3.5 Componentes del modelo Actuando Mejor

El modelo está integrado por cuatro componentes principales, cada uno de ellos se enfoca en implementar y evaluar programas, estrategias o acciones específicas que promuevan la prevención del uso nocivo del alcohol. Es importante señalar que, con base en el sustento teórico del programa, para lograr un impacto en la reducción del uso nocivo del alcohol, el modelo exige que se intervenga en los cuatro componentes de manera simultánea; de tal forma que las acciones estén vinculadas entre sí e impacten en los diversos sistemas del individuo (familia, escuela, comunidad, etcétera).

### Componente I: Integración de actores estratégicos

El objetivo de este componente es lograr el involucramiento y la participación activa de diversos actores de la sociedad en el modelo, a fin de generar cambios actitudinales con respecto al consumo, servicio y venta de bebidas con alcohol que sean perdurables en el tiempo.

Generar un cambio de actitud con respecto al consumo de alcohol requiere lograr transformaciones sostenibles en el tiempo, a partir de intervenciones coordinadas. La participación activa y comprometida de la sociedad civil, el gobierno local y la empresa privada contribuyen, de manera determinante, a forjar el impacto social del programa.

En tal sentido, para que las acciones de prevención sean sostenibles, hace falta un firme liderazgo y una sólida base de concienciación, voluntad y compromiso de todos los actores involucrados. Por lo que el objetivo principal de este componente es que por medio de tres acciones específicas –vinculación, sensibilización y compromiso–, se logre el involucramiento y la participación activa de diversos actores de la sociedad en el modelo.

A continuación, en la siguiente tabla se señalan los actores más relevantes:

Gobierno	Privados	Organizaciones de la sociedad civil	Universidades y otras instituciones académicas	Medios de comunicación
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud</li> <li>• Educación</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Juventud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cámaras empresariales</li> <li>• Cámaras o asociaciones de restaurantes, bares y discotecas</li> <li>• Asociaciones de bartenders</li> <li>• Aseguradoras</li> <li>• Asociaciones de taxistas y transportistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociaciones de padres</li> <li>• Asociaciones vecinales</li> </ul>		

### Componente II: Implementación de estrategias de cambio en la población

El objetivo de este componente es generar cambios en la población, a fin de reducir el uso nocivo del alcohol en los contextos más cercanos del individuo, por medio de dos ejes primordiales:

1. La enseñanza de conductas y habilidades para una actitud responsable mediante herramientas pedagógicas en línea o presenciales.
2. La implementación de programas, estrategias o acciones que permitan sensibilizar y prevenir las consecuencias del uso nocivo del alcohol como el programa Conduce sin Alcohol, campañas de comunicación, entre otras.

En la siguiente tabla se presenta un breve resumen de las herramientas pedagógicas del modelo, su audiencia y los temas que aborda:

	Saber Servir	Saber Vender	Saber Conducir	Saber de Alcohol	DRINKiQ	Saber hablar con ellos
Formato	En línea	En línea	En línea	En línea	Presencial	Blog en línea
¿Qué es?	Es una herramienta pedagógica dirigida a promover la cultura del consumo y servicio responsable de alcohol en la sociedad.	Es una herramienta pedagógica destinada a mejorar la calidad del servicio al cliente y fortalecer un entorno agradable para todos.	Es una herramienta basada en procedimientos pedagógicos actuales, que han sido desarrollados con el fin de que un conductor pueda manejar de forma segura.	Es una herramienta pedagógica que ayuda a entender las relaciones entre el alcohol, su consumo, el entorno y las conductas asociadas.	Plataforma global que contiene información útil para promover una toma de decisiones responsable en torno al consumo de alcohol.	Es un blog que contiene artículos de interés para padres de familia, los cuales les permitirán orientar a sus hijos respecto al consumo responsable de las bebidas alcohólicas.
¿A quién va dirigida?	Bares, restaurantes y discotecas.	Tiendas de conveniencia, supermercados y mayoristas.	Personas que van a solicitar su primer licencia de conducir.	Universitarios.	Plataforma global de consumo responsable de Diageo.	Padres de familia.
Temas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conociendo el alcohol.</li> <li>• Alcohol y cuerpo humano.</li> <li>• Consumo responsable de bebidas alcohólicas.</li> <li>• Servicio responsable de bebidas alcohólicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conociendo el alcohol.</li> <li>• Alcohol y cuerpo humano.</li> <li>• Consumo responsable de bebidas alcohólicas.</li> <li>• Venta responsable de bebidas alcohólicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El manejo preventivo.</li> <li>• Semáforos, señales y marcas en el pavimento.</li> <li>• Tu manera de conducir.</li> <li>• El manejo en general.</li> <li>• Efectos del alcohol sobre la conducción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conociendo el alcohol.</li> <li>• Alcohol y cuerpo humano.</li> <li>• Consumo responsable de bebidas alcohólicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es el alcohol?</li> <li>• Proceso de absorción.</li> <li>• Efectos del alcohol sobre el cuerpo.</li> <li>• Hábitos en el consumo.</li> <li>• Grupos de riesgo.</li> <li>• ¿Qué es el consumo responsable?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcohol y volante.</li> <li>• Alcohol y sus mitos.</li> <li>• Alcohol y menores.</li> <li>• Alcohol y mujeres embarazadas.</li> <li>• Alcohol y medicamentos.</li> </ul>

### Componente III: Fortalecimiento del marco normativo

Este componente trabaja en las acciones necesarias para crear un macrosistema que sustente en el tiempo el cambio de actitud en la venta, servicio y consumo de alcohol, así como a las intervenciones propuestas mediante la generación de cambios normativos.

Algunas iniciativas de reforma normativa que impulsa el modelo son:

- Hacer obligatoria la solicitud de identificación al comprador de bebidas alcohólicas, a fin de que éste acredite su mayoría de edad siempre. No dejarlo a discreción del vendedor.
- Hacer obligatoria la capacitación en consumo responsable de todo el personal que labora en puntos de venta y centros de consumo.
- Hacer obligatorio que los centros de consumo provean de agua potable a sus clientes que estén consumiendo bebidas alcohólicas, sin costo y en todo momento.
- Homologar las licencias para la venta de bebidas alcohólicas, sin que exista discriminación entre categorías, ya que alcohol es alcohol.

#### Componente IV: Evaluación y seguimiento

La evaluación de la efectividad e impacto de la implementación deberá hacerse en los contextos donde se haya ejecutado el modelo en su totalidad, es decir, donde se hayan realizado las acciones de sus cuatro componentes. Los aliados del modelo deben estar involucrados en las actividades de seguimiento y evaluación, a fin de contar con una evaluación objetiva y continuidad en las acciones establecidas o que están por mejorar.

Este componente permitirá analizar los resultados del modelo, en términos de la generación de un cambio de actitud en la venta, servicio y consumo de alcohol, por medio de la implementación de las intervenciones descritas en los componentes programáticos. Es importante señalar que tanto la evaluación de procesos como la de efectividad contemplan una línea base, que permite comparar los resultados antes y después de la implementación del modelo.

### 4. Estudio piloto en Querétaro

#### 4.1 Justificación y objetivos

Con la finalidad de analizar el impacto del modelo, así como de contar con evidencia sobre la efectividad de sus acciones preventivas, se diseñó y llevó a cabo un estudio piloto en el estado de Querétaro, el cual se encuentra ubicado en la región central de México, con una población total de 1,827,937 habitantes y una superficie de 11,683.80 kilómetros cuadrados (INEGI, 2010). Su capital, Santiago de Querétaro, se ubica a unos 200 kilómetros al noroeste de la Ciudad de México.

En específico, a través del piloto se propuso entender si, luego de la implementación del modelo, la población tuvo un cambio en los patrones de riesgo asociados al consumo de alcohol, como por ejemplo: la percepción de su consumo por ocasión, si hubo un incremento en la percepción del riesgo de consumir alcohol y manejar, así como si disminuía la percepción de que la interacción social se favorece por medio del consumo de alcohol.

Los patrones de consumo de alcohol en el estado, la voluntad política del gobierno en avanzar en un modelo de prevención y la alta proporción de población joven, configuraban al estado de Querétaro como un espacio propicio para la realización del estudio piloto de un modelo de prevención de uso nocivo del alcohol.

#### 4.2 Implementación

El estudio piloto se implementó entre los años 2012 y 2015, impactando de forma directa en una población total de 7,800 personas, divididas de la siguiente manera:

- **Saber Servir:** Se capacitaron a 700 personas dedicadas al servicio de bebidas alcohólicas (meseros, bartenders, personal de valet parking), en 70 centros de consumo.
- **Saber Vender:** Fueron capacitados 2,000 empleados en 360 tiendas de conveniencia. Además, se instalaron avisos con mensajes de consumo responsable de alcohol y de no venta de alcohol a menores.
- **DRINKiQ:** Fueron capacitados más de 5,000 alumnos en consumo responsable de alcohol, en 20 universidades. Se capacitó al personal de los Institutos Municipales de la Juventud de siete municipios del estado de Querétaro, así como al personal de la Secretaría de Seguridad Ciudadana de Querétaro. Fueron capacitados 100 representantes de empresas de diferentes sectores mediante cámaras empresariales.

Adicionalmente, a través de una importante campaña de comunicación (la cual contempló el uso de redes sociales, espectaculares, entrevistas, entre otros), se logró que más de 12 millones de personas fueran impactadas. De igual modo, se realizaron activaciones de consumo responsable de alcohol en 30 centros de consumo, con una participación aproximada de 4,000 consumidores; así como en 16 universidades, impactando en más de 7,000 alumnos. Por otra parte, mediante las alianzas descritas en el Componente I, el programa tuvo presencia en la Feria Ganadera de Querétaro durante los tres años del estudio, y en la Feria de Tequisquiapan en 2014, con activaciones de consumo responsable de alcohol, impactando en más de 40,000 personas.

#### 4.3 Evaluación y resultados

Se diseñaron y aplicaron tres estrategias de evaluación, cuyas metodologías y resultados se describen a continuación.

##### 4.3.1 Encuestas realizadas a estudiantes y público en general, llevadas a cabo en 2012, 2013 y 2015:

Las encuestas se aplicaron a hombres y mujeres de 18 a 45 años de edad (universitarios de 18 a 25 años y público en general de 25 a 45 años), de niveles socioeconómicos B, C+ y C que son consumidores de bebidas alcohólicas (último mes al menos en dos ocasiones) y que conduzcan un automóvil, en el estado de Querétaro. Los resultados de la muestra final fue de 952 personas encuestadas como se muestra en la siguiente tabla.

Variable	Resultado
Número de copas que se consumen por ocasión.	Los resultados señalan que el promedio de número de copas por ocasión ha disminuido de 6.1 a 4.6 entre 2012 y 2015.
Porcentaje de jóvenes que afirma que cuando está de fiesta consume bebidas alcohólicas, sin fijarse en la cantidad.	Las encuestas reportan una disminución significativa en los jóvenes que beben sin medida cuando están de fiesta, pasando de 47% en 2012 a 17% en 2015.
Porcentaje de jóvenes que afirma que el alcohol es un medio indispensable para socializar o convivir con sus amigos.	Los resultados señalan que el porcentaje de jóvenes que opinan que el alcohol es indispensable para socializar o convivir disminuyó de manera significativa de 47% en 2012 a 17% en 2015.
Porcentaje de jóvenes que afirma que el alcohol hace que se sientan confiados y seguros.	Las encuestas señalan que el porcentaje de jóvenes que opinan que el alcohol los hace sentir confiados y seguros disminuyó de manera significativa de 43% en 2012 a 9% en 2015.

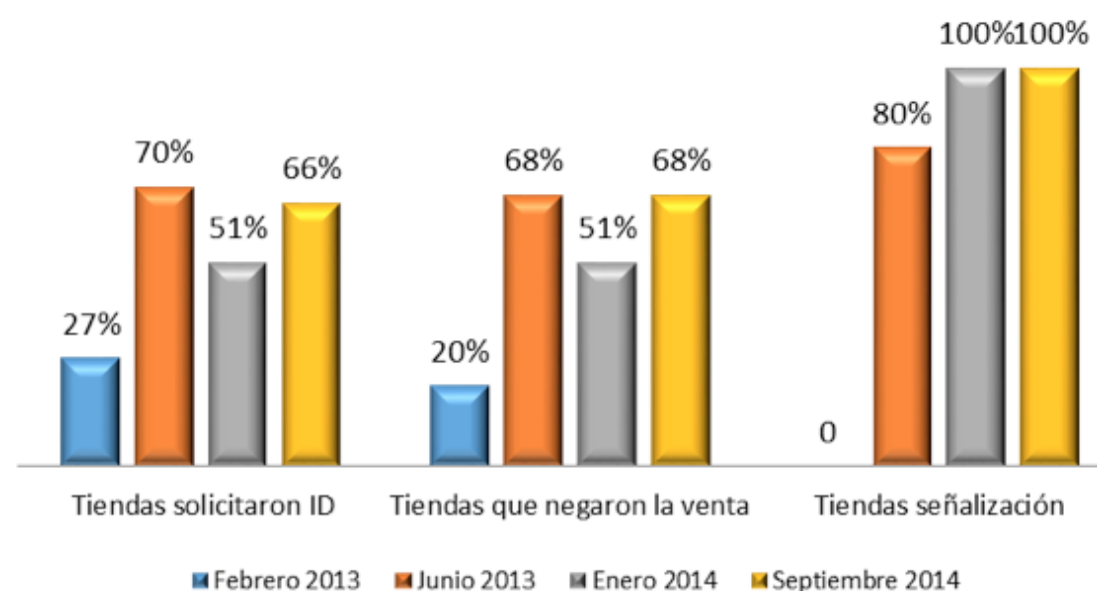
Porcentaje de jóvenes que afirma que habiendo bebido, maneja sin importar la cantidad de bebidas alcohólicas que haya consumido.	Los datos reportan que el porcentaje de jóvenes que maneja sin importar la cantidad de bebidas alcohólicas que ha consumido, disminuyó de 22% en 2012 a 4% en 2015.
Porcentaje de la población que reporta haber tenido accidentes de tránsito manejando en estado de ebriedad.	El porcentaje de jóvenes que reporta haber tenido accidentes de tránsito al conducir en estado de ebriedad mostró un descenso de 13% en 2012 a 8% en 2015. El porcentaje de público en general que reporta haber tenido un accidente de tránsito mientras conducía en estado de ebriedad, disminuyó de 11% en 2012 a 7% en 2015.

#### 4.3.2 Observación participante en tiendas de conveniencia mediante la técnica de cliente misterioso (mystery shopper):

Para evaluar el impacto de la capacitación presencial por medio de la herramienta “Saber Vender”, se utilizó la técnica de cliente misterioso. Esta técnica de observación participante consiste en que una persona, aparentando ser menor de edad, se presenta en calidad de cliente y solicita comprar una bebida alcohólica.

La muestra evaluada fue de 360 tiendas en el estado de Querétaro, y se eligieron tres conductas específicas a observar: la primera fue que el vendedor solicitara identificación para comprobar la mayoría de edad; la segunda fue que el vendedor negara la venta en caso de que el comprador no contara con la identificación o que fuera efectivamente menor de edad; y la tercera fue observar si el establecimiento contaba con señalización sobre la no venta a menores.

En la gráfica 1 se puede observar la línea basal obtenida antes de las capacitaciones de “Saber Vender” (febrero de 2013), así como los resultados obtenidos a partir de junio de 2013, luego de las capacitaciones.



Los resultados de la observación directa indican una mejora significativa en los indicadores de desempeño después de la capacitación al personal de las tiendas, manteniéndose estable la tendencia alrededor de 65% de las tiendas que solicitaron identificación antes de acceder a la venta versus 27% en 2013. De igual forma, el porcentaje de tiendas que negaron la venta se mantiene estable desde junio de 2013 alrededor de 64% versus 20% antes de la capacitación. Respecto al porcentaje de tiendas con señalización, indicando la prohibición de venta a menores de edad, el incremento ha sido de 100%.

#### 4.3.3 Reportes de la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) de Querétaro:

Con el objetivo de evaluar el impacto de la campaña de comunicación, las activaciones sobre consumo responsable con público en general y estudiantes, y las capacitaciones realizadas en el estado de Querétaro (a estudiantes y elementos policiales), sobre la percepción de riesgo de consumir alcohol y manejar, así como la implementación del Programa Conduce sin Alcohol, se solicitaron reportes a la Secretaría de Seguridad Ciudadana del estado, con indicadores sobre el número de pruebas de alcohol aplicadas, los municipios involucrados y los hechos de tránsito atribuibles al consumo de alcohol.

La muestra de cinco municipios, proporcionada por la SSC del estado de Querétaro, comparaba 2,353 pruebas realizadas en 2014 con 2,520 pruebas realizadas en los meses de enero a octubre de 2015; sumando un total de 4,873 pruebas. De acuerdo con los datos reportados, en 2014, 46.37% de las pruebas aplicadas arrojaron un resultado positivo (es decir que el nivel de alcoholemia del conductor se encontraba por encima del límite permitido), y para 2015 este número disminuyó a 41.59%.

#### 4.4 Limitaciones

Al analizar las estrategias de evaluación aplicadas en el estudio, se identificaron aspectos metodológicos que no permiten atribuir de manera exclusiva los cambios en la reducción del uso nocivo del alcohol al modelo Actuando Mejor. Los investigadores reconocen que contar con otros análisis –como el de correlación de variables– permitiría inferir que las intervenciones derivadas de los componentes del modelo son capaces de generar cambios en la actitud en el consumo, venta y servicio de bebidas con alcohol por sí solos.

Sin embargo, es importante destacar que, a razón de exploración, el estudio arrojó elementos importantes de cambio en las actitudes y percepciones sobre el riesgo de abusar del consumo de alcohol, y estos cambios se presentaron después de las intervenciones del modelo. Asimismo, las líneas basales con las que se cuentan permitirán mejorar los aspectos metodológicos de la evaluación en el futuro.

Para Diageo es importante contar con evidencia que valide los programas que implementa, a fin de poder asegurar su eficacia y efectividad en la prevención del uso nocivo del alcohol, logrando así una transformación sostenible en la sociedad.

#### 4.5 Conclusiones

El principal objetivo del estudio piloto en Querétaro fue explorar sistemáticamente el impacto de la implementación del modelo Actuando Mejor, en congruencia con su componente de evaluación. Las estrategias de evaluación aplicadas permitieron identificar y analizar los patrones de consumo de alcohol, así como las prácticas de su uso nocivo en población abierta y estudiantes durante un periodo de tres años.

Una de las principales aportaciones del estudio fue obtener una línea base sobre el comportamiento de la población respecto al consumo de alcohol, así como sobre las prácticas predominantes en la venta y servicio de bebidas con alcohol. Los resultados dan cuenta que realizar acciones de prevención sobre el uso nocivo del alcohol mediante el modelo Actuando Mejor, incrementa la percepción de riesgo sobre el número de copas que se consumen por ocasión, así como de manejar y consumir alcohol. Además, el estudio proporcionó datos positivos sobre el cambio de actitud ante el consumo excesivo en la población estudiada.

De igual manera, el estudio mostró evidencia de las ventajas de hacer acciones de sensibilización en los puntos de venta de alcohol (centros de consumo y tiendas de conveniencia). La implementación de las herramientas del componente de capacitación “Saber Servir” y “Saber Vender” demostró que se puede contar con aliados estratégicos que promuevan el consumo responsable en la población, a fin de disminuir los factores de riesgo y restringir el consumo en menores de edad.

Es importante destacar que los datos sobre la disminución de los accidentes relacionados con el consumo de alcohol, reportados por la SSC del estado de Querétaro, revelaron la importancia de trabajar en colaboración y coordinación entre las instituciones públicas y privadas, y así poder homologar acciones para unificar esfuerzos en la prevención del uso nocivo del alcohol.

### 5. Prospectiva de la prevención del uso nocivo de alcohol

El enfoque colaborativo para abordar problemas complejos de salud pública a nivel global, supone cada vez más un hito fundamental para lograr resultados. En el caso de Actuando Mejor, uno de los elementos más innovadores y con mayor potencial de impacto es justamente presentar un modelo cuyo primer componente es la integración de actores públicos, privados y de la sociedad civil. Este trabajo coordinado entre gobierno, industria y sociedad civil constituye un nuevo paradigma en la prevención del uso nocivo del alcohol, y ha demostrado ser decisivo para la sostenibilidad y escalabilidad del modelo, a fin de crear una nueva cultura frente al consumo de bebidas alcohólicas.

Los resultados del piloto dan cuenta de que el modelo contribuye con la reducción de actitudes de riesgo y fortalece situaciones de protección, encaminadas a evitar los daños asociados al uso nocivo de las bebidas alcohólicas. Para lograr lo anterior, el diseño del modelo considera intervenciones que impactan en diversos contextos, con la finalidad de construir un entorno adecuado para la venta, el consumo y el servicio responsable de bebidas con alcohol. Otro resultado fundamental del piloto, fue ver cómo impacta positivamente el hecho de capacitar al personal de bares y tiendas en servicio y venta responsables de alcohol. Actuando Mejor tiene incidencia en seis de las diez esferas recomendadas por la Organización Mundial de la Salud, así como en las cinco áreas estratégicas de los compromisos de los productores; con lo cual sus componentes tienen el potencial de sumar esfuerzos a la meta de lograr una reducción relativa de 10% en el uso nocivo de alcohol para 2025.

Por último, los resultados del piloto –particularmente lo visto en la línea basal– también indican que es relevante pensar en modelos y programas que se propongan modificar conductas con respecto al consumo más tempranamente. Hasta la fecha, casi todas las iniciativas han estado enfocadas en individuos que ya presentan un uso nocivo. La intención sería ir algunos pasos atrás, anticipando el problema, a fin de construir una cultura y entorno

adecuados, esperando lograr un salto generacional en las encuestas de salud pública.

Con esta visión, Diageo creó e inició la implantación de un programa de prevención universal basado en evidencia, que tiene como objetivo principal promover estilos de vida saludable y brindar herramientas psicoemocionales y cognitivas a los menores de edad, dentro de un contexto escolar, para incrementar factores protectores que ayuden a detener y evitar el consumo temprano de alcohol.

La propuesta de Diageo es implementar este programa en el marco del “Componente II: Implementación de estrategias de cambio en la población” de Actuando Mejor, integrándolo la currícula de educación básica; por lo que todos sus materiales y estrategias se ha desarrollado desde una perspectiva autosustentable, a fin de que genere los menores costos posibles a la institución que decida implementarlo.

### Bibliografía

- Actuando Mejor (2016). Actuando Mejor. Obtenido de: <http://www.actuandomejor.com.mx/>
- Ávila, M.D. (16 de enero de 2013). Desde que opera el alcoholímetro en el DF se han reducido en 70% las muertes por conducir en estado de ebriedad. Obtenido de: <http://noticierostelevisa.esmas.com/df/548826/9-anos-saldo-positivo-del-programa-conduce-sin-alcohol/>
- Banco Mundial (s.f.). Datos países. Obtenido de: <http://datos.bancomundial.org/pais>
- CONADIC (2008). Encuesta Nacional de Adicciones 2008. Obtenido de: [http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ena08/ENA08\\_QRO.pdf](http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ena08/ENA08_QRO.pdf)
- DIAGEO (7 de enero de 2016). Sustainability & Responsibility. Obtenido de: <http://www.diageo.com/en-row/CSR/Pages/default.aspx>
- INEGI (2014). Encuesta de cohesión social para la prevención de la violencia y la delincuencia 2014. Secretaría de Gobernación, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Obtenido de: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015\\_08\\_9.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_08_9.pdf)
- INEGI (2015). Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Obtenido de: [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/regulares/envipe/envipe2015/doc/envipe2015\\_presentacion\\_nacional.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/regulares/envipe/envipe2015/doc/envipe2015_presentacion_nacional.pdf)
- Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz; Instituto Nacional de Salud Pública (2008). Encuesta Nacional de Adicciones 2008 por entidad federativa.
- Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz; Instituto Nacional de Salud Pública (2011). Encuesta Nacional de Adicciones 2011. Obtenido de: [http://www.cenadic.salud.gob.mx/PDFS/investigacion/ENA2011\\_alcohol.pdf](http://www.cenadic.salud.gob.mx/PDFS/investigacion/ENA2011_alcohol.pdf)
- Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz (2014). Serie Estadística sobre Farmacodependencia, Tendencias en el Área Metropolitana No. 57. Obtenido de: [http://www.inprf.gob.mx/opencms/export/sites/INPRFM/psicosociales/archivos/srid/rep\\_57\\_pdf.pdf](http://www.inprf.gob.mx/opencms/export/sites/INPRFM/psicosociales/archivos/srid/rep_57_pdf.pdf)

Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente Muñiz; Comisión Nacional Contra las Adicciones, Secretaría de Salud (2014). Encuesta Nacional de Consumo de Drogas en Estudiantes 2014: Reporte de Alcohol.

Medina-Mora, María Elena (2013). Alcohol y políticas públicas. El Colegio Nacional de México. Observatorio Mexicano de Tabaco, Alcohol y Otras Drogas (2014). Boletín No. 5 OMEXTAD. Organización Mundial de la Salud (2010). Beber y conducir. Manual de seguridad vial para decisores y profesionales.

Organización Mundial de la Salud (2010). Sistema de datos. Manual de seguridad vial para decisores y profesionales.

Organización Mundial de la Salud (2010). Estrategia mundial para reducir el uso nocivo del alcohol.

Organización Mundial de la Salud (2014). Global status report on alcohol and health 2014. Obtenido de: [http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112736/1/9789240692763\\_eng.pdf?ua=1](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112736/1/9789240692763_eng.pdf?ua=1)

Organización Mundial de la Salud (2015). Informe sobre la situación mundial de la seguridad vial 2015.

Organización Panamericana de la Salud (2015). Regional Status Report on Alcohol and Health in the Americas.

Producers Commitments (2015). Beer, Wine, Spirits Producers Commitments. Recuperado el 4 de Febrero de 2016 de: <http://www.producerscommitments.org/>

Saber de alcohol (2016). Obtenido de: <https://www.saberdealcohol.mx/news/%C2%BFqu%C3%A9-es-una-copa-est%C3%A1ndar>

Secretaría de Salud (enero de 2015). Conduce Sin alcohol Programa Nacional. México Sano, pág. 3. Obtenido de: [http://portal.salud.gob.mx/contenidos/sala\\_prensa/mexico\\_sano/pdf/MS18.pdf](http://portal.salud.gob.mx/contenidos/sala_prensa/mexico_sano/pdf/MS18.pdf)

Secretaría de Salud (2017). Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017.

SEJUVE (5 de enero de 2016). Secretaría de la Juventud. Obtenido de: <http://www.sejuve.gob.mx/>

SESEQ (enero de 2016). Secretaría de Salud del estado de Querétaro. Obtenido de: <http://www.seseq.gob.mx/>

# PROGRAMA DE ASOCIADOS CLARES

El **programa de asociados CLARES**, tiene por **objetivo** el promover y articular la participación activa de las personas, consultores, así como los sectores Social, Empresarial y Gobierno, para la propuesta y desarrollo de servicios desde una línea base en áreas:

- Alianzas Intersectoriales para el Desarrollo
- Desarrollo Sustentable y Energía
- Fortalecimiento Institucional de la Organizaciones de la Sociedad Civil
- Impacto Social
- Innovación Social
- Responsabilidad Social
- Social Business
- Otros

Los beneficios por ser parte de esta red de asociados son:

- a. Desarrollo de investigaciones
- b. Consultoría (a través de la Facultad de Responsabilidad Social)
- c. Vinculación con la Facultad de Responsabilidad Social y la Universidad Anáhuac México
- d. Invitación a los eventos y seminarios promovidos por el programa de Asociados
- e. Revista trimestral CLARES
- f. Becas en el Congreso Internacional de Responsabilidad Social CLARES
- g. Diseño de programas o proyectos en conjunto en Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable
- h. Entre otros.



Anáhuac  
México

# MAESTRÍA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

25ª y 13ª generación

Programa evaluado  
Nivel 1 por CIEES



# Trasciende con tu institución

Inicio:

**Abril de 2018**

20%

DE DESCUENTO  
A EGRESADOS

Coordinación académica:

Mtro. José Israel López Robles

[jose.lopez@anahuac.mx](mailto:jose.lopez@anahuac.mx)

Facultad de  
Responsabilidad Social

Campus Norte

GRANDES LÍDERES

Y MEJORES PERSONAS

INFORMES:

Centro de Atención de Posgrado y Educación Continua

Tels.: (55) 56 27 02 10 ext. 7100 y (55) 53 28 80 87

[posgrado@anahuac.mx](mailto:posgrado@anahuac.mx)

[anahuac.mx/mexico](http://anahuac.mx/mexico)

Posgrados  
Anáhuac