



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

---

**FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DEL MANEJO DE LA INFORMACION  
CONTABLE EN UN CORPORATIVO DE MEDIOS**

**TESIS PROFESIONAL**

**SONIA EDITH GONZÁLEZ ANGELES**



**MÉXICO, D.F.**

**2013**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

---

**FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DEL MANEJO DE LA INFORMACION  
CONTABLE EN UN CORPORATIVO DE MEDIOS**

**TESIS PROFESIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADO EN CONTADURÍA**

**PRESENTA:**

**SONIA EDITH GONZÁLEZ ANGELES**

**ASESOR:**

**MTRO. TOMÁS ROSALES MENDIETA**



**MÉXICO, D.F.**

**2013**

*“Los males que no tienen fuerza para acabar la vida, no la han de tener para acabar la  
paciencia”*

Miguel de Cervantes

### **DEDICATORÍA**

A mis padres Germán y Rosaura.

A mi esposo Joaquín.

A mi hijo Christopher.

A mis hermanas Vanessa y Mitzy.

## **AGRADECIMIENTOS:**

A la Universidad Nacional Autónoma de México que me abrió las puertas y me dio el orgullo de pertenecer a ella.

A la Facultad de Contaduría y Administración que a través de mi estancia en ella pude adquirir los conocimientos para poder desarrollarme como profesional, además de que me dio la oportunidad de conocer a grandes personas, entre ellos a mis profesores, a mi asesor, a mis amigas y amigos y a mi esposo.

A mis padres, Germán González Fonseca y Rosaura Angeles Romero, primero por darme la vida y porque desde pequeña me decían que tenía que estudiar, siempre supieron decirme las palabras exactas para hacerme una mujer triunfadora, a ellos les agradezco que me enseñaran a luchar por mis objetivos y a dar lo mejor de mí en cada cosa que hiciera, sin su apoyo tal vez no habría podido llegar hasta donde estoy, en cada tropiezo de mi vida y en cada logro ellos han estado presentes, los amo con todo mi corazón.

A mi asesor de tesis Tomas Rosales Mendieta, que me impulso a realizar este trabajo y me fue guiando en el proceso para poder entregar una tesis de calidad, me dio consejos sobre cómo realizarla y fue mi guía en cada parte del trabajo, por su valioso tiempo y apoyo muchas gracias.

A mi esposo Joaquín Alejandro Amaya Cuevas por darme su cariño, porque que me apoyo durante la carrera con sus conocimientos y experiencia, porque además de ser mí esposo es un gran amigo y compañero, porque juntos estamos logrando nuestras metas y me apoya para que sea una mujer exitosa, y sobre todo porque me hace sentir que soy tan importante para él como él lo es para mí, te amo mi cielo.

A mi hijo Christopher Josué Embríz González, que desde que nació me dio una razón de seguir adelante, una razón de luchar para darle un buen ejemplo, además que me da su tiempo y amor aun cuando he tenido que dejarlo por estudiar o trabajar, todo esto es por ti mi niño.

A mi hermana Diana Vanessa González Angeles, que desde que nació me hace sentir que soy su ejemplo, a veces a seguir y a veces a no seguir, pero que me quiere y me apoya en todas las decisiones de mi vida, que siempre está ahí para escucharme y para ayudarme en lo que yo necesite, gracias por todo mi Vanesucias.

A mi hermana Mitzy Tania González Angeles, la menor de mis hermanas, que desde que nació llego a cambiar a la familia, demostrando su cariño hacia nosotras y ha formado parte de mi vida, tan parecida a mí en tantas cosas y a la vez tan única y especial.

A mi abuelita Bárbara Angeles Romero † que me dio su cariño, su amor, su confianza, muchos consejos y regaños que me ayudaron a ser la persona que ahora soy, que me inculcó la educación y valores que ahora tengo, sé que estaría orgullosa de mí.

A toda mi familia, tías y tíos, primas y primos que a lo largo de mi vida han estado cerca para apoyarme, para convivir, para decirme que soy un ejemplo y que me demuestran su cariño estando conmigo en cada etapa importante de mi vida siempre echándome porras.

A mis amigas y amigos, Brenda Alejandra Martínez Vera, Denisse Edith Ramírez Martínez, Ingrid Gen Regalado, Esperanza Zamora Martínez, Alfredo Ortiz Pinos y José Efrén Plata Zúñiga que estuvieron conmigo compartiendo lo que sabían y además me brindaron su amistad en esta etapa tan importante de mi vida compartiendo experiencias únicas e irrepetibles.

# ÍNDICE

<b>1</b>	<b>Introducción</b> .....	1
1.1	Justificación del tema.....	1
1.2	Objetivo general.....	1
1.3	Objetivos específicos.....	2
1.4	Metodología.....	2
1.5	Alcance de la Tesis.....	3
<b>2</b>	<b>Medios de Comunicación en México</b> .....	4
2.1	Orígenes de los medios de comunicación.....	6
2.2	Medios de comunicación antiguos y actuales.....	7
2.3	Creación de la televisión.....	11
2.4	Regulaciones de los medios de comunicación.....	12
2.5	Audiencias.....	14
<b>3</b>	<b>Corporativo TV 2000</b> .....	18
3.1	Origen de TV 2000.....	18
3.2	Organigrama.....	19
3.3	Cultura Corporativa.....	20
3.4	Políticas y procedimientos.....	22
3.4	Programación.....	36
3.5	Responsabilidad social.....	37
<b>4</b>	<b>TV 2000</b> .....	42
4.1	Información Financiera.....	42
4.2	Consolidación de la información Contable.....	52
4.3	Resguardo de la Información.....	57
4.4	Uso de tecnologías de la Información.....	58
4.5	Normatividad contable aplicada.....	60
4.6	Convergencia con las NIFRS.....	63

4.7 Revisión Interna de la Información financiera.....	66
4.8 Revisión externa de la Información financiera.....	69
<b>5 Propuestas de mejoras en TV 2000.....</b>	<b>73</b>
5.1 Análisis de la efectividad de los procesos contables y propuestas de mejoras.	73
<b>6 Conclusión de Tesis.....</b>	<b>78</b>
<b>7 Bibliografía.....</b>	<b>80</b>
<b>Glosario.....</b>	<b>82</b>



# **1. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Justificación del tema.**

La elección del tema Información contable en un corporativo, es primordialmente porque en la actualidad la forma de llevar la información puede ser a través de distintos procesos, dependiendo del giro de las empresas, del tamaño de las empresas, del tipo de sociedad, del capital social con el que cuenten, de si la empresa cotiza en Bolsa, inclusive de los objetivos y metas que cada una de las empresas tengan, estas son variantes que permiten llevar la información contable de distintas maneras siempre que se cumpla con la normatividad contable, pero ¿De qué manera se sabe si los métodos utilizados son los más eficientes? La respuesta a esta pregunta se analizara en el contenido de la tesis, se investigaran las variables que intervienen en un corporativo de medios para la toma de decisiones. Esto será de ayuda para tener otro enfoque del manejo de la información para otras empresas en México ya sea dedicada a los medios o a cualquier otra actividad en la que intervengan más de una empresa.

Tras realizar la investigación se propondrán mejoras con la finalidad de aportar un bien para el corporativo, y a su vez poder contribuir con el establecimiento de estas mejoras, buscando un bien para la sociedad y para los que pertenecen al corporativo.

## **1.2 Objetivo General**

Hacer una propuesta del manejo de la información contable en un corporativo de medios.

Conocer la forma de llevar a cabo el proceso administrativo, planeación, organización, dirección y control.

Elaborar una serie de observaciones con la finalidad de contribuir con una mejora en el corporativo.

### **1.3 Objetivos específicos**

Hacer un análisis de los corporativos de medios que existen en el país.

Conocer cómo ha ido evolucionando la comunicación a través de los tiempo.

Conocer el impacto de las empresas o grupo de empresas dedicadas a brindar información a través de ciertos medios de comunicación como la televisión y el radio.

Conocer el entorno general de un corporativo de medios y hacer un análisis de su estructura en materia contable.

Analizar el funcionamiento de los controles internos y de la estructura organizacional de un corporativo de medios.

Realizar una propuesta de mejora al manejo de la información contable en un corporativo de medios.

### **1.4 Metodología**

Para realizar la investigación, nos basaremos en entrevistas al personal del corporativo que sean encargadas del manejo de la información contable, así como al personal encargado de establecer y revisar controles internos para el manejo de la información contable, al personal encargado de las tecnologías de información, resguardo y seguridad de la información. Para tener otro enfoque de la investigación se realizara una entrevista al personal que se encarga de revisar la situación financiera del corporativo, es decir, a los auditores externos, se revisaran los resultados obtenidos y se hará un análisis detallado de las ventajas y desventajas que conlleva manejar la información financiera de un método.

Además se buscará información pública del corporativo, en internet, revistas, libros, publicaciones e informes que existan acerca del corporativo, su funcionamiento, su crecimiento, y de lo que representa ante la sociedad en México.

## **1.5 Alcance de la tesis**

La investigación se llevara a cabo dentro de un corporativo de medios, se hará una investigación de los medios de comunicación en general hasta llegar a la investigación del corporativo, para conocer su cultura, lo que comprende la misión, visión, valores y códigos de ética que rigen el comportamiento de los integrantes del grupo; así mismo una reseña histórica de las empresas que forman al corporativo, su responsabilidad ante la sociedad, su organigrama y de cómo ha ido creciendo a nivel nacional e internacional.

Para llevar a cabo la investigación nos basaremos en los procedimientos utilizados por el personal del corporativo, no se utilizaran unidades monetarias, esta medida con la finalidad de proteger la información contable del corporativo, además que está prohibida la divulgación de información financiera a terceras personas, en caso de ser necesario se utilizaran cifras de ejemplo, las cuales no serán reales.

La información financiera de una empresa es la más importante, y es por eso que se debe tener el debido cuidado con los usuarios de esta información, actualmente existe una gama de métodos para el procesamiento de los datos, en esta investigación se analizaran las formas de protección de la información en el corporativo.

Se analizara el proceso de consolidación de la información contable, el proceso de adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera, las revisiones internas del personal de auditoría, y las revisiones externas del personal de auditoría externa.

Finalmente tras la recopilación de la información, se realizara una propuesta de mejoras en el manejo de la información contable.

## 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

La comunicación entre las personas es una actividad que se ha buscado desde el origen del hombre, cada vez se buscan más formas de comunicarse con otros seres, es por eso que con el paso de los años se han desarrollado medios de comunicación, unos más sofisticados que otros, además de algunos que han hecho la vida del hombre más sencilla, siempre con innovación en las maneras de comunicarse.

Hoy en día, además del habla, la escritura, las imágenes, existen formas de enterarnos de lo que sucede a nuestro alrededor, sin necesidad de estar en determinado lugar o en determinado momento; con el paso del tiempo se fueron desarrollando medios de radiodifusión, es decir, servicio de radio y televisión, los cuales nos han permitido llevar un estilo de vida distinto, así como enterarnos de cosas que suceden en el país e incluso fuera del país. La televisión y el radio desde su surgimiento han ayudado a la población a tener además de información, entretenimiento para toda la familia, a tal grado que en el año 2012 según datos recabados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) un 94.9 de la totalidad de los hogares en México tiene un aparato Televisor (véase Indicadores sobre sociedad de la Información, 2010 a 2012) \*, cuestión que es de importancia muy alta para los distribuidores de información, como lo son las televisoras.

### \*Indicadores sobre sociedad de la información, 2010 a 2012

Indicador	Unidad de medida	Valores porcentuales			Variación porcentual (diferencia en puntos)	
		2010	2011	2012	2011	2012
Hogares con computadora (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	29.8	30.0	32.2	0.2	2.2
Hogares con conexión a Internet (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	22.2	23.3	26.0	1.1	2.7

Hogares con televisión (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	94.7	94.7	94.9	0.0	0.2
Hogares con televisión de paga (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	26.7	30.4	32.2	3.7	1.8
Hogares con servicio telefónico (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	80.6	82.2	83.6	1.6	1.4
Usuarios de computadora (como proporción de la población de seis años o más de edad)	Porcentaje	40.1	41.9	43.4	1.8	1.5
Usuarios de Internet (como proporción de la población de seis años o más de edad)	Porcentaje	33.8	37.2	39.8	3.4	2.6
Usuarios de computadora que la usan como herramienta de apoyo escolar (como proporción del total de usuarios de computadora)	Porcentaje	53.4	52.3	51.8	-1.1	-0.5
Usuarios de Internet que han realizado transacciones vía Internet (como proporción del total de usuarios de Internet)	Porcentaje	5.0	5.1	5.4	0.1	0.3
Usuarios de Internet que la acceden desde fuera del hogar (como proporción del total de usuarios de Internet)	Porcentaje	51.8	50.8	48.0	-1.0	-2.8

Fuente: **INEGI**. *Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares*.

**INEGI**. *Indicadores de la Encuesta Industrial Mensual por División y Clase de Actividad Económica, Banco de Información Económica*.

Las televisoras en México con mayor audiencia son Televisa y TV Azteca, estas ocupan gran parte del tiempo de las familias mexicanas con su programación, ambas tienen una variedad en sus transmisiones y son para que cualquier miembro de la familia las vea, esta situación ha creado mayor competencia en el país en las empresas dedicadas a los medios de comunicación y hace que las empresas que se dedican a brindar un servicio de radiodifusión busquen mejoras en todos los aspectos, en sus operaciones, en su

administración, con la finalidad de tomar las mejores decisiones y tener un lugar dentro de la lista de los ratings más altos, para tener un mayor beneficio económico para los que forman parte de la empresa.

## **2.1 Orígenes de los medios de comunicación**

Los medios de comunicación son aquellos instrumentos que sirven para transmitir una idea, un pensamiento, una forma de vida, es decir una manera de percibir la realidad, así que desde su surgimiento han servido como referente para conocer la forma de vivir y de pensar de los seres humanos en una época determinada.

Desde la existencia del hombre, éste ha buscado la comunicación de diferentes maneras, con la finalidad de tener un orden y un control, es por eso que con el paso del tiempo se han inventado muchos medios de comunicación.

En un inicio, la comunicación entre las personas se llevaba a cabo a través de imágenes y escritos en los que se escribían o dibujaban situaciones de la vida en determinado momento, con el paso del tiempo se creó el radio, el teléfono, la televisión y el internet.

El radio es un medio de comunicación que nos permitió escuchar voces, historias y crear un sinfín de personajes en la mente, pero con el tiempo se creó la televisión la cual aparte de voces nos brindaba imágenes por lo que la gente comenzó a tener preferencia por esta última, entonces, la televisión se convirtió en el medio de mayor penetración para todas las personas.

Por su lado el cine ha transformado a los personajes que aparecen en él, donde sus historias marcaron a diversos grupos sociales, pues lo que se contaba en las películas era un reflejo del día a día de un momento de la historia humana.

Por su parte el internet se ha convertido en una opción de comunicación para buena parte de la sociedad mexicana, hoy la música e imágenes llegan primero a los sitios de internet, para después ser retomadas por las grandes empresas mediáticas de la televisión quienes las retransmitirán al público masivo que consume sus programas.

Desde que se originaron los medios de comunicación, estos buscaron obtener un resultado positivo a través de los mensajes que transmiten y con el consumo de la mayor audiencia crear un beneficio social.

El impacto que causan los medios de comunicación actuales, es muy fuerte, uno de los principales intereses es que afectan en gran medida el aspecto político del país, ya que es a través de estos medios es que las personas se enteran de asuntos políticos, entre los que destacan las votaciones para elegir a algún representante en el gobierno, es por ello que depende de cómo es que los medios de comunicación muestren a los candidatos, además que muchas de las personas votantes se dejan guiar únicamente por lo que escuchan o ven en radio, televisión, periódicos.

Resulta un problema el hecho de que hoy en día ha crecido la demanda de participación en un espacio en los medios, esto por su parte, se hace a favor de los intereses de los representantes de cada tipo de medio de comunicación.

## **2.2 Medios de comunicación antiguos y actuales**

Para la creación de los medios de comunicación en México se tomaba en cuenta la postura ideológica, política, periodística y comunicacional de las personas, las cuales contribuyeron al desarrollo de los medios de comunicación.

Se considera que la forma de comunicación más antigua que existió en la Nueva España fue la hoja volante, la cual en sus textos evitaba la simplificación de las cosas y los sucesos, donde se detalla al máximo el diario vivir de los habitantes de una sociedad, así como sus costumbres más arraigadas y sus pensamientos<sup>1</sup>.

La Gaceta fue otro medio de comunicación utilizado, en ella se buscaba comunicar y hacer llegar a todo el mundo la información de descubrimientos científicos, actividades culturales, económicas y educativas y un sin fin de eventos que le permitían estar a la vanguardia del conocimiento y la economía comparándola con las grandes ciudades europeas, esto fue del año 1728 a 1810.

---

<sup>1</sup> Revista Multidisciplinaria de la División de Ciencias Sociales, FES Aragón, Historia de los medios de Comunicación en México.



En los inicios de la Lucha de Independencia se incorporó como medio de comunicación el “Diario de México”, en este se publicaban las efemérides de corte religioso, escritos de los poetas neoclásicos más importantes, además que se pretendía establecer un dialogo con los lectores, pero aunque era un medio de comunicación siempre estuvo controlado para que no se revelaran cosas que afectaran a terceros.

Con esto se dio inicio al periodismo, con la lucha de independencia se expresaban las ideas de cada grupo, esto sigue vigente hasta el día de hoy, se siguen haciendo publicaciones de las ideas de ciertos grupos, se hacen una diversidad de artículos sobre temas variados,



ciencia, deportes, sociedad, economía, política, entre otras, de lo que pasa en el país y en el mundo.



En 1921, se inició el medio de comunicación que daría un cambio radical en la vida de las personas, la radio, en ella se podía escuchar música clásica, charlas y poemas, para los años 30, la radio se empezó a encaminar hacia un público más masivo, así la música popular, las radionovelas, y noticiarios empezaron a llenar el espacio ocupado por la radio en la banda de amplitud modulada, con el tiempo esta creación se fue expandiendo y hasta hoy en día sigue brindando información a través de voces detrás de un aparato.

El cine por su parte también tomo un papel muy importante en su época en México, en él se mostraban temas bélicos y salió a relucir la gran riqueza cultural de México; para regular el

cine se decretó en 1946 la Ley de Industria Cinematográfica, en esos años el cine abordó temas y géneros que en ninguna otra época se volvió a hacer.

Para el año 1950 se iniciaron las primeras transmisiones de la televisión mexicana, este medio de comunicación alcanzó un poder enorme en el país a pesar de que las imágenes eran en blanco y negro y la nitidez no era muy clara. Este medio de comunicación se ha ido modificando, tanto en programación como el aparato televisivo, al día de hoy podemos encontrar inclusive imágenes en tercera dimensión gracias a las características de los aparatos televisores.

Aunque la televisión se ha convertido en el medio de comunicación más popular y accesible para las familias mexicanas, surge a finales de la década de los 80's el internet, que es un medio de comunicación que se ha convertido en una fuente de información y comunicación, inclusive en la actualidad es parte fundamental de la vida diaria de muchas personas.

El internet surgió en México en el año 1987, cuando el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey se conectó a BINET a través de líneas conmutadas por medio de una línea privada analógica de 4 hilos a 9600 bits por segundo, en 1989 lo hizo la Universidad de Texas en San Antonio y en el año 1990 la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) accedió a internet por medio de una conexión vía satélite de 56 kbps.

Poco a poco se fueron incorporando a internet otras entidades educativas y se formó un organismo llamado RED-MEX en el que se discutían políticas, estatutos y procedimientos que había que seguir para el control de la red de comunicación de datos de México<sup>2</sup>.

Para el año 1993 México ya contaba con distintas redes, a las cuales solo tenían acceso instituciones educativas y de investigación y fue hasta el año 1994 cuando Internet se abre en el ámbito comercial, con lo que se inicia una era de desarrollo que beneficia a todas las personas, empresas e instituciones que participan en el proyecto.

El internet es ahora una herramienta que cada vez la mayor parte de la población en México y en el mundo tiene, es un medio de comunicación el cual brinda un sinnúmero de información, por lo que resulta muy útil para la vida cotidiana.

---

<sup>2</sup> Revista Multidisciplinaria de la División de Ciencias Sociales, FES Aragón, Historia de los medios de Comunicación en México (Segunda parte).

## 2.3 Creación de la Televisión

Las primeras transmisiones de la televisión mexicana se iniciaron en el año 1950. En ese año entro en operaciones Canal 4 y posteriormente entro el Canal 2 y el Canal 5; para el año 1956 las antenas de televisión eran algo común en los hogares mexicanos.

Las primeras imágenes de la televisión en blanco y negro parecían en una pantalla muy pequeña y no tenían nitidez, eso era en México, mientras que en otros países ya se había incorporado la televisión desde años antes, por lo que se notaba una gran diferencia en las transmisiones.

Poco después se crearon 2 propuestas para echar a andar el proyecto de la televisión en México, por un lado un grupo de intelectuales encabezados por el compositor Carlos Chávez pugnaban por un método de televisión pública y por otro lado el grupo de los empresarios encabezado por Emilio Azcárraga Vidaurreta, apoyaban la puesta en marcha de un modelo de televisión comercial donde la venta de espacios publicitarios seria lo que mantendría el desarrollo de la naciente industria.

Finalmente se seleccionó el modelo comercial, el día 31 de agosto se realizó la primera transmisión oficial por parte de canal 4 con el cuarto informe de gobierno del presidente Miguel Alemán. La concesión del canal 5 se le dio a Guillermo González Camarena y finalmente se dio la concesión del canal 2 a la familia Azcárraga.

Para marzo de 1955 se funda Telesistema Mexicano, empresa que juntaba a los canales 2,4 y 5, y aunque los propietarios seguían siendo diferentes, quien llevaba las riendas del negocio era la familia Azcárraga.

Este medio de comunicación fue una innovación por lo que su impacto en la población mexicana fue muy alto, con la televisión era más fácil vender las ideas y mercancías que se desearan, además que tuvo una importancia fundamental para los que pertenecían al poder político y económico.

Este medio de comunicación por una parte tuvo muchas ventajas debido a que podía comunicar a millones de personas lo que sucedía en el país o en otros lugares, pero también se utilizó para disfrazar los aspectos políticos y vender ideas erróneas, a favor de quien tenía poder para decidir lo que se presentara ante el público televidente.

Se presentaban programas periodísticos, de deportes, de política, entre otros, pero siempre a favor de quien tuviera más poder, eso fue lo que sucedió para que se llevara a cabo la creación de Televisa, como referente mediático más importante de México.

Posteriormente la familia Azcárraga tuvo que negociar con el presidente en turno la programación de cada canal, con el paso de los años Televisa también se quedó con el canal 8 que actualmente es el canal 9, y con sus programas más importantes “El chavo del 8” y “Siempre en Domingo”.

Para el año 1972, el Gobierno federal adquirió el canal 13, con este canal se pretendía únicamente educar a la población, ya que se veía el interés que las personas tenían en la televisión, y no se pretendía que tuviera ganancias en un inicio.

Posteriormente en los años 90's se abrió el mercado a 2 opciones, televisión Azteca y canal 40, en donde el propietario era Ricardo Salinas Pliego, el cual dijo que si en 3 años tenían al 20% del mercado el proyecto sería un éxito; así para febrero de 1997 IBOPPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística) arrojó que Televisa contaba con un 74.2 de audiencia mientras TV Azteca un 25%, meta que había alcanzado Salinas Pliego.

Fue así como Salinas Pliego comenzó a establecer como sería la programación de azteca, para poder hacerle competencia a la televisora más fuerte, Televisa.

Hasta la fecha estas 2 televisoras son las más importantes en el país, por sus audiencias, por los programas que transmiten, por las coberturas que se les brindan, por la oportunidad que tienen de mostrar al público lo que ellos desean, y aunque existen más canales, sería casi imposible poder superar a cualquiera de estas 2 televisoras<sup>3</sup>.

## **2.4 Regulaciones de los medios de comunicación**

Los medios de comunicación son regulados por la Ley Federal de Telecomunicaciones, la Ley Federal de Comunicaciones y transportes, que tiene como objetivo promover un desarrollo eficiente de las telecomunicaciones; ejercer la rectoría del Estado en la materia, para garantizar la soberanía nacional; fomentar una sana competencia entre los diferentes

---

<sup>3</sup> Revista Multidisciplinaria de la División de Ciencias Sociales, FES Aragón, Historia de los medios de Comunicación en México.

prestadores de servicios de telecomunicaciones a fin de que estos se presten con mejores precios , diversidad y calidad en beneficio de los usuarios, y promover una adecuada cobertura social<sup>4</sup>; el Código de Comercio; la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual tiene por objeto regular el servicio de radiodifusión, que se refiere al servicio de radio y televisión.

La Ley Federal de Radio y Televisión, establece que corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas,

En dicha ley se establece que los medios de radiodifusión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional, esto evitando influencias nocivas, contribuyendo con la elevación del nivel cultural, fortaleciendo las convicciones democráticas, entre otros.

El estado a través de la Secretaría de Gobernación (SEGOB), la Secretaria de Educación Pública (SEP) y la Secretaria de Salud (SS), tienen la obligación de vigilar, cada uno en cierta medida las transmisiones de radiodifusión.

Por su parte la secretaría de Gobernación, se encarga de vigilar que las transmisiones se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, además de vigilar que las transmisiones dirigidas a la población infantil propicie su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana; otra de las tareas de la secretaría serán imponer sanciones a quien cometan delitos en agravio de las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión; la Secretaría de Educación Pública, se encarga de promover y garantizar la enseñanza a través de la radiodifusión, elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil, proteger derechos de autor, informar a la SEGOB de los casos de infracción para que imponga las sanciones correspondientes, entre otras; y la Secretaria de Salud, tiene la obligación de autorizar la transmisión de propaganda comercial relativa al ejercicio de la medicina, a comestibles, bebidas, medicamentos, insecticidas, instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento y de prevención o de curación de enfermedades, imponer sanciones que correspondan a sus atribuciones.

---

<sup>4</sup> Artículo 7 párrafo 1 Ley Federal de Telecomunicaciones.

La Ley Federal de Radio y Televisión será la que regula las concesiones o permisos a las radiodifusoras, las concesiones se les otorgaran a las estaciones comerciales y los permisos a las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas, o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios.

Las concesiones se otorgarán a través del método de licitación pública, la cual llevara el proceso correspondiente, para finalmente presentar al ganador al secretario de Comunicaciones y Transportes para la emisión del título de concesión, y se publicara en el Diario Oficial de la Federación, el cual tendrá una duración de 20 años que se podrá renovar por un periodo igual<sup>5</sup>.

Respecto a las tarifas a utilizar la Secretaria de comunicaciones y transportes será la encargada de fijar el mínimo a que deberán sujetarse las difusoras comerciales, y para la revisión y coordinación se creara un Consejo Nacional de Radio y Televisión, el cual coordinara las actividades atribuibles a las radiodifusoras, promoverá y organizara emisiones, elevara el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones, entre otras.

Cada uno de las entidades que regulan el servicio de radiodifusión cumple con funciones específicas, importantes por supuesto para que el servicio que se brinde sea de calidad y de ayuda para la población que recibe el servicio.

Estas son las principales entidades y leyes reguladoras del servicio de radiodifusión, de manera general son las encargadas de que se brinde un servicio de calidad y que sea de ayuda para la audiencia.

## **2.5 Audiencias**

La confianza en los medios de comunicación en la actualidad, depende de muchos factores, que calificarla resultaría una tarea muy difícil, por una parte la confianza en los medios está asociada con el tiempo que la gente está expuesta a ellos, por lo que parece lógico suponer que esto se debe a que el consumo de la información ofrecida por los medios, sin una

---

<sup>5</sup> Artículo 17-A Ley Federal de Radio y Televisión.

percepción de engaño o traición, permite al público creer en ellos y desarrolla dicha confianza de manera más profunda.

Por otro lado, es posible que los niveles de confianza también estén relacionados con la manera en que la gente se entera de las noticias. Dado que el contenido y calidad de estas resulta fundamental para informarse oportuna y objetivamente de lo que pasa en la sociedad, el público acude a aquellas fuentes de las cuales espera beneficios y que pueden satisfacer sus necesidades de conocimiento e información.

El encargado en métrica y generación de conocimiento sobre audiencias de medios de comunicación en México, es IBOPE AGB México con más de 20 años de experiencia y reconocido prestigio. Esta firma pertenece a la red IBOPE Internacional - AGB Nielsen Media Research con presencia en más de 40 países<sup>6</sup>.

Desde su fundación en 1991, IBOPE ha realizado el servicio sistemático, continuo y automatizado de medición de ratings de televisión en México. Su constante crecimiento y evolución tecnológica le permiten hoy brindar a una amplia gama de servicios, entre los que se encuentra la medición de audiencias en las principales ciudades del país, no sólo de televisión abierta y pagada, sino también de radio y medios de publicidad exterior. IBOPE AGB México es el referente por excelencia de información sobre las inversiones en los medios publicitarios realizadas por el gobierno, los anunciantes y las agencias de medios y de publicidad del país. Ésta es una importante fuente para la toma de decisiones en la planeación estratégica de campañas publicitarias en medios electrónicos, impresos y exteriores. Asimismo es útil para la verificación de la actividad publicitaria de los anunciantes y de su competencia. Además ofrece monitoreo de ejecuciones publicitarias en medios electrónicos e impresos, así como de publicidad integrada en televisión. La industria mexicana de la comunicación ha reconocido reiteradamente a IBOPE AGB México como generador de conocimiento en audiencias con eficiencia y precisión de calidad mundial. Su aporte es de valor indispensable para el desempeño exitoso de todos los actores de la industria: medios, planeadores, anunciantes y autoridades.

Para poder realizar la medición de audiencia, entre otras cosas IBOPE debe tomar en cuenta todos los programas que se muestran al público, edades, población, zona del país y si las

---

<sup>6</sup> <https://www.ibopeagb.com.mx>

personas cuentan con un servicio de televisión de paga, entre otras aspectos; para poder realizar sus estudios, IBOPE utiliza tarjetas de muestra con las que a través de la estadística mide los niveles de audiencia, ya sea por minuto específico o por periodos de hasta 4 minutos.

Estos estudios se realizan con el objeto de brindar información indispensable a las empresas para que estas puedan tener éxito en sus operaciones o incluso puedan crear estrategias para aumentar sus niveles de audiencia.

Las asociaciones y organismos a los que pertenece IBOPE AGB México son:

- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI).
- Consejo de Investigación de Medios (CIM).
- European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR).
- Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).
- Interactive Advertising Bureau(IAB).

Estos organismos realizan cada uno por su parte una tarea específica, en la AMAI, realizan investigación de mercados, opinión y comunicación, esto desde el año 1991, inclusive en el año 1999 creó el primer cuadro normativo de prácticas profesionales (ESIMM) Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México, cuyo cumplimiento es ahora obligatorio, éste documento es un protocolo que establece los requisitos sustanciales de calidad que debe observar toda empresa de investigación operando en México, que pretenda ofrecer a sus clientes un servicio preciso y confiable.

El CIM es una asociación civil mexicana que agrupa a todas las entidades del sector mediático y de la comunicación que se interesan en la investigación, promoción y evolución de este ramo en el país, este se encarga de regular las prácticas, el desarrollo y la evolución de la investigación en Medios y de la comunicación en México, al fin de ser más consistentes en la evaluación cuantitativa y cualitativa de las distintas plataformas de comunicación; además de que ofrece a todos los interesados el conocimiento de la metodología y el análisis anual de los cambios o incrementos de las mediciones de audiencia televisiva TV Abierta más TV de paga y su penetración en el país. El CIM



asegura que las mediciones de audiencia cumplan tanto con los estándares del Media Rating Council (MRC) como con la metodología requerida por la Industria mexicana.

Para el caso de la televisión, estas entidades forman parte de quienes realizan la labor de medir la audiencia, cada uno realiza tareas específicas, las cuales permiten brindar al público interesado la información completa y de calidad.

## **3. CORPORATIVO TV 2000**

### **3.1 Origen de TV 2000**

El grupo TV 2000 tiene más de 100 años desde su surgimiento en México, en el año 1906 se inicia con una empresa dedicada a la fabricación y venta de muebles para el hogar, ese se vuelve su principal negocio durante varias décadas. Es hasta el año 1950 cuando crean una empresa más, la cual se dedica a la manufactura de radios y televisiones, esta empresa creció con el tiempo y se convirtió en una de las principales empresas del grupo, se dedicó a vender a crédito y al contado, cuestión que permitió a parte de la población adquirir bienes haciendo pagos periódicos por montos pequeños<sup>7</sup>.

La empresa dedicada únicamente a la televisión surgió desde hace 23 años, su historia está constituida por numerosas perspectivas, desde su concepción en 1968, la visión con la que fue emprendido el proyecto de privatización, hasta la imagen con la que actualmente se conoce.

En el año 1993 salió a la venta el paquete de medios de comunicación, que incluía tres canales y un periódico, así que una empresa dedicada a la radiodifusión decide participar en la licitación para el mes de julio del mismo año se declaró ganadora a esta empresa, de inmediato se comienza a trabajar con el proyecto que en Octubre de 1993 se lanza la primera programación como televisión privatizada.

Se comienza con programación de noticiario y una telenovela, así como después se fueron incorporando programas dedicados a los deportes lo que le permitió a TV 2000 contar con un 55% de audiencia.

Para el año 1995, TV 2000 ya estaba dentro del mundo de la telecomunicación como uno de los medios más importantes, aumento su rating en un 76% y el número de sus anunciantes de 29 a 180.

Respecto a los partidos de futbol la televisora ya cubría hasta el 40% de la audiencia.

En el año 1997, TV 2000 fue reconocido en el ámbito internacional y lanza su primera oferta pública de acciones, así como lanza una fundación no lucrativa dedicada a mejorar la

---

<sup>7</sup> Página de Internet TV 2000.

educación, nutrición, salud y el medio ambiente, así como combatir el uso de las drogas en México.

Un año después los logros marcan a la televisora, con altos ratings en las telenovelas lanzadas al aire, en sus noticiarios y se inician programas de entretenimiento, los cuales tienen éxito rápidamente.

Para este año el corporativo busca alternativas para ayudar a los jóvenes que consumen drogas y lanza una campaña con la finalidad de ayudarlos, la cual fue galardonada con el premio de la Sociedad Civil de las Naciones Unidas en Viena.

Con el éxito obtenido hasta este momento, TV 2000 siguió trabajando con nuevos proyectos, cada vez más innovadores, los cuales les han permitido crecer como corporativo, así como ganar premios gracias a su dedicación a sus televidentes.

TV 2000 crece exponencialmente interna y externamente, por lo que cada vez se hace más necesario integrar las partes que la componen, con la finalidad de mantener esa proyección inicial a futuro no solo de su cultura interna, si no de los factores externos del país, con el cual debemos avanzar.

### **3.2 Organigrama**

El Corporativo está compuesto por diversas áreas como directores a cargo de las operaciones de las empresas del grupo, cada empresa del grupo opera de manera independiente, con su propia administración y consejo, sin embargo, entre ellas comparten valores, así como estrategias para que su crecimiento sea rápido, tengan resultados superiores y desempeño de clase mundial, el organigrama de los directivos del grupo se compone de las siguientes áreas:

Presidente

Director del Grupo

Director General de Servicios Estratégicos

Director general Legal

Director General de Comunicación Corporativa  
Vicepresidente de Finanzas Estratégicas y Relaciones Internacionales  
Director General de Administración y Operaciones  
Director General de Recursos Humanos  
Director General de Finanzas  
Director General de Sistemas y Telecomunicaciones

Además de esto cada empresa tiene su propio Director General

Respecto a su estructura Accionaria, el 35% de la empresa es pública, mientras que el 65% restante es propiedad de TV 2000<sup>8</sup>.

### **3.3 Cultura Corporativa**

#### **Misión**

Crear y distribuir un contenido de alta calidad de programación de televisión en México, ir creciendo a nivel mundial al mismo tiempo que se crea un valor mayor para los que forman parte del grupo.

#### **Visión**

Ser la mejor distribuidora de programación en México, llevando nuestros valores a nuestros clientes, informando, entreteniéndolo de manera sana y oportuna.

Ser una televisora confiable por hablar con la verdad y generar esperanza en la audiencia; obtener su respeto y admiración por colocarnos de su lado frente a los desastres y abusos. Construir una programación capaz de hacer soñar y proporcionar distracción, que brinde también contenidos formativos de manera entretenida, por lo que a su vez se tendrá la confianza de los anunciantes.

---

<sup>8</sup> Reporte Anual 2011 TV 2000.

## **Corporativo**

Desde su fundación TV 2000 estableció un proyecto de comunicación basado en la ética universal y en nuestros valores y tradiciones como mexicanos, se fijó como objetivo fundamental la producción de los mejores contenidos de habla hispana del mundo, no solo para informar y entretener, sino para formar a la sociedad.

TV 2000 cuenta con un Código ético para la autorregulación, que es un código que parte del respeto a la libertad de cada individuo, además de que se busca ser una promotora de una televisión de calidad que lleve a la pantalla el resultado de un trabajo digno, profesional y responsable.

Uno de los puntos de la visión del corporativo es proporcionar un entretenimiento sano, el cual se entiende como el derecho que todos y todas tenemos al sano esparcimiento, la diversión interesante y emotiva y al enriquecimiento a través del disfrute del tiempo libre, así mismo se entiende por información el comunicar de manera veraz, objetiva y oportuna los acontecimientos relevantes para la sociedad, cuestión que es de gran importancia en la actualidad, ya que la televisión es uno de los medios que más personas utilizan y por lo tanto permite a todos estar informados de las cosas que suceden a nuestro alrededor, otro de los aspectos fundamentales es que el acceso a la televisión es de personas de todas las edades, cuestión que representa una gran responsabilidad para el corporativo debido a que contribuye con la formación de las personas, es decir, la responsabilidad de educar a la población en ámbitos fundamentales, democracia, desarrollo, prosperidad económica, convivencia social y justicia.

TV 2000 produce contenido de alta calidad: alrededor del 60 % de la programación del día es producción propia, además de que la televisora tiene el compromiso de producir programas que informen y entretengan a la audiencia televisiva, basado en un código de valores con el cual se obtiene una relación respetuosa con sus publicistas y audiencia. Con el propósito de que la programación tenga niveles de demanda satisfactorios únicamente se

produce contenido después de realizar una investigación de mercado con publicistas y televidentes<sup>9</sup>.

### **3.4 Políticas y procedimientos**

Para que TV 2000 lleve a cabo sus operaciones es necesario que esta tenga manuales de políticas y procedimientos, los cuales los empleados y las personas que colaboren en los proyectos de cada área sepan cómo se tienen que llevar a cabo para la operación de la empresa.

Un manual es un libro que contiene lo más sustancial de un tema, por lo que son vitales para incrementar y aprovechar el cumulo de conocimientos y experiencias de personas y organizaciones.

En el ámbito de los negocios cada vez es de mayor importancia tener manuales de políticas y procedimientos los cuales permitan a una organización formalizar sus sistemas de trabajo y de esta manera cumplir con las metas establecidas por ésta.

Un manual de políticas y procedimientos es un manual que documenta la tecnología que se utiliza dentro de un área, departamento, dirección, gerencia u organización, en el cual se establece lo que se hace y como se hace, además de controlar los procesos asociados a la calidad del producto o el servicio según sea el caso, esto ayuda mucho para poder tener control sobre las operaciones.

La elaboración de manuales de políticas y procedimientos implica que habrá que definirse las funciones y responsabilidades de cada área que integra a la empresa, esta se debe separarse por áreas e incluso las áreas muy grandes pueden tener una separación adicional, para que se establezcan de manera clara cuáles serán las actividades a realizar y la manera en que deberán realizarse.

---

<sup>9</sup> Página de internet TV 2000.

Las políticas deben desarrollarse de una manera que puedan crear un orden en la empresa o bien evitar que haya desorden, y el propósito final de esto es obtener utilidades para la empresa.

Algunas de las ventajas que se obtienen con la creación de políticas en las empresas son que establecen lo que los directivos quieren, que ayuda a las personas de nivel operativo a tomar buenas decisiones, le da consistencia a la operación y orienta a que las actividades del mismo tipo tomen la misma dirección.

Respecto a los métodos y procedimientos son guías detalladas que muestran cómo se debe realizar un trabajo. Algunos de estos son solo verbales ya que las personas tienen a llevar a cabo sus actividades de manera natural, pero hay tareas más específicas que deben hacerse de una manera únicamente y siguiendo pasos al pie de la letra, para esto se deben tomar en cuenta el personal que realizara las tareas, y que se tenga un conocimiento preciso del área en la que se implementaran los procedimientos.

En el caso de TV 2000, sus políticas están divididas por áreas, entre las cuales se encuentran, producción, programación, ventas, recursos humanos, administración, operaciones, otros procesos, sistemas y seguridad de la información, entre otros.

Las que se refieren a producción se dividen en noticias y deportes, las cuales a su vez incluyen políticas de planeación, es decir a llevar una agenda diaria y semanal, y con la finalidad de llevar correctamente la agenda, se hacen juntas con las personas involucradas en estos procesos para poder llevar a cabo todas las operaciones que se tienen programadas, además de revisar las ordenes de trabajo que tienen, dichas ordenes también deben tener cierto control para evitar que haya incumplimiento con las operaciones pactadas.

Respecto a la programación, el corporativo cuenta con programas de entretenimiento, programas infantiles y programas informativos. Cada uno de estos debe cumplir con ciertas especificaciones para que puedan ser transmitidos al aire, dichas especificaciones deberán ser cubiertas conforme a lo establecido en las políticas de programación.

## **Programas de entretenimiento**

En los programas de entretenimiento se transmiten valores y modelos de comportamiento, dado a que en cierta forma instruyen; por eso, no se debe tratar de entretener a cualquier precio, sino de enriquecer al hombre a través del entretenimiento, por esta razón la programación debe contener lo siguiente:

Veracidad de los programas de entretenimiento ya que permite al corporativo identificar la realidad como es, sin provocar desfiguraciones que influyan negativamente, y en el caso de la ficción, la ensoñación y el humor, deben llevar a tomar con buen sentido todas las realidades de la vida, pero sin crear confusiones que puedan dañar.

Además la programación deberá cumplir con la característica de la objetividad, es decir, que el entretenimiento procure el buen humor, la alegría, la interpretación adecuada de los sucesos y las personas, hacer que quienes vean esta programación superen la realidad en la que vivimos pues es una forma para pasar el tiempo y olvidarse de las dificultades, por lo que no se debe provocar actitudes de rechazo, de desprecio, vulgaridad o parcialidad, se debe abundar la temática y los enfoques, evitando reincidir en elementos de entretenimiento monótonos. Por ello conviene que la objetividad y la imparcialidad se apoyen con una continua autocrítica, entendiéndola como la capacidad de conocer, aceptar y superar la compleja problemática que se presenta en la programación.

Además, universalidad de los programas, que indica que es necesario tener en cuenta que el entretenimiento es para todas las personas, independientemente de edad, madurez, sexo, religión o raza, con la finalidad de no herir sensibilidades ni provocar perjuicios a nadie, tomando en cuenta todas las distinciones anteriormente mencionadas para adaptar adecuadamente la programación. El lenguaje utilizado se pretende que sea el más adecuado ya que la característica más propia de los programas de entretenimiento debe ser la riqueza del lenguaje y el manejo pertinente del mismo y para definir qué tipo se utilizara se tomara en cuenta el estilo de programa, se establece el lenguaje más adecuado basado siempre en la prudencia y buen criterio de guionistas y productores, esto conlleva a darle a cada proyecto un espíritu constructivo, esto quiere decir que el objetivo del entretenimiento es distraer únicamente; no se busca formar en las personas un criterio sobre algún tema. Sin embargo,



conviene tener en cuenta que todo lo que se presenta en la pantalla educa y construye dejando algo en los televidentes.

Cada proyecto debe ser pertinente, es por esta razón que debe buscarse que la barra de entretenimiento cumpla con las exigencias especiales de atención a las características propias del auditorio, se respeten las edades, la preparación y a las características propias del auditorio, esta tarea depende del criterio de los encargados de la programación.

Para determinar el lenguaje, los chistes, escenas, imitaciones y juegos, se exige especial cuidado en su presentación, ya que tiene que considerarse un buen criterio, debido a que existe la posibilidad de que toda la familia pueda ver al mismo tiempo un programa; y al mismo tiempo deben tener una comprensión correcta, que se refiere a que los programas de entretenimiento pueden ayudar a comprender mejor las situaciones más difíciles de la vida, ya sea tratándose de programas explicativos, humorísticos, culturales o concursos, siempre se puede obtener de ellos elementos importantes para entender mejor a las personas y los acontecimientos. Por ello, este tipo de programas procurarán reflejar una gran comprensión de la persona humana y de sus problemas, respetando su identidad. Esta comprensión se basará en un respeto total a la intimidad, conservando la diferencia esencial entre ámbito privado y ámbito público.

La responsabilidad de llevar un corporativo de medios, es una tarea en la que se requiere un gran esfuerzo comunicativo, los programas de entretenimiento deberán ofrecer la posibilidad de influir ampliamente en las personas. La responsabilidad implica que la televisora es consciente de la programación de entretenimiento y que asume las consecuencias que ésta pueda presentar, es por eso que todos los programas que se emiten deben tener una razón de fondo para presentarse al público. La ética se reconoce por encima de los gustos generalizados, la opinión de la mayoría y los intereses comerciales. Ser creativos implica para el corporativo buscar nuevas opciones para presentar las situaciones comunes y normales, al referirse a la palabra creatividad, se pretende que la creatividad, por su misma esencia, no se debe reducir ni limitar, sino que exija cambios, esfuerzos y sobre todo capacidad intelectual, el caer en lugares comunes y la superficialidad, no se debe caer en una contradicción entre creatividad y ética, porque se

negaría la capacidad del hombre de ser inteligente en todas las situaciones, además de que la televisión tiene la gran responsabilidad de educar en el diálogo, es decir que, todo programa establece necesariamente una comunicación con quien lo sigue, por ello favorecer el diálogo debe ser uno de los objetivos clave del entretenimiento, por lo que cada programa que sea visto por los televidentes procurará llegar con responsabilidad para interpelarlo, para enseñar, a escuchar, a compartir y a superar las diferencias existentes.

Para seleccionar la programación, el corporativo debe basarse en los horarios, ya que estos indican la clasificación del público para cada programa, es muy importante la adecuación de lo que se presenta al auditorio concreto que lo recibe, y para esto el corporativo realiza un análisis previo en las personas que podrían ser los televidentes.

En el caso de los programas de humor se deben realizar pensando en auditorios concretos respetando sus características propias para no desvirtuar los programas ni promover perspectivas inadecuadas. Para esta tarea estará el Departamento de Programación que se encargará de atender especialmente los contenidos, puesto que son los que más pueden afectar, además de cuidar la presentación de imágenes, escenas, mensajes subliminales, juegos de palabras y lenguaje altisonante.

### **Programas Infantiles**

La programación infantil se considera la más difícil debido a la capacidad de los niños para percibir e intuir mensajes es muy alta; su apertura y cuestionamiento a todo lo que se presenta en su vida diaria y lo que reciben de los medios de comunicación, exige una atención especial puesto que los mensajes transmitidos forman en el niño la mentalidad de su vida adulta. La responsabilidad de esta programación es demasiada ya que su impacto es muy fuerte, en relación a la niñez se debe enfocar a la educación para ellos, respetando creencias, y la integridad de cada uno de los niños que son televidentes, esto no implica crear una programación repleta de censuras, el criterio no consiste en eliminar conceptos o imágenes sino en educar; esto implica la creación de una dinámica especial en cuanto a la programación, la información y la formación de cada niño que ve el televisor.

A diferencia de los adultos, la mente del niño tiende a la ensoñación, a la fantasía y al simbolismo, por lo que requiere de la presentación realista para madurar como persona y formar su juicio, a partir de bases educativas, esto quiere decir que haya veracidad en las transmisiones, lo que significa la correcta adecuación de la inteligencia infantil con la realidad buscando el equilibrio entre ambas.

Así mismo la programación infantil, debe ser universal con el fin de que el niño pueda establecer distinciones, especializaciones y particularidades en los temas se desarrolla paulatinamente, por ello, cada programa, según el auditorio particular al que va dirigido deberá ser adecuado para poder ser visto por todos los niños que conforman el segmento al que va dirigido.

El lenguaje que se utiliza en la programación infantil será siempre el educativo, porque se busca adaptar el lenguaje televisivo a la mentalidad del niño, con esto no se busca deformar el lenguaje ni deformar al niño en el uso del mismo, los niños tienen su propio lenguaje al igual que el adulto tiene el suyo por lo que se debe establecer un lenguaje exclusivo en este tipo de programación.

Se mantiene el criterio de pertinencia como en el resto de la programación, recordando que atienden a las características del niño y no a lo que los adultos piensan sobre ellos. El criterio será siempre positivo: educar.

El espíritu constructivo es un aspecto que se debe tomar en cuenta en gran medida porque los niños pasan entre dos y seis horas frente a la televisión. Ésta puede constituirse en el gran medio de educación y formación, el corporativo buscará siempre el desarrollo de la maduración en el niño, ofreciéndole mensajes que le permitan conocerse a sí mismo y al mundo que le rodea.

Para los criterios de pertinencia se deben tomar caracteres muy determinados en el caso de los niños: la edad, el grado de escolaridad, la situación familiar generalizada en el país, la situación misma del país, el modo como se vive la infancia es diferente dependiendo de cada situación por lo que se tiene que hacer un análisis para establecer los criterios en los que se basará dicha programación.

Cada etapa de crecimiento debe tener sus elementos psicológicos y éticos que indiquen la forma en que deben ser formados en cuanto a los criterios de vida, de respeto e identidad, por lo que se establecen criterios de comprensión a la niñez.

Por otra parte, el niño está en proceso de desarrollo físico y mental, su emotividad está muy desarrollada y no está dominada todavía por la racionalidad. Estas situaciones obligan a programadores, guionistas, conductores y productores a entender la visión que el niño tiene de la vida y a transmitir mensajes comprensivos y respetuosos.

El punto más importante en el aspecto de programación infantiles es la responsabilidad que tiene el corporativo con los televidentes, esto porque el futuro de un país se centra en la educación de los niños y de los jóvenes, y no solo los corporativos de medios, sino que toda empresa de comunicación que posee la capacidad de influir en las decisiones más profundas de la persona, especialmente cuando se encuentra en un proceso de desarrollo integral.

Claro está que no se puede experimentar con conceptos o imágenes para probar las reacciones, así que cualquier nueva programación deberá ser evaluada por expertos para no dañar la imagen de la niñez ante el mundo exterior.

Los departamentos de entretenimiento e información relacionados con la programación infantil basarán sus decisiones en estudios psico-sociales completos y fidedignos para que nunca se dé un paso en falso y sepa responder de sus decisiones.

Respecto al dialogo que se utiliza en los programas, el niño busca ansiosamente algo nuevo, busca preguntas con las que pretenden identificar claramente la realidad; esto indica que el proceso mental del niño es extraordinariamente rápido para acumular información aun cuando carece de la formación necesaria para procesarla, la novedad del mundo infantil exige nuevas creaciones que permitan contar con la asiduidad de los niños.

El corporativo de medios debe escoger con especial cuidado al personal que labora en los programas infantiles, porque la creatividad exige nivel intelectual, percepción psicológica y

madurez, lo que se busca principalmente de promover nuevas formas para tratar los aspectos que atraen al sector infantil.

Finalmente para asignar la programación, se debe tomar en cuenta que los niños asisten a una escuela con horarios distintos, además que hay horarios en los que los televidentes son en su mayoría adultos, es posible que los niños vean programas de televisión en horarios que sobrepasen cierto punto señalado, por ello, el corporativo deberá buscar tener un equilibrio en horarios y espera que los padres compartan la responsabilidad de educar a sus hijos para que sepan juzgar lo que ofrece la televisión.

### **Programas Informativos**

La información es un requisito de actualidad y modernidad que obliga a la sociedad a mantenerse al tanto de los acontecimientos actuales. Informar es conducir a la formación de criterio por medio de la presentación de lo que sucede. El tipo de información que genera una empresa de comunicación tiene el poder de transmitir conocimientos y generar opinión.

El fin de esto es que todo ser humano tiene derecho a la información veraz, por lo que el departamento de información y de noticieros, deberá trabajar con datos extraídos de la vida real. Estos forman la base de las noticias y constituyen los elementos esenciales de información, además que se buscará que la información que se va a dar a conocer sea exacta y novedosa.

Para el caso de las noticias se deberá hacer especialmente patente que la veracidad esté acompañada de una presentación objetiva, el grado de imparcialidad debe ser absoluto y la información debe ser procesada permaneciendo tal cual es, distinguiendo adecuadamente la noticia del comentario interpretativo, sin decirse cosas o dar información incorrecta o modificada a la real.

Dicha información será presentada a cada una de las personas que conforman el auditorio de noticias, la noticia, su presentación, el análisis y las conclusiones que la acompañan deben generar atención y aceptación.

Respecto al lenguaje, la noticia provoca un lenguaje que se adapta a la actualidad, es decir, que es más perspicaz y claro. Se mantendrá el criterio de pertinencia como en el resto de la

programación, recordando que debemos atender a las características del niño y no a lo que los adultos piensan sobre ellos. El criterio será siempre positivo: educar.

El concepto de información implica en sí mismo veracidad, objetividad y universalidad y la ampliación de conocimientos permitiendo crecer en la capacidad de juicio. Pero el hecho de que la información se base en datos convertidos en noticia no es suficiente. La información por sí misma, sin un objetivo de transformación de la sociedad es algo hueco.

La oportunidad, en el caso de la información, viene dada por la forma como se presenta. La noticia más desagradable puede presentarse al público como una ocasión para la formación y el aprendizaje.

En la noticia se trabaja con la imagen, el mensaje y la interpretación; estos tres elementos se adecuarán a la situación del auditorio, a su nivel educativo, a su cultura y a su edad, es por esta razón que la información se centrará en situaciones que tienen como principales protagonistas a seres humanos, por una parte, conviene ser muy atentos hacia las personas que participan, de alguna forma, en la noticia, presentando la realidad pero sin intervenir en su intimidad o en sus decisiones privadas.

Por otra parte, se tendrá en cuenta al auditorio para transmitirle toda la información con el cuidado y el respeto debido. En las diferencias se debe respetar la libertad de decisión de cada persona, aunque no se acepten sus opciones individuales.

La responsabilidad con este tipo de programación es muy alta debido a que toda noticia debe ser un llamado a la responsabilidad personal y social, esto implica que los directores de noticieros midan la importancia de cada suceso y su trascendencia para el auditorio. Si algo llama a la responsabilidad debe ser elaborado con la mayor atención, observando las posibles o reales consecuencias de lo que se presenta.

Respecto al dialogo utilizado es importante tomar en cuenta que la noticia es un medio para establecer un camino de comunicación con los televidentes, no es un factor de dominio y en la medida en que se realice este diálogo, se considerará que los noticieros generan opinión pública para la transformación de la sociedad.

## **Ventas**

Respecto a las políticas de ventas primero debemos entender que el corporativo vende un espacio para que otras empresas puedan vender sus productos o servicios, además tiene la obligación de satisfacer a sus clientes en cuanto a que éstos buscan que con el espacio en la televisión sus productos y/o servicios sean más vendidos, y buscan que las personas que ven la programación encuentren necesidades nuevas para de esta manera el público decida adquirir dichos servicios y/o productos.

Las políticas del área de ventas se clasifican en 3 rubros, los cuales hablan de una administración efectiva, que significa que logren tener mayores utilidades con las ventas y con la producción para brindar sus servicios con un costo menor; el segundo rubro se refiere a una fuerte generación de flujo de efectivo, el cual se refiere a que las ventas tendrán un sistema que permite a los operadores o trabajadores realizar un trabajo de calidad y al mismo tiempo que ellos tengan incentivos para que haya metas en común entre empleados y accionistas de la empresa y finalmente distribución de estaciones propias y operadas, que significa que la empresa será la propietaria de la programación que se transmita, en este rubro se hará mención de cuál es la parte de la que es propietaria la televisora y algunas especificaciones más para poder tener sus ventas al máximo y así tener la capacidad de cubrir con las especificaciones que sus clientes requieren.

### **Administración efectiva**

Un elemento en el que TV 2000 pone especial atención es el control de costos y gastos, con el fin de mantener altos niveles de ganancia operativa. Esto implica disciplina y compromiso, y es parte indispensable de la estrategia para lograr un crecimiento con el flujo de efectivo y para mantener márgenes altos de EBITDA. Para controlar sus costos, TV 2000 utilizará un plan de compensaciones que vincula la compensación variable de los empleados con la generación de efectivo de cada programa y con una unidad de negocio, motivándolos a controlar costos y agregar mayor valor en su desempeño profesional. También se harán pruebas de mercado para los nuevos programas que planea transmitir, reduciendo costos de prueba y error en la selección y producción de nuevos programas.

### Fuerte generación de flujo de efectivo

El modelo de negocios de TV 2000 debe estar enfocado a la generación de efectivo. En cada unidad de negocio, en cada programa y en todos los espacios de tiempo a la venta la contribución de efectivo es primordial para la compañía, es un parámetro esencial en la toma de decisiones. TV 2000 se anejará con los sistemas, los incentivos y los esquemas de compensación que le permitan a cada empleado ser un emprendedor. De esta manera los intereses de los empleados están en línea con los de los accionistas de incrementar las ventas y ofrecer un servicio de calidad.

### Distribución de estaciones propias y operadas

TV 2000 es propietaria y opera dos redes de televisión nacional, además, opera un canal más de corte cultural en televisión abierta. Estas redes están compuestas de 321 sitios de transmisión de televisión ubicados en todo México que transmiten televisión por lo menos 23.5 horas al día, siete días a la semana. 277 de las estaciones de la red son estaciones repetidoras que únicamente transmiten programación y anuncios recibidos de las estaciones principales de la Ciudad de México. Las otras 44 estaciones de la red transmiten programación y anuncios locales, además de la programación y anuncios proporcionados por las estaciones principales.

### **Recursos humanos**

Las políticas referentes a los recursos humanos son que cada empleado que pertenezca a la empresa deberá cumplir con sus actividades correspondientes según lo firmado en su contrato laboral, además de que toda la información debe ser confidencial ya que la empresa tiene firmados acuerdos de confidencialidad con sus colaboradores y clientes, otra política se refiere a que cada empleado deberá contar con su identificación otorgada por el corporativo, el cual será la única manera de acceso a las instalaciones, así mismo cada activo fijo que se le dé al empleado, éste deberá enterarlo a través de un portal de internet exclusivo para los empleados del corporativo, en éste portal podrán ver la información relacionada con el corporativo, además de realizar operaciones sobre solicitudes de cartas, de algún permiso, entre otros.



## **Administración**

Las políticas de administración implican que toda la información que las áreas administrativas manejen sea confidencial y se maneje de la manera adecuada, que el personal que labora en estas áreas sea responsable de la información que se maneje y firme además un convenio en el cual asegure la información de la empresa, además de que todo se va a llevar a cabo dentro de los sistemas establecidos por la compañía y debe estar todo correctamente registrado, no puede haber algo de lo cual no haya un registro. Otro punto es la segregación de funciones ya que por medidas de control interno deben de estar bien establecidas las funciones de cada persona que labora en las áreas administrativas con la finalidad de evitar que haya algún error o bien de que se vaya a cometer algún fraude que afecte la estabilidad de la compañía, o los bienes de la misma.

## **Operaciones**

Dentro de las políticas, se encuentran unas que son específicamente enfocadas a las operaciones de la empresa, primero debemos entender que la operación del corporativo se basa principalmente en vender espacios en la televisión con la finalidad de colaborar con las empresas que requiere hacer públicos sus productos, además de esto se llevan a cabo proyectos de programas elaborados por la compañía, ya sean informativos, de entretenimiento o infantiles.

Para poder transmitir por televisión los programas o comerciales, primero se hace el acuerdo con la empresa que desea recibir el servicio, se establece en un convenio el trabajo a realizar así como el precio que se manejara por brindar el servicio, la empresa por su parte deberá hacer un numero de orden para poder desarrollar el proyecto y finalmente llevarlo a cabo, estas órdenes deberán ser autorizadas por las personas indicadas y deberán ser analizadas para desarrollar ideas, personal que colaborara, áreas de la empresa involucradas y personal que autorice el momento en que el proyecto pasara a televisión, estas actividades deberán llevarse a cabo paso a paso y no se podrá omitir alguna firma, ya que en caso de no tener las autorizaciones correspondientes no se le dará espacio en televisión al proyecto.

## **Otros procesos**

La empresa TV 2000 además de tener su giro principal que es de vender espacios en televisión, lleva a cabo otras actividades con el fin de generar mayores utilidades, para estas actividades tendrá que haber personal específico que realice el trabajo para que no se mezcle la información, por lo que además habrá un centro de costos, el cual indicara que ganancias o pérdidas están produciendo estos procesos. La información referente a los otros procesos podrá ser llevada a cabo fuera de las instalaciones del corporativo, siempre y cuando haya vigilancia continua de que se está llevando a cabo todo de manera correcta.

## **Sistemas**

En cuanto a las políticas de los sistemas, se trabajará únicamente con los sistemas que el corporativo diseñe para la empresa, es decir que toda la información de cualquier índole deberá estar registrada correctamente en los sistemas, habrá un departamento de sistemas el cual se encargara de diseñar éstos y brindar capacitación a los empleados involucrados en cada uno de ellos, además de que se podrán hacer modificaciones a los sistemas con una solicitud de mejora y la aprobación del encargado del área que solicite la mejora. Cualquier error o problema que haya con algún sistema de igual manera se tendrá que revisar de inmediato con el personal del departamento de sistemas para corregir el problema o bien detectar si hay alguna falla.

## **Seguridad de la Información**

Las políticas, prácticas y lineamientos de seguridad de la información están orientadas a proteger los datos e información contra riesgos de robo, divulgación, acceso no autorizado, modificación, perdida, interrupción o mal uso; el cumplimiento de estas es obligatorio y aplican a todo el personal del grupo tanto interno como externo. Las políticas se deberán revisar continuamente por el personal de Seguridad de la Información por lo menos una vez al año.

Las políticas relacionadas con la seguridad de la información están basadas en la norma ISO 27001, con la finalidad de cumplir con los estándares internacionales en la materia.

La ISO 27001 es la única norma internacional auditable que define los requisitos para un sistema de gestión de la seguridad de la información. La norma se ha hecho para garantizar la selección de controles de seguridad adecuados y proporcionales<sup>10</sup>.

Como se utilizaran sistemas para manejar la información del corporativo, es necesario que haya políticas acerca de la seguridad de la información, entre ellas se encuentra que está estrictamente prohibido difundir información de cualquiera de las empresas, esto por evitar riesgos de robo, plagio o mal uso de la información.

Habrá que poner los equipos que manejen sistemas computacionales personalizados para que cada empleado tenga únicamente acceso a la información correspondiente a su departamento o que sea necesario para llevar a cabo sus actividades cotidianas laborales, además que estará restringido el uso de dispositivos de almacenamiento, así como estará restringido el envío por correo electrónico de archivos adjuntos, el acceso a determinadas páginas de internet y las que sean necesarias para proteger la información. Podrán solicitarse permisos para no tener restricciones en los equipos, esto será con las autorizaciones del jefe inmediato, del jefe del área y del jefe de sistemas, siempre que haya una justificación para poder dar estos permisos especiales.

Las políticas establecidas en la empresa deben estar correctamente seguidas y deben llevarse a cabo por las personas establecidas en el escrito, en caso de que o se cumpla con algún punto, sin ninguna razón válida, habrá sanciones de diferentes tipos según la causa del incumplimiento y la afectación que tenga ésta en las operaciones de la entidad.

Las sanciones que existen en caso de incumplimiento de las políticas son:

- Acta administrativa, esta se dará e cualquier falta o error que no cause un impacto en los costos o la imagen de la empresa.
- Acta administrativa más la reparación de los daños, a ésta se harán acreedores todos aquellos que comentan un error o una falta que ocasione un impacto en los costos o en la imagen de la empresa, o bien cualquier acto que contraponga lo descrito en la política.

---

<sup>10</sup> <http://www.iso27001security.com/html/27001.html>

- Baja del empleado, esta se dará en caso de identificar activos fijos no declarados en un inventario realizado por el área de Activo Fijo o Auditoría.
- Baja del empleado y proceso legal, esta sanción se les dará a cualquier empleado que cometa un intento de robo a la empresa, cualquier acto de deshonestidad o fraude, cualquier acción e contra de las buenas costumbres que afecte la imagen de la empresa, en caso de negligencia que provoquen pérdidas para los clientes o proveedores, la acumulación de tres actas administrativas, o cualquier acto mal intencionado que derive en un beneficio personal<sup>11</sup>.

### **3.4 Programación**

El corporativo con la finalidad de ampliar sus mercados se encarga de distribuir diversos tipos de programación, el cual sea adecuado para todo aquel que tenga acceso a un televisor.

TV 2000 produce una amplia variedad de programas, incluyendo telenovelas, reality shows, noticiarios, transmisiones deportivas, programas musicales, de concursos, de variedades y talk shows. Adicionalmente adquiere películas y series reconocidas a nivel mundial, traducidas al español, de más de 100 distribuidores internacionales. Con el fin de mantener la calidad de la programación, TV 2000 reúne grupos de enfoque y realiza encuestas para evaluar la popularidad esperada de nuevas ideas de programación; utiliza también parte de su tiempo de publicidad no vendido para promocionar de manera agresiva tanto la programación producida internamente como la adquirida, para crear y mantener el interés de los televidentes.

El corporativo cuenta con programas de entretenimiento, programas infantiles y programas informativos.

---

<sup>11</sup> La información correspondiente a las políticas y procedimientos de obtuvo de la página de internet de TV 2000.

TV 2000 diseña opciones publicitarias para los mercados de bienes y servicios, ajustándose siempre a las necesidades de los clientes y haciéndoles un trabajo que quede a su medida.

El proceso de estos servicios desde la firma del contrato hasta la transmisión del spot se anota a continuación:

- Cierre de Contrato. El contrato se cierra mediante una negociación sobre el plan comercial y se establecen las tarifas y las condiciones contractuales para la transmisión de los anuncios publicitarios.
- Orden de servicio. Un ejecutivo de Ventas Directas recibe la solicitud de servicio del cliente, la cual es conocida como pauta; si esta solicitud no se puede llevar a cabo o existe libre inventario, el ejecutivo ofrece nuevas opciones al cliente. La pauta incluye: producto, duración, programa, fechas, horario y las versiones del spot que se va a transmitir.
- El Spot se coloca en el carrier. Se capturan los datos de la pauta y se genera un número de orden de servicio. Se revisa que no haya ningún cambio en la programación y si existiese alguno, la orden se regresa. De otro modo, los spots se colocan en el carrier de acuerdo a las condiciones contractuales. Una vez colocado en el carrier, el sistema calcula automáticamente el costo del anuncio publicitario.
- Transmisión del Spot. Se realiza la transmisión del spot cumpliendo con lo establecido en el contrato<sup>12</sup>.

### **3.5 Responsabilidad social**

La responsabilidad social en las empresas es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma

---

<sup>12</sup> Página de internet TV 2000.

de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad<sup>13</sup>.

Así mismo es el compromiso consciente y congruente de cumplir íntegramente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.<sup>13</sup>

En conclusión, la responsabilidad social se debe entender como el manejo de las operaciones de una entidad, buscando un beneficio económico, social y ambiental, basado en los valores de la empresa y apegándose a las políticas y procedimientos establecidos por los mismos.

Para poder ser una empresa con responsabilidad social, se toman en cuenta diversos factores, uno de ellos es el apoyo que debe haber por parte de los directivos de las empresas para poder implementar las acciones a realizar y darles un seguimiento que permita obtener los beneficios esperados tanto para la parte interna de la organización como para la sociedad.

Para poder medir la responsabilidad social que tiene una empresa se deben tomar en cuenta factores internos y externos, en la parte interna siempre se pretende que la organización favorezca los intereses de las personas que pertenecen a ella, considerando la justicia y la equidad, al mismo tiempo de que se generen utilidades, además de que se busca un ambiente de trabajo que permita tener una calidad de vida en él y al mismo tiempo favorezca al desarrollo integral del colaborador y finalmente en el aspecto ecológico se basa en la responsabilidad sobre los daños por procesos al medio ambiente y las acciones a tomar para evitar que se dañe al mismo; en la parte externa se conoce su dimensión con base en la generación de servicios útiles para la comunidad, así como la participación e implementación de planes económicos que favorezcan la región donde se encuentre la entidad, además se deben realizar acciones para favorecer la expansión del espíritu

---

<sup>13</sup> El concepto de responsabilidad social empresarial, Centro Mexicano para la Filantropía, Juan Felipe Cajiga Calderón, [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades, y en el aspecto ecológico conlleva la implementación de acciones para contribuir con el medio ambiente y la conservación del mismo para bien de la comunidad.

Para que se considere que hay responsabilidad social en una empresa se necesita que se cumplan 4 ámbitos:

- Ética y gobernabilidad empresarial
- Calidad de vida en la empresa
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo
- Cuidado y preservación del medio ambiente

Además de estos cuatro ámbitos, para que una empresa sea reconocida como socialmente responsable, debe responder a principios empresariales universales, los cuales aseguran su implementación exitosa.

Los principios son los siguientes:

1. Respeto a la dignidad de la persona
2. Empleo digno
3. Solidaridad
4. Subsidiariedad
5. Contribución al bien común
6. Corresponsabilidad
7. Confianza
8. Ética en los negocios
9. Prevención de negocios ilícitos
10. Vinculación con la comunidad
11. Transparencia
12. Honestidad y legalidad
13. Justicia y equidad
14. Empresarialidad
15. Desarrollo Social<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> El concepto de responsabilidad social empresarial, Centro Mexicano para la Filantropía, Juan Felipe Cajiga Calderón, [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

El que una empresa sea socialmente responsable y cumpla satisfactoriamente con los puntos mencionados anteriormente, va a ayudar a que esta tenga mayores beneficios, así como va a existir un beneficio para todas las partes interesadas, como son proveedores, inversionistas, asociados, autoridades gubernamentales, entre otros, los cuales deben tener una buena comunicación con la entidad para que esta tenga realmente un valor agregado.

Entre los beneficios que obtiene una empresa al ser reconocida como socialmente responsable son los siguientes, un imagen corporativa que brinde seguridad y que sea confiable para que otras empresas quieran tener operaciones con la primera, además que permite obtener mayores apoyos económicos por parte de instituciones financieras, así también las ventas incrementan lo que conlleva a que los ingresos aumenten.

Las empresas reconocidas como socialmente responsables obtienen mayores beneficios siempre que cumplan con los requerimientos necesarios.

TV 2000 es una empresa reconocida como socialmente responsable, ya que ha mostrado tener valores y cumplir con los principios establecidos anteriormente, para mostrar su dedicación y esfuerzo para brindar beneficios a las comunidades, TV 2000 ha hecho campañas en las que los objetivos principales son apoyar a personas y al medio ambiente, una de las campañas que realizan anualmente desde hace 16 años es la entrega de juguetes el día 6 de enero, en conmemoración de una de las tradiciones más importantes que tiene México, la entrega se hace a niños de bajos recursos que esperan ese día para recibir un obsequio de los “Reyes Magos”.

Otra de las campañas que se realizan de forma anual es en beneficio del medio ambiente y consiste en hacer una recolección de basura y desechos que se encuentran en las calles, esto ayuda por que al menos por un día se hace una limpieza de áreas que se encuentran en mal estado debido a la inconciencia de las personas del daño que hace que tiren la basura en las calles.

Además de estas campañas, TV2000 apoya a través de programas a estudiantes, brindándoles becas para que estos puedan continuar con sus estudios, apoya a personas que sufren de abusos o maltratos por parte de otras personas o instituciones, les dan asesorías jurídicas para defender sus derechos y buscan maneras de ayudar a personas vulnerables.

A sus empleados les dan una serie de beneficios para que éstos puedan tener una calidad de vida agradable dentro del trabajo, apoya con transporte a sus empleados a diversos lugares,



servicio de comedor a precios bajos, además de descuentos en establecimientos con los que se TV 2000 tiene operaciones.

Esto ha permitido que la empresa crezca a nivel internacional, y que al tiempo que se beneficia ésta, beneficie a las personas que pertenecen a ella, a externos y al medio ambiente, lo que al mismo tiempo ha permite que las pates interesadas obtengan un beneficio y una confianza en la empresa, por personas interesadas podemos entender a los proveedores, a los inversionistas y a las autoridades gubernamentales.

TV2000 es una empresa socialmente responsable que sabe que tiene un valor agregado a diferencia de muchas otras empresas lo que brinda una buena imagen corporativa, apoyos financieros, además de incremento de ventas, ya que el cumplir con estos requisitos hace que tenga un elemento diferenciador lo que a su vez se vuelve una ventaja competitiva porque fomentan el desarrollo humano, la transparencia y pueden incluso prevenir negocios ilícitos.

## **4. TV 2000**

### **4.1 Información financiera**

TV 2000 es una sociedad anónima bursátil de capital variable constituida de conformidad con las leyes de México. El 2 de junio de 1993 mediante escritura pública se hizo constar la constitución de TV 2000, la cual fue inscrita en el Registro Público de Comercio del Distrito Federal el 13 de julio de 1993. La duración de TV 2000 es de 99 años a partir de la fecha de la escritura constitutiva<sup>15</sup>.

La constitución de TV 2000 se llevó a cabo conforme a lo dispuesto en la Ley de Sociedades Mercantiles, como es una sociedad anónima, su fundamento se encuentra en el Capítulo V, sección primera de la ley, en la que se establecen los requerimientos para poder constituirse, en su artículo 89 nos menciona que para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

- I.- Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos;
- II.- Que el contrato social establezca el monto mínimo del capital social y que esté íntegramente suscrito;
- III.- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario, y
- IV.- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

Su escritura constitutiva contiene lo siguiente conforme al artículo 6 de la misma Ley:

- I.- Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad;
- II.- El objeto de la sociedad;
- III.- Su razón social o denominación;
- IV.- Su duración, misma que podrá ser indefinida;
- V.- El importe del capital social;

---

<sup>15</sup> Informe anual 2011 TV 2000.

VI.- La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización. Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo que se fije;

VII.- El domicilio de la sociedad;

VIII.- La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores;

IX.- El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social;

Y conforme a los requisitos establecidos en el artículo 91 de la Ley General de Sociedades Mercantiles también cumple con los siguientes requisitos:

I.- La parte exhibida del capital social;

II.- El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social, salvo lo dispuesto en el segundo párrafo de la fracción IV del artículo 125;\*

III.- La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones;

IV.- La participación en las utilidades concedidas a los fundadores;

V.- El nombramiento de uno o varios comisarios;

VI.- Las facultades de la Asamblea General y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto las disposiciones legales puedan ser modificadas por la voluntad de los socios.

TV 2000 mantiene sus libros y registros en pesos mexicanos y elabora sus estados financieros consolidados en pesos mexicanos, atendiendo a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's) o IFRS (International Financial Reporting Standards) emitidas por el International Accounting Board (IASB) por sus siglas en inglés, fue a partir del 1 de enero de 2012 cuando TV 2000 comenzó a preparar su información conforme a las NIIF con objeto de cumplir con las disposiciones establecidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)<sup>16</sup>.

La elaboración de los estados financieros requiere que TV 2000 haga estimaciones y juicios que afectan las cantidades de activos, pasivos, ingresos y gastos reportados, y revelación relacionada con activos y pasivos contingentes. De igual manera evalúa estimaciones, incluyendo aquellas relativas a cuentas incobrables, valuación de activos de larga duración

---

<sup>16</sup> Informe Anual 2011 TV 2000.

e intangibles, gastos en desarrollo y crédito mercantil, derechos de exhibición, reserva para inventarios obsoletos, impuesto sobre la renta, impuesto empresarial a tasa única, impuesto sobre la renta diferido, obligaciones laborales, contingencias y litigios.

TV 2000 basa sus estimaciones en experiencia histórica y en diversos supuestos que considera son razonables bajo las circunstancias aplicables en su momento. Estas estimaciones son la base para la emisión de juicios acerca de los valores presentes de activos y pasivos que de otra manera podrían no ser evidentes. Los resultados reales pueden diferir de aquellas estimaciones conforme los diferentes supuestos o en diferentes condiciones.

A continuación se mostraran los estados financieros básicos consolidados de TV 2000 dictaminados por el despacho de auditores externos Salles Sainz Grant Thornton S.C., los cuales son Estado consolidado de posición financiera, Estado consolidado de Resultado Integral, Estado consolidado de variaciones en el capital contable y Estado consolidado de Flujos de efectivo. Estos estados financieros serán por los años 2011 y 2012 para poder tener un comparativo de las cifras de los mismos.

Los estados financieros son la manifestación fundamental de la información financiera; son la representación estructurada de la situación y desarrollo financiero de una entidad a una fecha determinada o por un periodo definido. Su propósito general es proveer información de una entidad acerca de su posición financiera, del resultado de sus operaciones y de los cambios en su capital contable o patrimonio contable y en sus recursos o fuentes, que son útiles al usuario general en el proceso de la toma de sus decisiones económicas<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Normas de Información Financiera A-1 Estructura de las Normas de información Financiera.

**TV 2000 S.A.B. de C.V. y compañías subsidiarias**

**Estados consolidados de posición financiera<sup>18</sup>**

**Al 31 de Diciembre de 2012 y 2011**

**(Expresados en miles de pesos)**

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
<b>Activos</b>		
<b>Circulante</b>		
Efectivo y equivalentes de efectivo	6,446,077	8,317,817
Clientes y otras cuentas por cobrar	5,330,736	5,970,433
Impuestos por recuperar	82,984	40,045
Partes relacionadas	266,551	276,744
Otros activos financieros	889,457	36,062
Derechos de exhibición	1,809,681	1,601,030
Inventarios	33,711	11,357
<b>Total de activos circulantes</b>	<b>\$ 14,859,197</b>	<b>\$ 16,253,488</b>
<b>No circulante</b>		
Clientes a largo plazo	480,000	1,431,857
Derechos de exhibición	1,505,385	1,328,304
Propiedades y equipo, neto	3,465,097	3,338,583
Concesiones de televisión, neto	7,720,810	7,720,810
Otros activos intangibles	1,167,903	743,673
Crédito mercantil, neto	0	0
Inversión en asociadas y otras inversiones permanentes	312,785	278,043
Impuestos diferidos	4,671,868	4,285,989
<b>Total de activos no circulantes</b>	<b>\$ 19,323,848</b>	<b>\$ 19,127,259</b>
<b>Total de activos</b>	<b>\$ 34,183,045</b>	<b>\$ 35,380,747</b>

<sup>18</sup> Los cuatro estados financieros presentados en esta sección fueron tomados del Informe Anual 2011 TV 2000.

**Pasivos****Corto plazo**

Proveedores y otras cuentas por pagar	1,853,714	1,491,689
Derechos de exhibición	136,770	148,620
Partes relacionadas	167,507	154,189
Pasivo por impuestos	203,655	330,212
Deuda financiera	666,648	666,648
Ingresos diferidos	4,926,883	5,933,767
<b>Total de pasivos a corto plazo</b>	<b>\$ 7,955,177</b>	<b>\$ 8,725,125</b>

**Largo plazo**

Certificados bursátiles	4,611,580	5,245,860
Préstamos de American Corporation	1,557,983	1,673,975
Programa Medium Note	3,824,666	4,115,610
Préstamos bancarios	0	0
Ingresos diferidos	494,451	1,599,837
Beneficios a los empleados	165,461	141,237
Impuestos diferidos	3,463,473	3,105,941
<b>Total de pasivos a largo plazo</b>	<b>\$ 14,117,614</b>	<b>\$ 15,882,460</b>
<b>Total de pasivos</b>	<b>\$ 22,072,791</b>	<b>\$ 24,607,585</b>

**Capital contable**

Capital social	715,080	715,486
Prima en emisión de acciones	207,419	207,419
Reserva legal	83,229	83,229
Reserva para recompra de acciones	594,175	609,227
Otros componentes de capital	-842,859	-241,439
Resultados acumulados	11,279,535	9,315,817
Capital atribuible a accionistas de la controladora	12,036,579	10,689,739
Participación no controladora	73,675	83,423

<b>Total de capital contable</b>	\$	<b>12,110,254</b>	\$	<b>10,773,162</b>
<b>Total de capital contable y pasivos</b>	\$	<b>34,183,045</b>	\$	<b>35,380,747</b>

**TV 2000 S.A.B. de C.V. y compañías subsidiarias**

**Estados consolidados de resultado integral**

**Al 31 de Diciembre de 2012 y 2011**

**(Expresados en miles de pesos)**

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
<b>Ventas</b>	12,570,400	12,199,196
Costo de programación, producción y transmisión	6,577,122	6,055,832
Gastos de venta y administración	1,509,634	1,466,523
<b>Total de costos y gastos</b>	<b>8,086,756</b>	<b>7,522,355</b>
<b>Utilidad de operación antes de amortizaciones y otros gastos</b>	<b>4,483,644</b>	<b>4,676,841</b>
Depreciación y amortización	556,389	508,931
Otros gastos – neto	331,754	289,336
<b>Utilidad de operación</b>	<b>3,595,501</b>	<b>3,878,574</b>
Participación en los resultados de asociadas	36,062	57,450
<b>Resultado integral de financiamiento</b>		
intereses pagados	-973,610	-931,408
Intereses ganados	223,961	149,359
Otros gastos financieros	-98,278	-96,532
Utilidad (pérdida) cambiaria, neto	132,431	-327,737
	<b>-715,496</b>	<b>-1,206,318</b>
Utilidad antes de impuestos	2,916,067	2,729,706

Impuestos a la utilidad	-618,655	-547,948
<b>Utilidad del año</b>	<b>2,297,412</b>	<b>2,181,758</b>

**Otras partidas de (pérdida) utilidad integral**

Efecto por conversión	-92,078	-5,272
Pérdida en activos financieros disponibles para la venta	-509,342	0
<b>Otras partidas de (pérdida) integral del periodo</b>	<b>-601,420</b>	<b>-5,272</b>
<b>Total de utilidad integral del año</b>	<b>1,695,992</b>	<b>2,176,486</b>

**Utilidad del año atribuible a:**

Interés no controlador	-9,748	-16,894
Propietarios de la controladora	2,307,160	2,198,652
	<b>2,297,412</b>	<b>2,181,758</b>

**Total de la utilidad integral atribuible a:**

Interés no controlador	-9,748	-16,894
Propietario de la controladora	1,705,740	2,193,380
	<b>1,695,992</b>	<b>2,176,486</b>



TV 2000 S.A.B. de C.V. y compañías subsidiarias

Estados consolidados de variaciones en el capital contable

Por los años terminados al 31 de Diciembre de 2012 y 2011

(Expresados en miles de pesos)

	Capital social	Prima en emisión de acciones	Reserva Legal	Reserva para recompra de acciones	Otros componentes de capital	Resultados acumulados	Total atribuible a los accionistas de la controladora	Participación no controladora	Total
Saldos al 1 de enero de 2011	\$ 719,298	\$ 207,419	\$ 83,229	\$ 712,769	\$ -236,167	\$ 7,135,755	\$ 8,622,303	\$ 100,069	\$ 8,722,372
Dividendos preferentes pagados	0	0	0	0	0	-18,590	-18,590	0	-18,590
Recolocación de acciones	1,164	0	0	37,431	0	0	38,595	0	38,595
Recompra de acciones	-4,976	0	0	-140,973	0	0	-145,949	0	-145,949
Participación no controladora	0	0	0	0	0	0	0	248	248
Operaciones con los propietarios	-3,812	0	0	-103,542	0	-18,590	-125,944	248	-125,696
Utilidad del año	0	0	0	0		2,198,652	2,198,652	-16,894	2,181,758
Otra (pérdida) integral	0	0	0	0	-5,272		-5,272	0	-5,272
<b>Total (pérdida) utilidad integral del año</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-5,272</b>	<b>2,198,652</b>	<b>2,193,380</b>	<b>-16,894</b>	<b>2,176,486</b>
<b>Saldos al 31 de Diciembre de 2011</b>	<b>715,486</b>	<b>207,419</b>	<b>83,229</b>	<b>609,227</b>	<b>-241,439</b>	<b>9,315,817</b>	<b>10,689,739</b>	<b>83,423</b>	<b>10,773,162</b>
<b>Saldos al 1 de enero de 2012</b>	<b>715,486</b>	<b>207,419</b>	<b>83,229</b>	<b>609,227</b>	<b>-241,439</b>	<b>9,315,817</b>	<b>10,689,739</b>	<b>83,423</b>	<b>10,773,162</b>
Dividendos preferentes pagados	0	0	0	0	0	-343,442	-343,442	0	-343,442
Recolocación de acciones	1,153	0	0	36,080	0	0	37,233	0	37,233
Recompra de acciones	-1,559	0	0	-51,132	0	0	-52,691	0	-52,691
<b>Operaciones con los propietarios</b>	<b>-406</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-15,052</b>	<b>0</b>	<b>-343,442</b>	<b>-358,900</b>	<b>0</b>	<b>-358,900</b>
Utilidad del año	0	0	0	0		2,307,160	2,307,160	-9,748	2,297,412
Otra (pérdida) integral	0	0	0	0	-601,420		-601,420	0	-601,420
<b>Total (pérdida) utilidad integral del año</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-601,420</b>	<b>2,307,160</b>	<b>1,705,740</b>	<b>-9,748</b>	<b>1,695,992</b>
<b>Saldos al 31 de Diciembre de 2012</b>	<b>\$ 715,080</b>	<b>\$ 207,419</b>	<b>\$ 83,229</b>	<b>\$ 594,175</b>	<b>\$ -842,859</b>	<b>\$ 11,279,535</b>	<b>\$ 12,036,579</b>	<b>\$ 73,675</b>	<b>\$ 12,110,254</b>

**TV 2000 S.A.B. de C.V. y compañías subsidiarias**  
**Estados consolidados de flujos de efectivo**  
**Por los años terminados al 31 de Diciembre de 2012 y 2011**  
**(Expresados en miles de pesos)**

	<b>2012</b>	<b>2011</b>
<b>Operación:</b>		
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	2,916,067	2,729,706
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación y amortización	556,389	512,931
Participación en los resultados de asociadas	-36,062	-57,450
Provisiones y estimaciones	357,866	491,967
Utilidad en venta de inmuebles, mobiliario y equipo	21,662	21,573
Utilidad cambiaria neta no realizada	-405,230	-182,190
Crédito mercantil	0	19,397
Otros resultados integrales	-601,420	370,164
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Intereses a cargo	972,424	898,636
	<b>3,781,696</b>	<b>4,804,734</b>
Cuentas por cobrar	1,186,864	-1,598,634
Partes relacionadas	23,511	-63,904
Inventarios	-22,354	159,525
Derechos de exhibición	-397,582	-587,403
Cuentas por pagar y gastos acumulados	-377,790	-252,265
Ingresos diferidos	-1,632,272	1,482,321
Impuestos a la utilidad pagados	-708,686	-545,268
Otros activos	-56,877	-392,121
Flujos netos de efectivo de actividades de operación	<b>1,796,510</b>	<b>3,006,985</b>

**Inversión:**

Adquisiciones de inmuebles, mobiliario y equipo	-562,373	-518,323
Inversión en acciones de Compañías asociadas	1,320	0
Cobros por venta de inmuebles, mobiliario y equipo	42,445	81,822
Inversiones en intangibles	-530,334	-149,662
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de inversión</b>	<b>-1,048,942</b>	<b>-586,163</b>

**Financiamiento:**

Deuda financiera obtenida	0	4,239,894
Pago de deuda financiera, neto	-666,648	-2,063,646
intereses pagados	-768,541	-845,973
Recompras de acciones	-52,691	-145,949
Recolocación de acciones	37,233	38,595
Reembolsos de capital pagados	0	-309,986
Dividendos preferentes pagados	-343,442	-18,590
Efecto de incorporación a la consolidación	0	249
<b>Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento</b>	<b>-1,794,089</b>	<b>894,594</b>

(Disminución) aumento de efectivo y equivalentes de

efectivo	-1,046,521	3,315,416
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año	8,317,817	5,002,401
Inversiones disponibles para venta	-825,219	0
<b>Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año</b>	<b>6,446,077</b>	<b>8,317,817</b>

## 4.2 Consolidación de la información contable

El corporativo TV 2000 presenta su información contable de manera consolidada, los estados financieros consolidados son aquéllos estados financieros que presentan la situación financiera, la utilidad o pérdida neta, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo consolidados de una entidad económica conformada por la entidad controladora y sus subsidiarias<sup>19</sup>.

La controladora es a su vez aquella entidad que tiene inversiones permanentes en otra entidad denominada subsidiaria, mientras que la subsidiaria es en una entidad sobre la cual la tenedora ejerce, directa o indirectamente a través de subsidiarias, control; la subsidiaria puede ser o no una entidad con propósito específico (EPE) y tener una forma jurídica similar o diferente a la de la entidad tenedora; por ejemplo, puede ser una sociedad anónima, una sociedad civil, un fideicomiso, una asociación, etc.<sup>20</sup>.

Es de gran importancia que la información Contable tanto de cada una de las empresas que conforman el grupo como de todo resto del mismo, es decir, la información consolidada, sea confiable, relevante y comprensible, esto para el mejor entendimiento de los usuarios de dicha información, tanto internos como externos al corporativo, con la finalidad de una toma de decisiones correcta que garantice maximizar el valor de las empresas.

La NIF A-1, Estructura de las Normas de Información Financiera dice:

“La Información financiera que emana de la contabilidad es información cuantitativa, expresada en unidades monetarias, y descriptiva, que muestra la posición y el desempeño financiero de una entidad cuyo objetivo esencial es ser útil al usuario general en la toma de sus decisiones económicas”<sup>21</sup>.

La información que se plasme en los estados financieros individuales y consolidados deberá ser entendible para cualquier usuario y se presentara periódicamente ante el Consejo de Administración, para la toma de decisiones, los estados financieros se tomaran de la contabilidad de las empresas, porque así lo marca el Código de Comercio, donde se

---

<sup>19</sup> Norma de Información Financiera B8 Estados Financieros Consolidados y Combinados párrafo 3 Definición de términos.

<sup>20</sup> Norma de Información Financiera B8 Estados Financieros Consolidados y Combinados párrafo 3 Definición de términos.

<sup>21</sup> Norma de Información Financiera A1 Estructura de las Normas de Información Financiera párrafo 4 Información Financiera.

establece que el comerciante está obligado a llevar y mantener un sistema de contabilidad adecuado. Este sistema podrá llevarse mediante los instrumentos, recursos y sistemas de registro y procesamiento que mejor se acomoden a las características particulares del negocio, pero en todo caso deberá satisfacer los siguientes requisitos mínimos:

- A) Permitirá identificar las operaciones individuales y sus características, así como conectar dichas operaciones individuales con los documentos comprobatorios originales de las mismas.
- B) Permitirá seguir la huella desde las operaciones individuales a las acumulaciones que den como resultado las cifras finales de las cuentas y viceversa;
- C) Permitirá la preparación de los estados que influyan en la información financiera del negocio;
- D) Permitirá conectar y seguir la huella entre las cifras de dichos estados, las acumulaciones de las cuentas y las operaciones individuales;
- E) Incluirá los sistemas de control y verificación internos necesarios para impedir la omisión del registro de operaciones, para asegurar la corrección del registro contable y para asegurar la corrección de las cifras resultantes<sup>22</sup>.

Para el caso del corporativo TV 2000 consolida su información para presentar los informes que le solicita la Bolsa Mexicana de Valores, además de que debe cumplir con la normatividad correspondiente conforme a las Normas de Información Financiera.

Respecto a la consolidación y la convergencia con las normas internacionales de Información financiera, la NIC – 27 (Estados financieros consolidados), a diferencia de la NIF B-8, que en los casos en que la controladora pierda el control sobre la subsidiaria y dicha controladora mantenga una parte o la totalidad de la inversión permanente, ésta se valúe aplicando el método de compra establecido en la NIF B-7 (Adquisiciones de negocios). Esta nueva valuación puede derivar en una ganancia o pérdida en el reconocimiento del nuevo tipo de inversión. La NIF B-8 por su parte, sólo requiere dejar de consolidar los activos netos de la antes subsidiaria y dar tratamiento a la inversión retenida, de acuerdo con lo que establezcan las NIF relativas al nuevo tipo de inversión.

---

<sup>22</sup> Artículo 33 Código de Comercio.

Es muy importante que se consolide la información de todas las empresas pertenecientes al corporativo, aunque el giro de las empresas que pertenezcan al mismo sea distinto al giro principal.

El método que utiliza TV 2000 para la consolidación de su información es conforme a la NIC 27, procedimientos de consolidación.

Al elaborar los estados financieros consolidados, la entidad combinará los estados financieros de la dominante y sus dependientes línea por línea, agregando las partidas que representen activos, pasivos, patrimonio neto, ingresos y gastos de contenido similar. Con el fin de que los estados financieros consolidados presenten información financiera del grupo, como si se tratase de una sola entidad económica, se procederá de la siguiente manera:

(a) El importe en libros de la inversión de la dominante en cada una de las dependientes será eliminado junto con la porción del patrimonio neto en cada una de las dependientes;

(b) Se identificarán los intereses minoritarios en los resultados de ejercicio de las dependientes consolidadas, que se refieran al ejercicio sobre el que se informa;

(c) Se identificarán los intereses minoritarios en los activos netos de las dependientes consolidadas, de forma separada de la parte del patrimonio neto que corresponda a la dominante. Los intereses minoritarios en los activos netos estarán compuestos por:

(I) el importe que alcancen esos intereses minoritarios en la fecha de la combinación inicial, calculado de acuerdo con la NIIF 3; y

(II) la participación de los minoritarios en los cambios habidos en el patrimonio neto desde la fecha de la combinación<sup>23</sup>.

Cuando existan derechos de voto potenciales, las proporciones del resultado del ejercicio y de los cambios en el patrimonio neto, asignadas a la dominante y a los intereses minoritarios, se determinarán a partir de las participaciones en la propiedad que existan en ese momento, y no reflejarán el posible ejercicio o conversión de los derechos de voto potenciales.

Se eliminarán en su totalidad los saldos, transacciones, ingresos y gastos intragrupo.

---

<sup>23</sup> Normas Internacionales de Contabilidad 27 Estados Financieros Consolidados y Separados párrafo 22 Procedimientos de Consolidación.

Las transacciones y los saldos intragrupo, incluyendo los ingresos, gastos y dividendos, se eliminarán en su totalidad. Las pérdidas y ganancias que se deriven de las transacciones intragrupo y que hayan sido reconocidas como activos, por ejemplo en las existencias o en los activos fijos, se eliminarán en su totalidad. No obstante, las pérdidas habidas en transacciones intragrupo pueden indicar la existencia de un deterioro en el valor, que exigirá su reconocimiento en los estados financieros consolidados. La NIC 12 Impuesto sobre las ganancias se aplicará a las diferencias temporarias que surjan como consecuencia de la eliminación de las pérdidas y ganancias derivadas de las transacciones intragrupo.

Los estados financieros de la dominante y de sus dependientes, utilizados para la elaboración de los estados financieros consolidados, deberán estar referidos a la misma fecha de presentación. Cuando las fechas de presentación de la dominante y de una de las dependientes sean diferentes, ésta elaborará, a los únicos efectos de la consolidación, estados financieros adicionales con la misma fecha que los de la dominante, a menos que sea impracticable hacerlo.

Cuando los estados financieros de una dependiente que se utilicen en la elaboración de los estados financieros consolidados, se refieran a una fecha de presentación diferente a la utilizada por la dominante, se practicarán los ajustes pertinentes para reflejar los efectos de las transacciones y eventos significativos ocurridos entre las dos fechas citadas.

En ningún caso, la diferencia entre la fecha de presentación de la dependiente y de la dominante será mayor de tres meses. Tanto la duración de los ejercicios sobre los que se informa, como las eventuales diferencias en las fechas de presentación, serán las mismas de un ejercicio a otro.

Los estados financieros consolidados se elaborarán utilizando políticas contables uniformes para transacciones y otros eventos que, siendo similares, se hayan producido en circunstancias parecidas.

Si un miembro del grupo utiliza políticas contables diferentes de las adoptadas en los estados financieros consolidados, para transacciones y otros eventos similares que se hayan producido en circunstancias parecidas, se realizarán los ajustes oportunos en sus estados financieros al elaborar los consolidados.

Los ingresos y gastos de la dependiente se incluirán en los estados financieros consolidados desde la fecha de adquisición, tal como se define en la NIIF 3. Los ingresos y gastos de la

dependiente se incluirán en los estados financieros consolidados hasta la fecha en que la dominante deje de controlar a la dependiente. La diferencia entre el importe obtenido al enajenar o disponer por otras vías de la inversión en la dependiente y el importe en libros de la misma en la fecha de la venta, se reconocerá en la cuenta de resultados consolidada como pérdidas o ganancias por enajenación de la dependiente. Al calcular el importe en libros de la dependiente se incluirá el importe acumulado de cualquier diferencia de cambio relacionada con la dependiente y que se haya reconocido en el patrimonio neto, de acuerdo con la NIC 21

La inversión en una entidad se contabilizará de acuerdo con la NIC 39 Instrumentos financieros:

Reconocimiento y valoración, desde la fecha en que deje de ser una dependiente, suponiendo que no se convierta en asociada, según se define en la NIC 28, o en entidad controlada de forma conjunta, según se define en la NIC 31.

El importe en libros de la inversión, en la fecha en que la entidad deje de ser una dependiente, se considerará como el coste, a efectos de la valoración inicial del activo financiero, de acuerdo con la NIC 39.

Los intereses minoritarios se presentarán en el patrimonio neto dentro del balance consolidado, pero separados de las partidas de patrimonio neto correspondientes a la dominante. También se revelarán por separado los intereses minoritarios en el resultado del ejercicio del grupo.

El resultado del ejercicio se atribuirá a los accionistas de la dominante y a los intereses minoritarios. Puesto que ambos son parte del patrimonio neto, el importe que se atribuya a los intereses minoritarios no será un gasto ni un ingreso.

Las pérdidas aplicables a los intereses minoritarios, en una dependiente consolidada, podrían exceder del importe de los intereses minoritarios en el patrimonio neto de la misma. Este exceso, así como cualquier pérdida posterior que corresponda a los minoritarios, se asignará como disminución de las partidas correspondientes a la mayoría, salvo que los citados minoritarios tengan una obligación vinculante de cubrir una parte o la totalidad de esas pérdidas, y siempre que tengan capacidad para realizar la inversión adicional necesaria. Si con posterioridad, la dependiente obtuviera ganancias, éstas se



asignarán a la mayoría hasta recuperar el importe de la participación de los minoritarios en las pérdidas que previamente fueron absorbidas por los mayoritarios.

Si la dependiente tiene en circulación acciones preferentes con derechos acumulativos que haya clasificado como patrimonio neto, y cuyos tenedores son los intereses minoritarios, la dominante computará su participación en las pérdidas o ganancias después de ajustar los dividendos de tales acciones, con independencia de que éstos hayan sido o no acordados<sup>24</sup>.

### **4.3 Resguardo de la Información**

Todas las empresas están llenas de información de todo tipo, documentación que conste que la empresa está constituida, documentación correspondiente a políticas y procedimientos, contratos, convenios, documentación del personal, facturas del activo fijo, documentación física o electrónica de la información contable o jurídica, entre otros.

Es por eso que el resguardo de dicha información debe estar bien controlado, y con las personas adecuadas para que dicha información no caiga en personas que hagan mal uso de la misma.

En la actualidad existen diversas maneras de resguardar toda la información importante de una empresa, ya sea de documentación física o a través de métodos electrónicos, o bien de manera conjunta.

TV 2000 sabe lo importante que es que su información se encuentre perfectamente resguardada, por lo que tiene respaldada toda la información que maneja a través de medios electrónicos y físicos.

El corporativo además de tener la información en sus instalaciones, tiene un contrato con una empresa externa que se encarga del resguardo de la información, ellos se llevan la documentación física a sus instalaciones y con esto logran tener un respaldo de su información.

Además de esto se manejan sistemas en los que la información puede ser guardada en equipos de cómputo, y en el caso de que sea borrada se pueda recuperar.

---

<sup>24</sup> Normas Internacionales de Contabilidad 27 Estados Financieros Consolidados y Separados párrafo 23 Procedimientos de Consolidación.

Para TV 2000 la información de cualquier índole es de suma importancia por lo que además de resguardar la información se tienen “candados” en los sistemas de cómputo para evitar que alguna persona robe o extraiga información confidencial de la cual haga mal uso y afecte el nombre del corporativo, o los intereses del mismo. Para poder tener acceso incluso a determinada información, la persona debe estar previamente autorizada por su jefe directo y por el jefe del área responsable de la información que se desee conocer.

La información de una empresa, como es el caso de TV 2000 es el activo más importante que se tiene y es de fundamental importancia que esta información no se pierda por ninguna circunstancia, ya sea porque alguna persona quiera hacer mal uso de la información o porque ocurra algún accidente o desastre que no permita que la información se conserve, así que es recomendable que siempre se tengan resguardos de toda la información o por lo menos de la más importante.

Toda la información contable de la empresa se debe conservar, conforme a lo establecido en el código de comercio en su artículo 46. El cual dice que todo comerciante está obligado a conservar sus libros, registros y documentos de su negocio por un plazo mínimo de diez años. Los herederos de un comerciante tienen la misma obligación.

Respecto a la correspondencia los comerciantes están obligados a conservar debidamente archivadas las cartas, telegramas y otros documentos que reciban en relación con su negocio o giro, así como las copias de las que expidan, esto fundamentado en el artículo 47 del código mercantil.

#### **4.4 Uso de las tecnologías de la información**

La informática en la actualidad ha tomado un papel muy importante, cada vez se hacen nuevos modelos de máquinas y sistemas para poder procesar información, con esta situación, en las empresas, se han implementado sistemas o programas especiales para manejar y proteger la información de la entidad.

El término informática es acrónimo de información informática, que significa todo aquello que tiene relación con el procesamiento<sup>25</sup>.

Se entiende por “Tecnología de la Información” como el conjunto de procesos y productos relacionados con el almacenamiento, procesamiento, protección, monitoreo, recuperación y transmisión digitalizada de la información tanto a nivel electrónico como óptico.

En la actualidad el uso de las tecnologías de la información es bastante en todas las empresas, la mayor parte de ellas manejan su información a través de equipos de cómputo lo que permite la adopción de dichas tecnologías. Pero estas herramientas no solo son utilizadas para procesar la información de la compañía, sino que con los avances tecnológicos se puede hacer un uso mucho más extenso de dichas herramientas.

Una forma de aprovechar las tecnologías de la información es con el uso de las redes sociales, ya que el papel que juegan estas deja de ser solo para socializar o estar en contacto con determinadas personas, si no que funciona para dar a conocer productos o servicios, o bien para anunciar a la empresa lo que hace y de esta manera invitar a las personas a que nos digan que les gustaría mejorar en nuestro producto o bien, saber qué es lo que las personas prefieren y de esta manera en conjunto con el personal de investigación de mercado acercarnos cada vez más a lo que el público prefiere y de esta manera aumentar nuestras ventas e ingresos y utilizar esta herramienta como ventaja competitiva.

Naturalmente el uso de estas tecnologías no es del todo favorable, hay que tener mucho cuidado con la información que uno pone en las redes o bien hay que saber que no todo lo que hay en internet es real o es información cierta, ya que existen un sin fin de personas las cuales pueden subir información sin fundamento alguno, para evitar que nos brinden información falsa es necesario revisar que la página de internet sea confiable.

En conclusión el uso de las tecnologías de información es bastante recomendable ya que permite realizar diversas actividades, desde generar un documento y enviarlo por mensajería o dar a conocer un nuevo producto, siempre que se tenga el debido cuidado para evitar dar información falsa o información que permita que otros hagan mal uso de la información.

---

<sup>25</sup> Material Didáctico, Facultad de Contaduría y Administración, Plan de estudios 2012, Contaduría, Tecnologías de Información y Comunicación I. p23

TV 2000 maneja su información con sistemas tecnológicos que le permiten procesar su información, además de que le permiten guardar su información en dispositivos electrónicos; el corporativo en la búsqueda de hacer más eficiente y exacto el manejo de la información contable compra unas licencias de un software llamado SAP con el cual pueden hacer todos los registros de la información por módulos para que la información se procese de manera correcta.

SAP México y Centroamérica inicio sus operaciones en 1994 con el objetivo de ofrecer a sus clientes eficiencia y flexibilidad a través de aplicaciones enfocadas en el crecimiento rentable del negocio. SAP con más de cuatro décadas de experiencia y liderazgo en el mercado global y con más de 248 mil clientes en todo el mundo, permite a las empresas de todos los tamaños y de cualquier sector de industria ser más competitivas y rentables, hacer más eficientes sus procesos, potenciar el resultado de sus negocios y reducir costos a través de la innovación tecnológica<sup>26</sup>.

Es por esto que TV 2000 en la búsqueda de innovación tecnológica utiliza este software desde que entro en México, además de que como el corporativo es muy grande y tiene muchas operaciones es una herramienta que permite registrar todas las operaciones de manera simultánea.

#### **4.5 Normatividad contable aplicada**

La contabilidad en las empresas depende en muchas ocasiones de el régimen fiscal en el que estén inscritas, en algunos casos ni si quiera es obligatorio llevar una contabilidad, pero por otro lado, hay regímenes que obligan a llevar la contabilidad de una manera específica. En el caso de TV 2000 es una persona moral como lo indica la Ley del Impuesto Sobre la Renta en su artículo, en el que dice que personas morales se entiende comprendidas entre otras las sociedades mercantiles, es por eso que lleva su contabilidad conforme lo manda el Código Fiscal de la Federación y la Ley del Impuesto Sobre la Renta<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> <http://global.sap.com/mexico/index.epx>

<sup>27</sup> Artículo 8, Ley del Impuesto Sobre la Renta

Las personas están obligadas a llevar contabilidad, a llevar los sistemas y registros contables correspondientes, los asientos de contabilidad serán analíticos y deberán efectuarse dentro de los dos meses siguientes a la fecha en que se realicen las actividades respectivas, deberán llevar la contabilidad en su domicilio fiscal, llevaran un control de sus inventarios de mercancías, materias primas, productos en proceso y productos terminados; con todos estos puntos TV 2000 cumple, lleva su contabilidad en la empresa través de medios electrónicos que le permiten tener un manejo más sencillo de la información.

Para hacer el registro de las operaciones contables, TV 2000 utiliza como base las Normas Internacionales de Información Financiera, y las Normas de Información Financiera, utiliza ambas normas debido a que los registros contables se hacen con ambos criterios, para poder entregar los reportes que le solicita la Bolsa Mexicana de Valores utiliza las Normas Internacionales de Información Financiera

Los reportes que están obligadas a presentar las emisoras con valores inscritos en el Registro a la Comisión y a la bolsa en la que enlisten sus valores son los que a continuación se indican:

**I.** Reportes continuos relativos a los actos societarios, acuerdos adoptados por los órganos sociales y avisos que con motivo de lo anterior deban darse, en cumplimiento de estipulaciones sociales o de las disposiciones aplicables.

**II.** Reportes trimestrales que comprendan los estados financieros, así como los comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de operación y situación financiera de la emisora.

**III.** Reportes anuales que comprendan:

**a)** Los estados financieros anuales o sus equivalentes, en función de la naturaleza de la emisora, acompañados del dictamen de auditoría externa, así como de un informe.

Cuando el informe a que se refiere esta fracción se presente a la aprobación de la asamblea de accionistas que se celebre con motivo del cierre del ejercicio social, podrá utilizarse en sustitución de aquél al que se refiere el artículo 172 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, siempre que dicho informe contenga la información a que hace referencia la fracción IV del artículo 28 de la ley del Mercado de Valores.

**b)** Lo establecido en el artículo 43 de la misma Ley, en relación con las actividades de los comités que desempeñen las funciones en materia de prácticas societarias y de auditoría.

**IV.** Reportes sobre reestructuraciones societarias tales como fusiones, escisiones, adquisiciones o ventas de activos que apruebe la asamblea de accionistas o el consejo de administración de la emisora.

**V.** Reportes sobre eventos relevantes, ajustándose a lo establecido en el artículo 105 de esta Ley.

**VI.** Reportes sobre las políticas y operaciones.

**VI. Bis.** Reportes sobre las posiciones que mantengan las emisoras en instrumentos financieros derivados, dentro de los cuales se incluya, entre otros elementos que determine la comisión, los subyacentes, los valores nocionales o de referencia y las condiciones de pago de dichas posiciones al momento de la revelación de la información, así como las posibles contingencias que las citadas posiciones representen en la situación financiera de la emisora.

**VII.** Los demás que contengan la información y documentación que determine la Comisión, mediante disposiciones de carácter general<sup>28</sup>.

Los estados financieros de las emisoras deberán elaborarse conforme a principios de contabilidad emitidos o reconocidos por la Comisión. Las sociedades anónimas cuyas acciones representativas del capital social o títulos de crédito que las representen se encuentren inscritas en el Registro, estarán exceptuadas del requisito de publicar sus estados financieros, conforme lo establece el artículo 177 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Las entidades federativas; los municipios; los organismos descentralizados de orden federal, estatal o municipal; las sociedades nacionales de crédito; las fiduciarias de fideicomisos al amparo de los cuales se emitan títulos de crédito que representen acciones del capital social de dos o más personas morales; las sociedades extranjeras, y las entidades del exterior u organismos distintos, presentarán la misma información a que se refiere este artículo o, en su caso, aquella que la sustituya o sea equivalente, de conformidad con las disposiciones de carácter general que expida la Comisión.

La Comisión expedirá las disposiciones de carácter general que establezcan los requisitos, términos y condiciones con que deberá cumplir la información a que se refiere este artículo.

---

<sup>28</sup> Artículo 104 Ley del Mercado de Valores, Capítulo III, De las obligaciones de las emisoras.

Por una parte llevan en el SAP la información conforme a los criterios que mandan las Normas de Información Financiera, estas normas son emitidas por el CINIF (Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera), él es el encargado de desarrollar esta normatividad, y para lograrlo, lleva a cabo procesos de investigación y auscultación entre la comunidad financiera y de negocios, y otros sectores interesados, dando como resultado las Normas de Información Financiera, mejoras a las mismas o, en su caso interpretaciones a las Normas de Información Financiera.

Por otro lado están las están las IFRS (International Financial Reporting Standards) las cuales son emitidas por el IASB (International Accounting Standards Board) por sus siglas en inglés, TV 2000 también elabora su información contable conforme esta normatividad para poder cumplir con sus obligaciones conforme lo marca las Leyes correspondientes.

#### **4.6 Convergencia con las NIFRS**

Durante el mes de noviembre de 2008 el CINIF anunció conjuntamente con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores que a partir del año 2012 se requerirá que todas las entidades que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores adopten totalmente las Normas Internacionales para emitir sus estados financieros. Incluso se permite su adopción anticipada desde el año de 2008. Esta medida responde a la creciente globalización de los mercados financieros y tiene entre otros objetivos promover la participación de las emisoras mexicanas en los mercados internacionales<sup>29</sup>.

Es por esto que TV 2000 decidió adoptar las IFRS para el ejercicio 2012, además de llevar en Excel la información conforme a las Normas de Información Financiera.

El adoptar las IFRS en su totalidad y sin modificación, hace que México se convierta en un país cuyas empresas listadas cumplen totalmente con las normas de reporte financiero utilizadas en más de 100 países en el mundo, pero no por esto se van a dejar de emitir las Normas de Información Financiera, por lo cual el proyecto de auscultación para emitir las “Mejoras a las NIF 2014” ya está llevándose a cabo, se recibirán los comentarios de esto a más tardar el 4 de Diciembre de 2013, este proyecto lo lleva a cabo cada año el CINIF, esto se hace con la finalidad de establecer un planteamiento normativo más adecuado.

---

<sup>29</sup> Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera, <http://www.cinif.org.mx>

El llevar a cabo en una empresa la convergencia con las normas no es una tarea fácil, se requiere hacer una serie de modificaciones a la empresa, entre las más importantes se encuentran la reconsideración y actualización de las políticas y procedimientos contables, la inversión en nuevos sistemas informáticos, el rediseño del control interno, la educación de personal contable y de otras áreas ligadas al desarrollo de la información financiera, la educación de los inversionistas, entre otras.

Claro está que existen ventajas con la convergencia, una de ellas es que cualquier usuario de la información va poder entender los estados financieros y hacer un comparativo con la información de otra entidad, lo cual a su vez va a brindar una seguridad para inversionistas de que la situación de la empresa está perfectamente aclarada en los estados financieros y que se están utilizando los mismos criterios para finalmente dar esas cifras.

El CINIF por su parte ha hecho un trabajo de suma importancia, ya que la emisión de las Normas de Información Financiera que se ha emitido en los últimos años ha ayudado a facilitar el proceso de transición a IFRS, buscando que sean lo más parecido posible a la normatividad internacional para que de esta manera el cambio o adopción de la normatividad internacional no sea un cambio muy drástico que llegue incluso a afectar las operaciones sea cual sea el tipo de una entidad.

Además de esto, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores ha tomado medidas que le han permitido al mercado seguir de cerca el proceso de adopción de IFRS, entre ellas se encuentran una constante comunicación con las emisoras, auditores, el CINIF y otros participantes relevantes en el proceso, realiza un informe de avances en el proceso de adopción trimestral desde abril del 2010.

La CNBV con la finalidad de facilitar el proceso de adopción de las IFRS, ha mantenido una comunicación directa y constante con el International Accounting Standards Board (IASB) que es el encargado de emitir las Normas Internacionales de Información Financiera y ha participado más activamente en el subcomité de contabilidad del Comité sobre Revelación y Contabilidad Internacional de la Organización Internacional de Comisiones de Valores, con lo que busca coadyuvar en el análisis de la normatividad




internacional y su aplicación en México y tener de esta manera una retroalimentación de otros reguladores<sup>30</sup>.

Las IFRS son estándares globales por lo que el éxito de su implementación depende de una aplicación consistente, de tener una planeación muy buena en cuanto a la forma en que se hará el nuevo manejo de la información, y tomando en cuenta factores como son la capacitación de las personas que colaboran en las áreas contables para evitar que se comenten errores y que la información que se proporciona sea lo más exacta posible.


Con la obligación de presentar la información financiera con la normatividad internacional a partir del año 2012, fue necesario establecer la forma y los términos en que se tendría que entregar dicha información.

A continuación se muestra un cuadro en el que se especifica la forma en que debe presentarse la información para el caso de las empresas que coticen en bolsa<sup>31</sup>.



COMISION NACIONAL  
BANCARIA Y DE VALORES

## Transición hacia las IFRS de las Emisoras en México



	FECHA DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	NORMAS APLICABLES
De enero a junio de 2012	31 de diciembre de 2011 <sup>1</sup>	NIF <sup>2</sup>
	31 de diciembre de 2010	NIF <sup>2</sup>
	31 de diciembre de 2009	NIF <sup>2</sup>
De julio a diciembre de 2012	31 de marzo, 30 de junio o 30 de septiembre de 2012 (comparativos)	IFRS con <u>revisión limitada</u>
	31 de diciembre de 2011	NIF <sup>2</sup>
	31 de diciembre de 2010	NIF <sup>2</sup>
	31 de diciembre de 2009	NIF <sup>2</sup>
De enero a junio de 2013	31 de diciembre de 2012 <sup>1</sup>	IFRS
	31 de diciembre de 2011	IFRS
	31 de diciembre de 2010	NIF <sup>3</sup>
De julio a diciembre de 2013	31 de marzo, 30 de junio o 30 de septiembre de 2013 (comparativos)	IFRS con <u>revisión limitada</u>
	31 de diciembre de 2012	IFRS
	31 de diciembre de 2011	IFRS
	31 de diciembre de 2010	NIF <sup>3</sup>

1. Si aún no se cuenta con los estados financieros dictaminados de este periodo, se podrán presentar los de los tres ejercicios completos más recientes y estados financieros con revisión limitada con una vigencia no mayor a 6 meses.

2. Con documento explicativo de diferencias relevantes.

3. Con documento explicativo de diferencias relevantes y conciliación de principales cuentas.

<sup>30</sup> Plan de trabajo para la Consideración de la Incorporación de las IFRS al Sistema de Información Financiera para emisoras de los EUA <http://www.cinif.org.mx/>

<sup>31</sup> Tendencias y perspectivas de la Normatividad Contable Mundial, Transición hacia las IFRS de las emisoras en México, Guillermo Babatz Torres, [http://www.cinif.org.mx/articulos\\_CINIF\\_Mzo2012.php](http://www.cinif.org.mx/articulos_CINIF_Mzo2012.php)

Es importante además que las demás empresas que no sean públicas comiencen a conocer como es el tratamiento de la información contable conforme a las IFRS ya que es sabido que se pretende que todas las empresas del país cumplan en lo posterior con esta normatividad. Con la finalidad de igual manera que toda la información sea tomada con los mismos criterios y que finalmente sea más exacta.

Aunque no es un tarea sencilla, TV 2000 se ha dado a la tarea de actualizar al personal del corporativo respecto a este tema, desde el año 2011, comenzó dando cursos y pláticas sobre lo que se tenía que hacer y los beneficios que se tendrían al hacer la convergencia.

Mejoró los sistemas de cómputo en los cuales se hace el registro de la información contable para que esos fueran compatibles con lo que se iba a registrar.

El departamento de sistemas apoyo en esta parte, y cada que se encontraban errores o dificultades para poder hacer el registro conforme a la normatividad internacional, el departamento de sistemas buscaba una manera de solucionarlo o bien, darle un mejor tratamiento a los sistemas.

Debido a que es un cambio muy fuerte, el corporativo tuvo que hacer varias juntas explicándole a los gerentes de las diferentes áreas que habían que cambiarse probablemente algunos aspectos respecto a los procedimientos realizados y al manejo de la información, en la actualidad todo se maneja conforme a la normatividad internacional, pero es un proceso que conlleva mucho seguimiento y es lo que se está haciendo, además de ya cumplir con la nueva normatividad, verificar que cambios se han hecho, o bien capacitando al personal nuevo para que la información sea confiable.

#### **4.7 Revisión interna de la información financiera**

Las empresas públicas en México tienen la obligación de cumplir con el código de mejores prácticas corporativas emitidas por el Consejo Coordinador Empresarial que regula el Gobierno Corporativo de las mismas, a iniciativa de este se constituyó el Comité de Mejores Prácticas Corporativas, el cual en 1999 emitió el CMPC, dando a conocer su Primera Versión Revisada en noviembre de 2006 y la Segunda Versión Revisada en abril de 2010.

El gobierno corporativo es el sistema bajo el cual las sociedades son dirigidas y controladas<sup>32</sup>. Implica un conjunto de relaciones entre la administración de la sociedad, su consejo, sus accionistas y los terceros interesados.

Provee la estructura a través de la cual los objetivos de la sociedad son determinados, así como es monitoreado su desempeño y cumplimiento.

Se refiere a aquellas personas u organizaciones responsables de vigilar la dirección de la estrategia de la entidad y están obligadas a dar rendimiento de cuentas de la propia entidad.

Se considera que un buen sistema de gobierno corporativo contenga como Principios básicos los siguientes:

1. El trato igualitario y la protección de los intereses de todos los accionistas.
2. El reconocimiento de la existencia de los terceros interesados en el buen desempeño, la estabilidad y la permanencia en el tiempo de la sociedad.
3. La emisión y revelación responsable de la información, así como la transparencia en la administración.
4. El aseguramiento de que exista la visión estratégica de la sociedad, así como la vigilancia y el efectivo desempeño de la administración.
5. El ejercicio de la responsabilidad fiduciaria del Consejo de Administración.
6. La identificación, la administración, el control y la revelación de los riesgos a que está sujeta la sociedad.
7. La declaración de principios éticos y de responsabilidad social empresarial.<sup>5</sup>
8. La prevención de operaciones ilícitas y conflictos de interés.
9. La revelación de hechos indebidos y la protección a los informantes.
10. El cumplimiento de las distintas regulaciones a que esté sujeta la sociedad.
11. El dar certidumbre y confianza a los inversionistas y terceros interesados sobre la conducción honesta y responsable de los negocios de la sociedad.

Los responsables del control interno son el Director General y el Director General de Finanzas en coordinación con el Consejo de Administración de TV 2000 y del Comité de Auditoría<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> Código de Mejores Prácticas Corporativas, Capítulo II Gobierno Corporativo.

<sup>33</sup> Código de Mejores Prácticas Corporativas, Capítulo II Gobierno Corporativo.

En TV 2000 la asamblea de accionistas constituye el órgano supremo de la sociedad, el cual se encarga de proteger los intereses de los accionistas, mientras que el consejo de administración tiene como labor definir la visión estratégica, vigilar la operación y aprobar la gestión de riesgos.

En las empresas públicas el gobierno corporativo introdujo mejoras al control interno en las empresas, que también es una actividad de suma importancia en cualquier entidad para tener controles dentro de la empresa y darle seguimiento a alguna desviación o circunstancia que ocurra y que afecte de cualquier manera a la operación de la empresa.

Por su parte el gobierno corporativo tiene un papel similar al del control interno que se conocía anteriormente, éste está diseñado para empresas muy grandes y para que se busquen alternativas de mejoras continuas, y de esta manera todo funcione conforme se espera y que las responsabilidades sobre errores encontrados sean de las personas sean también de los accionistas y de los directivos del control interno.

Su implementación no fue una cosa sencilla, pero si necesaria para poder tener mejores resultados en cuanto a operaciones, y con esto a su vez se obtendrán mejores resultados en las finanzas del corporativo, y ya que se tiene implementado, es necesario que se cumplan con todos los principios que se establecen en el código de mejores prácticas corporativas.

Es de suma importancia que siempre haya revisiones dentro de la entidad, de todo tipo, para tener mejores controles sobre toda la información y operación, esta actividad corresponde al área de auditoría interna.

*La Auditoría interna es una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta, concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización. Ayuda a una organización a cumplir sus objetivos aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno.*<sup>34</sup>

La auditoría interna nace por la necesidad de las empresas de estar bien organizadas, para poder mantener una vigilancia constante sobre la cadena de control de dirección, de donde se hace necesaria la creación de un programa sistemático de revisión y valoración para

---

<sup>34</sup> Normas Internacionales para el ejercicio profesional de la Auditoría Interna, Instituto Internacional de Auditores Internos (IIA).

comprobar que las responsabilidades delegadas han sido bien encausadas y que las políticas y procedimientos se han llevado tal cual estaba previsto.

TV 2000 tiene un departamento de auditoría interna, el cual su labor principal es con respecto a la gestión de riesgo empresarial, el cual consiste en proporcionar aseguramiento objetivo al Consejo de Administración respecto de la eficacia de las actividades de la gestión de riesgo empresarial de una empresa, además de ayudar al corporativo para que los riesgos clave estén siendo gestionados de la manera adecuada y que todo funcione de manera eficaz.

En el caso de los riesgos que se lleguen a presentar, el departamento de auditoría interna tiene la tarea de minimizar esos riesgos y buscar métodos que mejoren el proceso del cumplimiento de los objetivos finales.

En la actualidad la auditoría interna tiene una normatividad internacional, al igual que paso con las Normas de Información Financiera, en la búsqueda de realizar un trabajo que garantice eficacia a nivel internacional se adoptaron las Normas Internacionales de Auditoría (NIA) a partir del año 2013, en este caso se dejó de emitir la normatividad nacional que eran las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas.

Así que para hacer el trabajo de auditoría interna se toman en cuenta otros principios, que finalmente tienen el mismo objetivo, asegurar que las operaciones de la empresa se estén realizando de la manera más eficiente.

#### **4.8 Revisión externa de la información financiera**

Cuando hablamos de revisión externa de la información financiera, nos referimos a la auditoría externa. En las empresas grandes es necesario contar con personal externo que brinde este servicio, ya que con esto se logra una mayor objetividad en cuanto a las revisiones.

Para este tema, me basé en entrevistas realizadas a algunos integrantes del equipo de auditoría, ellos me comentaron como es que llevan a cabo su examen en el caso de empresas como TV 2000 y como es que llevan a cabo su labor en empresas medianas o pequeñas, me compartieron su experiencia a través de las preguntas elaboradas

detalladamente con la finalidad de entender claramente la realización de su trabajo. Además de las entrevistas realizadas, me base en mis conocimientos adquiridos en la Licenciatura en Contaduría y de mi experiencia adquirida justamente en el despacho de auditores Salles Sainz, Grant Thornton S.C., por lo que no fue una tarea difícil abordar este tema.

La auditoría es una actividad independiente, que consiste en realizar un examen crítico y sistemático, para verificar la razonabilidad de las cifras de una entidad. Esta actividad se realiza en las empresas grandes y medianas, las cuales buscan a personal externo a la entidad para que verifique que todo este registrado de manera correcta.

Existen en la actualidad muchos despachos encargados de esta actividad como su ramo principal, despachos que pueden ser muy grandes hasta despachos muy pequeños que tienen el mismo objetivo.

El procedimiento para la elección de auditores externos se lleva a cabo de la siguiente manera, cada año el Comité de Auditoría revisa y en su caso designa o ratifica a los auditores externos. Para efecto de esto la administración de TV 2000 debe proponer varias alternativas de auditores al comité de auditoría, el cual evaluara su experiencia, capacidad y disponibilidad, además de revisar su independencia y la cotización de honorarios presentada por la firma.

El 19 de octubre de 2004, el consejo de Administración de TV 2000 aprobó el nombramiento de Salles Sainz, Grant Thornton S.C. como firma independiente en auditoría de TV 2000, la cual en los tres últimos ejercicios los auditores externos no han emitido una opinión modificada o no favorable, es decir opinión con salvedades o abstención de opinión acerca de los Estados Financieros de TV 2000.

Como parte de la revisión a los estados financieros al 31 de diciembre de 2012, los auditores externos llevaron a cabo el estudio del control interno. Resultado de dicho estudio se emitieron algunas observaciones y se rindió un informe sobre la evaluación de Tecnología de la Información.

Las revisiones que se llevan a cabo son del ejercicio ya concluido, y para el caso de TV 2000 se están revisando las operaciones ocurridas en 2012, se busca que la cifras presentadas por la compañía sean razonablemente correctas, el termino razonable se utiliza porque resultaría una tarea muy difícil, si no es que imposible, revisar la totalidad de la información, y más aún cuando el corporativo es muy grande, como en este caso, por eso es

que se utiliza la palabra razonable ya que nunca se va a revisar el 100% de la información financiera.

Los auditores externos al enfrentarse con una empresa de esta magnitud, optan por basar gran parte de su revisión verificando el control interno de la entidad, ya que si existen buenos controles, la posibilidad de que haya errores o desviaciones, se minimiza.

Además de esto, el despacho busca al personal adecuado, con la experiencia necesaria y los conocimientos para poder realizar este trabajo, reúne a un equipo completo para que lleve esta labor dentro de las oficinas del corporativo.

Lo primero que se hace es una revisión sobre los controles internos, después de esto se determinan dos cosas, la materialidad y el error tolerable, con estas dos cantidades se van a seleccionar una serie de pruebas a realizar, quien determina que pruebas se realizaran es un software llamado “Voyager” que utiliza la firma Grant Thornton” únicamente, ahí se introduce la información general de la empresa y los resultados obtenidos de la revisión del control interno, posteriormente el sistema arroja una serie de pruebas, que son las que tiene que llevar a cabo el equipo de auditoria, si algún integrante del equipo considera que es necesario desarrollar una prueba más o modificar el alcance de la auditoría, se platica con el equipo y se le modifican las pruebas en el software, y se lleva a cabo la planeación de la auditoria, que es donde definen cuanto tiempo se tardaran en realizar las pruebas, que persona del equipo se encargara de realizar cada una de estas pruebas y cuanto es lo que cobrarán por la revisión.

La auditoría externa para unas empresas es una obligación pero para otras la utilizan como un beneficio, ya que el hecho de que se esté auditando de manera externa da ciertas ventajas sobre otras empresas o bien privilegios que las empresas que no son auditadas no tienen.

Para el caso de las empresas muy grandes es necesario que el equipo de trabajo permanezca ahí por largos periodos de tiempo, ya que primero se tiene que entregar un informe y finalmente un dictamen, al inicio se hacen las llamadas auditorias previas y posteriormente se lleva a cabo la auditoria final.

Finalmente después de llevar a cabo la revisión de la información se expresa una opinión profesional e independiente sobre la razonabilidad de las cifras expresadas en los estados

financieros, se emite un dictamen el cual va a ser de suma importancia para los usuarios de la información, ya que va a servir para la toma de decisiones sobre distintos temas.

El despacho de auditoria también les hace una serie de recomendaciones de mejoras a la empresa, como es que pueden hacer más eficientes sus operaciones o bien cómo es que pueden evitar que se comentan errores.

En los casos de que se lleguen a encontrar algunas cosas que no estén correctas el equipo debe evaluar que hacer, antes reuniendo la evidencia suficiente y competente del acto ocurrido, depende del criterio del auditor que es lo que procede.

Ambas auditorias, la interna y la externa son muy importantes dentro del corporativo, cumplen cada una su función con los mismos objetivos, brindarle una seguridad a la empresa y evitar que haya errores o fraudes dentro de la misma, al mismo tiempo que da opciones de mejoras.

Para realizar esta tarea Salles Sainz, Grant Thornton S.C., al ser una firma internacional ocupa las Normas Internacionales de Auditoria para llevar a cabo su revisión y poder dar una opinión efectiva y apoyando a su vez a que la empresa tenga un reconocimiento a nivel internacional.



## **5 PROPUESTAS DE MEJORAS EN TV 2000**

### **5.1 Análisis de la efectividad de los procesos contables y propuestas de mejoras**

Los procesos contables de cada empresa se llevan a cabo de manera distinta en cada una de ellas, siempre cumpliendo la normatividad correspondiente, pero apegándose a sus necesidades según la estructura de la empresa.

La labor de definir como se hará el tratamiento de la información contable, es responsabilidad de los encargados del área según corresponda, es decir, existe un responsable para el área de cuentas por pagar, cuentas por cobrar, contabilidad general, compras, ventas, tesorería, finanzas, impuestos y cada uno de ellos en conjunto definen el tratamiento contable.

A pesar de que estos procesos son analizados, existen errores o bien, no están diseñados de la manera más idónea posible, otra de las acciones que llegan a suceder es que las personas encargadas de realizar los registros o de llevar a cabo una parte del proceso contable no lo hace de la manera correcta, y esto afecta en el resultado de la operación.

Para el caso de TV 2000 se realizó un análisis detallado de como manejan su información, y el resultado del análisis nos arrojó un resultado no favorable para algunas áreas del proceso contable, el cual se abordara en este tema.

Empezaré por mencionar que TV 2000 lleva su información contable por “despachos” los cuales a pesar de que son internos, tienen cierta independencia estos se encargan de procesar la información, existen despachos por grupos de empresas, ya que el corporativo es muy grande, incluso físicamente las oficinas de algunas subsidiarias están fuera del Distrito Federal o incluso fuera del país. Las personas en los despachos anexan la información a un software el cual procesa la información contenida en él para arrojar reportes necesarios para los usuarios de la información.

Existe un despacho por un grupo de empresas y por cada área, y cada uno de ellos tiene su propio centro de costos, por lo que genera sus ganancias y tiene sus costos bien identificados, esta es una manera efectiva de que los empleados quieran realizar su trabajo de la manera más práctica a fin de obtener ganancias rápidamente.

Pero esta situación no resulta siempre favorable, el hecho de trabajar de esta manera hace que muchas de las operaciones de la empresa se lleven a cabo mal, o bien que no estén encaminadas a cumplir los objetivos del despacho y que dificulten el trabajo de los demás despachos. Este es un problema causado no por el tamaño del corporativo, sino por la falta de organización del área contable.

Uno de los procesos que no está diseñado de la manera más efectiva es la elaboración de los catálogos de cuenta, cada empresa lleva un catálogo de cuenta distinto, por supuesto que cada entidad tiene sus propias necesidades y requiere de cuentas contables que probablemente no requiera otra entidad, pero esta acción repercute al momento de elaborar los estados financieros consolidados, ya que como se abordó en temas anteriores es necesario presentar la información de todas las empresas del grupo de manera conjunta y el hecho de que cada quien tome cuentas contables distintas puede llegar a afectar la información consolidada.

Después de realizar un análisis sobre las operaciones de las empresas del corporativo me parece que si es posible unificar un catálogo de cuentas por grupos de empresas. Aunque cada una de estas empresas tenga necesidades distintas se puede realizar un solo catálogo, el cual contenga las cuentas utilizadas por todas las empresas. Y ya que utilizan un sistema electrónico para llevar su contabilidad se puede unificar este catálogo en el sistema; naturalmente, este catálogo tendría muchas cuentas, pero el sistema contable permite deshabilitarlas, por lo que a las personas encargadas de realizar la contabilidad de las empresas se le tendría que personalizar su usuario del sistema contable para que le aparezcan únicamente las cuentas utilizadas, además de hacer juntas continuas con el personal de los departamentos para tomar los mismos criterios al momento de hacer los registros contables y de esta manera la información consolidada así como la individual sea razonablemente correcta, por continuas entenderemos que en un principio, durante la implantación del nuevo catálogo de cuentas se harían dos juntas en el mes con cada encargado de área el cual a su vez tendría que informar a las personas a su cargo involucradas lo sucedido en las juntas para que todas las personas estén enteradas de lo que se platicó, posteriormente en vez de hacer juntas dos veces por mes se realizaran únicamente una vez al mes con la finalidad de analizar las mejoras establecidas, escuchar opiniones para poder determinar si pueden implementarse algunas mejoras o bien

determinar errores tanto en sistema como en la manera de registrar para corregirlos en tiempo y poder entregar la información lo más real y entendible.

Con esta implementación de un catálogo de cuentas único para todas las empresas del corporativo, podemos mejorar casi de manera conjunta otro problema que tiene el área de contabilidad al momento de presentar la información financiera de la entidad, este problema va de la mano con las cuentas utilizadas por las empresas del corporativo, pero no es el mismo, es decir que cada empresa realiza sus estados financieros con sus notas correspondientes de una manera específica y diferente a las demás, esto ocasiona que al momento de querer consolidar los estados financieros la efectividad del personal que realiza este trabajo sea menor, sin embargo si los estados financieros fueran elaborados de una manera específica, es decir que el formato de los estados financieros fuera unificado, el trabajo se realizaría de manera más eficiente y se minimizarían los errores.

Unificar el formato de los estados financieros sería de gran ayuda al momento de elaborar la consolidación de la información, y esto se lograría primero utilizando el mismo catálogo de cuentas y posteriormente elaborar un formato único para la presentación de los estados financieros con sus notas, lo que mejoraría de manera amplia la labor del personal encargado de la consolidación de la información financiera del corporativo.

Por otro lado, la convergencia que se ha llevado a cabo de la normatividad internacional, fue un cambio importante dentro del corporativo, así como complejo, ya que aunque las Normas de Información Financiera emitidas eran elaboradas de manera similar a las Normas Internacionales de Información Financiera, había ciertas diferencias, por lo que se tuvo que dar capacitación a las personas involucradas en este proceso, pero la cuestión es, hasta qué punto debe encargarse el corporativo de esta capacitación, ya que como profesionales, los contadores tienen la obligación de estar actualizados respecto a normatividad y a las actividades relacionadas con la carrera. Este es un punto que en TV 2000 no se ha sabido manejar, ya que hay quienes buscan capacitación para los empleados respecto a normatividad internacional, y hay quienes no desean pagar por esto ya que argumentan que es obligación del personal de contabilidad estar actualizado.

En mi opinión, ya que el horario manejado para el departamento de contabilidad es de 9 de la mañana a 3 de la tarde y posteriormente de 5 de la tarde a 8 de la noche, es necesario que los cursos de actualización sobre normatividad internacional se den dentro de las

instalaciones de la empresa a todas las personas que lo requieran, ya que tomar cursos por fuera sería una tarea más complicada porque el horario es extenso.

La propuesta entonces sería que, la actualización del personal de contabilidad respecto a la normatividad aplicada a las empresas del corporativo se dé por grupos de 10 a 20 personas, en un horario que permita a todos asistir, por ejemplo se podría acordar con los empleados que los cursos duraran 36 horas distribuidas en 6 horas semanales y 2 horas por clase, así los cursos se pueden tomar de las 14:00 horas a las 16:00 horas, sacrificando una hora de trabajo y una hora de comida. Existe mayor posibilidad de que los empleados acepten porque finalmente es una inversión para los empleados ya que adquirirán mayores conocimientos y así podrán realizar de forma adecuada su trabajo. Y por parte del corporativo también es una inversión ya que podrá tener la certeza de que su información se está revelando correctamente, por lo que los errores se minimizaran y al mismo tiempo se minimizan los costos del departamento.

El manejo de la información contable es un trabajo que además de ser muy importante es de sumo cuidado, y se necesita tener una organización adecuada porque es una labor que requiere del trabajo en equipo ya que se depende de muchas áreas para hacer el registro contable correcto.

Haciendo el análisis del manejo de la información contable en TV 2000 encontré que otra de las cosas que impide que los registros se lleven a cabo de la manera más eficiente es que no existen fechas adecuadas para entregar la información o bien que se pasan por alto estas fechas, esto ocasiona que la información no se registre en el momento correcto, es decir que cuando se saque un reporte por poner un ejemplo, éste no contenga en él la información real, o bien que los comprobantes no estén anexos a los registros, esto conlleva además una responsabilidad porque entre otras cosas, es necesario que a la fecha de la presentación de la declaración anual de impuestos tener los comprobantes de lo que se está presentando.

La solución a este conflicto el cual genera inconformidades por parte del departamento de contabilidad sería que se establecieran fechas exactas para aceptar comprobantes, y que todo lo que ese registre en los sistemas tenga un soporte documental que avale el registro contable.

En el caso de que no se entreguen los documentos correspondientes en tiempo y forma hacer una política que mencione que ya no se recibirán comprobantes extemporáneos.

Con esto se obligara a entregar la información y el personal encargado del manejo de esta información realizara su trabajo de manera eficiente y de igual manera en tiempo.

## 6. CONCLUSIÓN DE TESIS

El manejo de la información contable en una empresa es parte fundamental para el funcionamiento de la misma, es una obligación conforme lo disponen las leyes correspondientes, pero si el manejo de esta información se lleva a cabo de una manera eficiente, con esto podemos obtener grandes beneficios que se verían reflejados en las ganancias de la entidad.

No existe una forma única de llevar a cabo este proceso, ya que cada empresa tiene necesidades distintas, y con el paso del tiempo estas necesidades van cambiando, por lo que la labor de manejar la información también tiene que cambiar.

Existen en el país empresas grandes, pequeñas y medianas desde hace mucho tiempo, y cada una de ellas tuvieron que apegarse a la normatividad vigente, hoy en día se pretende que las empresas residentes en México, cumplan una normatividad internacional, con la finalidad de poder tener relaciones con otros países, así mismo para impulsar la economía con importaciones y exportaciones.

Como contadores profesionales somos los responsables de llevar a cabo esta tarea en las empresas a las que pertenezcamos, por lo que debemos estar al tanto de los cambios en los manejos de la información y buscar alternativas día a día de mejoras en los procesos contables así como en otras áreas administrativas.

TV 2000 es un corporativo que surgió hace mucho tiempo y ha llevado a cabo grandes cambios a lo largo de su existencia, es un corporativo muy grande y que tiene muchas necesidades que probablemente por el tamaño de éste no se identifican fácilmente, o bien no es fácil darles una solución a los inconvenientes.

Las propuestas presentadas anteriormente funcionarían de manera eficaz en el corporativo, aunque su implementación tendría que ser muy detallada para evitar errores, pero en un tiempo a corto plazo, estas mejoras ayudarían al corporativo a reducir costos ya que el personal encargado de esta área sería más eficiente en tiempos y la información estaría presentada de manera uniforme, entendible y con los mismos criterios para todas las empresas del corporativo.

Estas fueron solo unas propuestas de mejoras que se pueden llevar a cabo en una empresa, analizando cada departamento o área de las empresas se pueden identificar fallas y proponer mejoras y esa es parte de nuestra tarea como profesionistas.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

1. “Metodología de la investigación”, Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos.
2. Ley Federal de Radio y Televisión
3. Ley Federal de Telecomunicaciones
4. Código de Comercio
5. “Televisión, audiencias y estudios culturales”, David Morley.
6. Revista Multidisciplinaria de la División de Ciencias Sociales, FES Aragón, Historia de los Medios de Comunicación, <http://www.revistaencuentros.com/destacados/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>
7. Revista Multidisciplinaria de la División de Ciencias Sociales, FES Aragón, Historia de los Medios de Comunicación (segunda parte), <http://www.revistaencuentros.com/destacados/historia-de-los-medios-de-comunicacion-en-mexico/>
8. <https://www.ibopeagb.com.mx>
9. <http://www.cim.mx/>
10. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, <http://www.inegi.org.mx/>
11. El concepto de responsabilidad social empresarial, Centro Mexicano para la Filantropía, Juan Felipe Cajiga Calderón, [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
12. Material Didáctico, Facultad de Contaduría y Administración, Plan 2012, Tecnologías de Información y Comunicación
13. <http://www.iso27001security.com/html/27001.html>
14. “Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos”, Martín G. Álvarez Torres
15. Código de Mejores Prácticas Corporativas, Consejo Coordinador Empresarial, <http://cce.org.mx/sites/default/files/CodigoMejoresPracticas.pdf>
16. Ley del Mercado de Valores
17. Ley del Impuesto Sobre la Renta



18. Código Fiscal de la Federación
19. Normas de Información Financiera 2013
20. “Consolidación de Estados Financieros” José Luis Boned, Jesús José Angla
21. Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera, <http://www.cinif.org.mx/>
22. [http://www.cinif.org.mx/articulos\\_CINIF\\_Mzo2012.php](http://www.cinif.org.mx/articulos_CINIF_Mzo2012.php)
23. [.http://www.cinif.org.mx/imagenes/archivos/seminario\\_tecnicoMzo2012/Guillermo\\_Babatz.pdf](http://www.cinif.org.mx/imagenes/archivos/seminario_tecnicoMzo2012/Guillermo_Babatz.pdf)
24. Normas Internacionales de Contabilidad,  
<http://www.Normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC27.pdf>
25. Normas Internacionales de Auditoría

## GLOSARIO

**Audiencia.** Acto de oír las personas de alta jerarquía u otras autoridades, previa concesión, a quienes exponen, reclaman o solicitan algo.

**Auditoría externa.** Consiste en el examen y evaluación de los documentos, operaciones, registros y estados financieros de la entidad, para determinar si estos reflejan razonablemente su situación financiera y los resultados de sus operaciones, con el objetivo de mejorar los procedimientos relativos a la gestión económico-financiera y el control interno y realizado por un tercero independiente que emite una opinión sobre las cifras financieras.

**Auditoría interna.** Una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización. Ayuda a una organización a cumplir sus objetivos aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno.

**Auscultación.** Sondar el pensamiento de otras personas, el estado de un negocio, la disposición ajena ante un asunto, etc.

**Coadyuvar.** Contribuir, asistir o ayudar a la consecución de algo.

**Comunicación.** Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

**Confidencialidad.** Requisito por medio del cual se garantiza que los datos recolectados o la información y los materiales están protegidos contra posibles accesos no autorizados.

**Convergencia.** Dicho de los dictámenes, opiniones o ideas de dos o más personas: Concurrir al mismo fin.

**Cualitativo.** Hace referencia a las cualidades específicas que tiene un objeto o una persona. Se refiere a la calidad de dicho objeto y se usa para describir cómo es el objeto.

**Cuantitativo.** Hace referencia a la cantidad específica asociada a un objeto o persona. ES algo que se puede medir o cuantificar, a su magnitud.

**EBITDA.** Por su traducción al español, significa Utilidad antes de Depreciación, Amortización, Intereses e Impuestos.

**Efectividad.** Realidad, validez. Realizar las cosas de manera eficiente.

**Empresa.** Entidad económica conformada con un fin común y cuya finalidad es el lucro.

**Informática.** La ciencia del tratamiento sistemático eficaz realizado especialmente con máquinas automatizadas de la información contempladas como vehículo del saber humano y de la comunicación en los ámbitos técnico, económico y social.

**Licitación.** Ofrecer precio por algo en una subasta o almoneda.

**Metodología.** Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal.

**Métodos.** Modo de obrar o proceder, hábito o costumbre que cada uno tiene y observa.

**Patrimonio.** Conjunto de los bienes propios, antes espiritualizados y hoy capitalizados y adscritos a un ordenando, como título para su ordenación.

**Privatización.** Transferir una empresa o actividad pública al sector privado.

**Procedimientos.** Método de ejecutar algunas cosas.

**Radiodifusión.** Es la producción de señales de audio y/o video que son transmitidas y distribuidas por emisoras a audiencias determinadas o generales. Se utilizan los medios masivos de comunicación, por lo cual comunican a grandes públicos.

**Rating.** El porcentaje de aparatos sintonizados a un canal o estación en un momento dado, en comparación con el total de aparatos existentes en un área determinada.

**Responsabilidad Social.** Es compromiso ético de una entidad empresarial con la sociedad y su medio ambiente haciéndose responsable por sus actos y el desarrollo de comunidad.

**TIC.** Conforman el conjunto de recursos necesarios para manipular la información y particularmente las computadoras, programas informáticos y redes necesarias para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla. Se puede reagrupar las TIC según: Las redes, los terminales, los servicios.