

# **TALENT**

Revista de investigación estudiantil de la  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
de la Universidad de Carabobo.



Publicación Semestral  
Vol 3, Nro 1  
Enero - Junio 2023  
Depósito Legal CA2022000052



# TALENT



Revista de investigación estudiantil de la  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
de la Universidad de Carabobo.

Publicación Semestral  
Vol 3, Nro 1 Enero - Junio 2023  
Depósito Legal CA2022000052

**Talento:** Es una publicación que está destinada a divulgar el producto intelectual generado por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, a través de los Congresos efectuados en la facultad sobre artículos de investigación, o trabajos de grado, ensayos entre otros calificados, cuyos ejes temáticos son: Gerencia, innovación social y desarrollo, Mundo del trabajo, salud, vida, equidad e inclusión, Economía, finanzas y actividad contable, TIC inteligencia artificial y disrupción, Educación, universidad, virtualidad, sistema mundo y desarrollo sostenible, Gestión pública, ciudadanía y desarrollo. Esta revista está dirigida a la comunidad estudiantil universitaria, nacional e internacional y a cualquier persona interesada en las ciencias administrativas, contables, económicas, laborales y sociales.

Los trabajos presentados en esta edición, son de exclusiva responsabilidad de sus autores y fueron aprobados en el IV Congreso Internacional de Investigación e Innovación en Ciencias Económicas y Sociales "Hacia La Nueva Visión de Universidad", fueron sometidos a arbitraje doble ciego-juicio de pares. Los evaluadores internos y externos fueron especialistas de las diferentes disciplinas, pertenecen a universidades e instituciones venezolanas y extranjeras. Se autoriza la reproducción total y parcial de la información acá publicada.

© Universidad de Carabobo  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Dirección de Investigación y Producción Intelectual DIPI  
Av. Salvador Allende, Edif. FACES 1, piso 1  
Ciudad Universitaria Bárbula, Carabobo, Venezuela  
Correo electrónico: [dipi.faces@uc.edu.ve](mailto:dipi.faces@uc.edu.ve)  
Página web: <http://faces.uc.edu.ve>

© Dirección de Investigación y Producción Intelectual DIPI

Coordinación General  
Profa. Dra. Karla Torres

Coordinación de la Comisión de Arbitraje

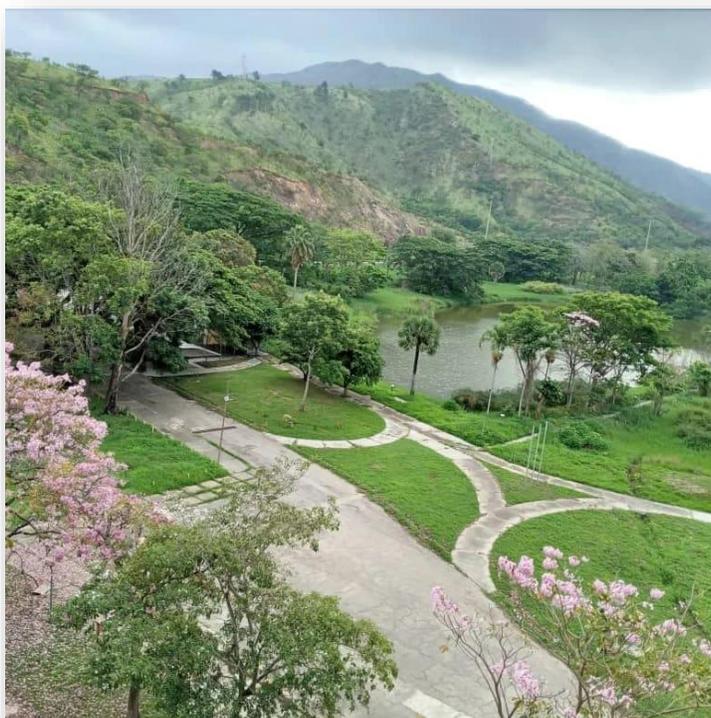
Profa. Dra. Paola Lamenta  
Prof. Dr. Williams Aranguren.

Comité Editorial  
Profa. Dra. Paola Lamenta  
Prof. Dr. Ali Guedez  
Prof. Dr. Raúl Núñez

Diseño  
Stefania Poggoli

Montaje  
Evy Leandro Rodríguez

Depósito Legal N° CA2022000052





**Jessy Divo de Romero**  
Rectora

**Ulises Rojas**  
Vicerrector Académico

**José Ángel Ferreira**  
Vicerrector Administrativo

**Pablo Aure**  
Secretario



**Dr. Benito Hamidian**  
Decano

**Dra. Karla Torres**  
Directora de la DIPI, Campus Bárbula

**Dr. Miguel Rodríguez**  
Director de la DIPI, Campus La Morita

**Dra. Paola Lamenta**  
Directora de la Escuela de ACCP, Campus Bárbula

**Profa. Belén Tovar**  
Directora de la Escuela de ACCP, Campus La Morita

**Prof. Raúl Núñez**  
Director de la Escuela de Relaciones Industriales, Campus Bárbula

**Prof. Ahyzquel Gavidia**  
Coordinadora de la Extensión de la Escuela de Relaciones Industriales, Campus La Morita

**Prof. Alí Guédez**  
Director de la Escuela de Economía

**Profa. Glenda Reyes**  
Directora de Ciclo Básico, Campus Bárbula

**Profa. Greymer Martínez**  
Directora de Ciclo Básico, La Morita

**Dr. Ángel Deza**  
Director del INFACES

**Dr. Williams Aranguren**  
Director de Postgrado, Campus Bárbula

**Dr. Felipe Cabeza**  
Director de Postgrado, Campus La Morita

**Prof. Bruno Valera**  
Director de Extensión y Relaciones Interinstitucionales, Campus Bárbula

**Prof. Miguel Escalona**  
Director de Extensión y Relaciones Interinstitucionales, Campus La Morita

**Profa. Sara García**  
Directora de Docencia y Desarrollo Curricular

**Profa. Alejandra Guinand**  
Directora de Asuntos Profesorales, Campus Bárbula

**Profa. Annelin Díaz**  
Directora de Asuntos Profesorales, Campus La Morita

**Profa. Carlina Fernández**  
Directora de Asuntos Estudiantiles, Campus Bárbula

**Profa. Mahié Sierra**  
Directora de Asuntos Estudiantiles, Campus La Morita

**Prof. David Duarte**  
Director de Tecnología de Información y Comunicación, Campus Bárbula

**Ing. Israel Sánchez**  
Director de Tecnología de Información y Comunicación, Campus La Morita

**Dr. Ero del Canto**  
Director de Biblioteca, Campus Bárbula

**Profa. Ivonne Pino**  
Directora de Biblioteca, Campus La Morita

**Dra. Thania Oberto**  
Asesora de Postgrado, Campus Bárbula

**Profa. Carol Omaña**  
Asesora de Postgrado, Campus La Morita

**Abg. Karla Carrillo**  
Directora de Administración Sectorial, Campus Bárbula

**Prof. Juan Vicente Zerpa**  
Director de Administración Sectorial, Campus La Morita

**Profa. Maritza Espinoza**  
Asistente del Decano, Campus Bárbula

**Prof. Gustavo Segnini**  
Asistente del Decano, Campus La Morita

**Profa. Anahir Rodríguez**  
Comisionada del Decano, Campus La Morita

**Profa. Gladys Arocha**  
Coordinadora de Secretaría del Consejo de Facultad

**Prof. Martín Buriel**  
Asesor del Decano

## PRESENTACIÓN

**TALENTO**, Revista Estudiantil de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, es el resultado del producto intelectual generado por los estudiantes de las distintas Escuelas de FaCES, en su contribución al conocimiento de las ciencias administrativas, contables, económicas, laborales y sociales que irrumpen en su formación profesional, así como la solución de problemas planteados en las distintas organizaciones e instituciones de la región central del país. **TALENTO** se nutre de toda manifestación investigativa de los estudiantes, materializado en artículos de investigación, trabajos de grado, ensayos entre otros.

En esta edición de **TALENTO** se presenta los artículos presentados en el IV Congreso Nacional de Investigación e Innovación en Ciencias Económicas y Sociales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. En este sentido, **TALENTO** se convierte en un instrumento de motivación hacia la excelencia, al difundir producción intelectual estudiantil de calidad a la comunidad universitaria, a las organizaciones e instituciones de la región y el país.

Esta iniciativa pionera en materia de investigación estudiantil de la Universidad de Carabobo, es una pequeña ventana para observar la producción de investigación que realizan nuestros estudiantes para egresar de las escuelas ubicadas en el campus Bárbula en el Estado Carabobo y en el Campus La Morita del Estado Aragua.

**TALENTO**, se presentara de forma semestral, impregnando la cultura de nuestra institución, mejorando y ampliando sus horizontes, estimulando la creación de nuevas revistas estudiantiles en materia de investigación en nuestra Universidad de Carabobo, a fin de hacer conocer el potencial que representa, tanto los profesionales que emergen de las distintas escuelas de FaCES, como sus docentes e investigadores; capital intelectual necesario para la transformación de nuestro entorno y así contribuir a la sociedad que todos merecemos a pesar de las vicisitudes que existan en el ambiente.

Benito Hamidian

Decano

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales



## ÍNDICE

Capacitaciones a trabajadores con realidad virtual: la nueva revolución corporativa Mariana Angarita y Jennifer Ballesteros.....	09
Las remesas internacionales y su incidencia en Venezuela Lucia Vivas y Deibis Canelón.....	21
Propuestas de marketing en redes sociales para los modelos de negocios digitales Jhonathan Lucena y María Merino.....	35
Liderazgo y poder ¿Complementos estratégicos para alcanzar una buena gestión administrativa? María Victoria Jardim .....	49
Beneficios del trabajo remoto en procedimientos contables en las organizaciones Alexis López y Erimar Bordones.....	61
Responsabilidad del contador público ante la sociedad y justicia venezolana Luis Henríquez, María Lugo y Darío Martínez.....	71
Evolución del comercio electrónico en las ventas de las pequeñas y medianas empresas venezolanas Florimar Heredia y Jessika Montero .....	87
Control interno de inventarios para la optimización de los recursos de producción en las pymes Luís Ramos y María Villamediana.....	98
Aplicación del código de ética profesional del contador público, ante la modalidad de trabajo virtual Daniela Criollo y Yarellys Centeno.....	115
Reciclaje de desechos plásticos y los costos en las empresas Reimar Demey.....	128
Importancia de la gerencia en Venezuela en el marco de la inflación y sistema multimoneda Daniela Colmenares, Dorvic Hernández y Ricardo Romero.....	138
Decisiones de compra de los consumidores ante simetrías de información en marketing digital María Gómez y Samira Cedeño.....	152
Sistema de incentivos y desempeño laboral: una aproximación empírica aplicada en las organizaciones modernas Adriana Sánchez y Daniela Castillo.....	168
Marketing y emprendimiento: ¿solución a la crisis económica en Venezuela? Angelimar Torrealba .....	181
La ética para promover el desarrollo sustentable por medio de las instituciones: Educativa, Familia, Estado María De Los Ángeles Díaz .....	193
La auditoría forense y su aplicación en la empresa privada venezolana José Rodríguez .....	206
Integración de los procesos administrativos y contables a través de los sistemas de control interno Gioconda Henríquez y María Trejo .....	219
Implicaciones del impuesto a las grandes transacciones financieras para las finanzas de las empresas venezolanas Wilmer Antequera, Andrea Vega y Lourde Petit .....	233



## **TRAINING FOR WORKERS WITH VIRTUAL REALITY: THE NEW CORPORATE REVOLUTION**

Mariana Angarita y Jennifer Ballesteros

### **Summary**

The central objective of this article is to analyze the new ways of training workers through virtual reality. It includes a brief overview of how corporate training is being carried out today, with the help of innovative and immersive technologies. The method responds to a descriptive investigation, where it will seek to examine the importance of applying virtual reality, in employee training. The work consists of three points: First, to develop the meaning of virtual reality and its usefulness in the professional training of workers. As well as give visibility to this concept, characteristic of the recent business paradigm. Second, highlight the facilities and benefits of implementing this type of technological tools in the training of personnel. Both for the instructor and for the employees. Third, establish what the new corporate revolution consists of and where this prototype of organizational training loaded with disruptiveness and innovation is headed. We can conclude that these new procedures are considered beneficial based on the needs of the organizations, since they provide a vivid experience to the recipient of the training. In addition, organizations have chosen to apply this avant-garde technique, because it allows them to carry out a more friendly, dynamic and entertaining teaching process. In this sense, it is opportune that both trainers and professionals understand the importance of this growing tendency to carry out training with virtual simulators, which give the sensation of being immersed.

## **CAPACITACIONES A TRABAJADORES CON REALIDAD VIRTUAL: LA NUEVA REVOLUCIÓN CORPORATIVA**

### **Resumen**

El objetivo central de este artículo es analizar las nuevas maneras de adiestrar a los trabajadores por medio de la realidad virtual. Se incluye un breve panorama de cómo se están llevando a cabo las formaciones corporativas hoy día, con la ayuda de tecnologías innovadoras e inmersivas. La metódica responde a una investigación de tipo descriptiva, en donde se buscará examinar la trascendencia que está teniendo aplicar realidad virtual, en las capacitaciones de los empleados. El trabajo consta de tres puntos: Primero, desarrollar la acepción de realidad virtual y su utilidad en la formación profesional de los trabajadores. Así como dar visibilidad a dicho concepto, característico del reciente paradigma empresarial. Segundo, resaltar las facilidades y beneficios que supone implementar este tipo de herramientas tecnológicas en el adiestramiento del personal. Tanto para el instructor, como para los empleados. Tercero, asentar en qué consiste la nueva revolución corporativa y hacia dónde se dirige este prototipo de capacitación organizacional cargado de disruptividad e innovación. Podemos concluir que estos nuevos procedimientos son considerados beneficiosos en función a las necesidades de las organizaciones, ya que brindan una experiencia vívida al receptor de la

capacitación. Además, las organizaciones han optado por aplicar esta técnica vanguardista, porque les permite llevar a cabo un proceso de enseñanza más amigable, dinámico y entretenido. En este sentido, es oportuno que, tanto formadores como profesionales, comprendan la importancia de esta creciente tendencia a realizar entrenamientos con simuladores virtuales, que dan la sensación de estar inmersos ellos.

Palabras clave: capacitaciones, realidad virtual, inmersividad, revolución corporativa, adiestramiento de personal.

### **Introducción**

La nueva era tecnológica ha traído consigo múltiples retos y desafíos en distintos ámbitos, pero sobre todo, en el terreno empresarial. El cual se ha visto obligado a adaptarse a las recientes exigencias del mercado, modificando en parte los requerimientos de la fuerza laboral. Tal es el caso de las habilidades y destrezas que necesitan y necesitarán los profesionales en esta década de los 2020's, para manejar la continua y masiva implementación de la tecnología en los puestos de trabajo.

No obstante, para el departamento de Recursos Humanos supone un reto, pero al mismo tiempo una oportunidad, el hecho de adiestrar al personal, en base a la demanda moderna. En este sentido, se ha roto el paradigma tradicional de formar a los empleados con capacitaciones extenuantes que en su mayoría resultan tediosas y poco

productivas. Por ello surge la alternativa de implementar herramientas tecnológicas para llevar a cabo estas formaciones a los empleados. Entre las más destacadas se encuentra la realidad virtual, dadas sus bondades.

En este sentido, aunque la realidad virtual remonta sus orígenes en los años 50's aproximadamente, no es desde hace un par de años que las organizaciones han decidido implementarla en el campo de la capacitación. Este método, un tanto "futurista", ha deslumbrado a las mismas por los resultados que se han derivado de ella. Por esto, es que vemos con mayor frecuencia, cómo el número de empresas aumenta en relación al deseo de poner en marcha el funcionamiento de esta tecnología en los entrenamientos de sus trabajadores.

## Capacitaciones

Las capacitaciones a los trabajadores representan un elemento fundamental en los planes estratégicos de las organizaciones. La presencia de este aspecto es de gran ayuda al alcance de los objetivos de la organización, y, a su vez, al crecimiento y desarrollo integral del personal. Sin embargo, es imprescindible concederle una definición a la idea de “capacitación”, para así, dar continuidad a estas concepciones. Por su parte, Chiavenato (2001) afirma que “es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos”. Es decir, la capacitación es un medio por el cual se impulsa el mejoramiento de los conocimientos adquiridos por los individuos.

En este sentido, si ubicamos este concepto en un contexto laboral, se puede afirmar que las capacitaciones se llevan a cabo con el fin de permitirle al trabajador aumentar sus capacidades por medio de la obtención de nuevos conocimientos, habilidades

y prácticas. No obstante, si se espera que una capacitación se cumpla de manera “efectiva”, resulta necesario asegurar que logrará alcanzar las expectativas establecidas, y que resulte útil en su implementación. Por ende, es pertinente establecer los objetivos por los cuales se regirá el adiestramiento.

De esta forma, podemos afirmar que la capacitación es un proceso que requiere planificación y constancia, incluso se afirma de este término lo siguiente: “se refiere a un proceso que no se da de manera inmediata, sino que toma un tiempo considerable en ser ejecutado” (Vargas, et al., 2020), es decir, no se debe realizar capacitaciones sin haberse tomado el tiempo y la dedicación de planificarlo correctamente. En tanto, existen diversos pasos a seguir para llevarla a cabo con éxito. En primer lugar, es recomendable identificar las necesidades, carencias y debilidades que existen en la organización. Una vez identificadas, se procedería a diseñar la estructura de la capacitación, incluyendo la metodología a implementar, los objetivos y el contenido de la misma.

Posteriormente, y en función a las necesidades halladas, se selecciona el personal que va a recibir la capacitación, junto con el facilitador encargado de impartir esta misma. Por último, se lleva a cabo la implementación del curso y se diagnostica y evalúan los resultados obtenidos.

En este mismo orden de ideas, es admisible, entonces, la aseveración de que el aprovechamiento de la capacitación se verá determinada en tener un correcto enfoque en lo que se quiere alcanzar con la realización de la misma, el por qué y el para qué se llevará a cabo, la determinación de las metas trazadas a corto, mediano y largo plazo, y el conocer cuál será el uso posterior de los conocimientos, destrezas y habilidades aprendidas.

Invertir en el capital humano de una organización puede convertirse en una de las mejores decisiones que una empresa pueda tomar. No solamente por ser un procedimiento que cuenta con la característica de ser necesario en una organización, sino también, por la trascendencia que esta representa. Y, de esta importancia surgen los

beneficios que esta misma trae si se aplica de forma correcta.

Claramente, cada área o departamento de una organización merece contar con la oportunidad de recibir adiestramientos a su personal, sabiendo que cada uno de ellos es imprescindible para el buen funcionamiento de la empresa. Por tanto, cada capacitación que se imparta debe estar enfocada a su campo de aplicación, por ejemplo, si se requiere que el personal del departamento de ingeniería y proyectos reciba un curso u otro tipo de adiestramiento, evidentemente, no se localizará a un facilitador experto en la parte de finanzas o mercadeo. Más bien, la empresa debe hallar la manera de ubicar a los profesionales idóneos que sean capaces de brindar las herramientas y nuevos conocimientos que la empresa y el capital humano necesite.

Cabe destacar, la necesidad de que los encargados de gestionar el desarrollo de las capacitaciones (que en la mayoría de las oportunidades la responsabilidad recae sobre el departamento de Recursos Humanos) conozcan dicho procedimiento. El

desconocimiento de la importancia de una buena gestión y selección de los adiestramientos a implementar, así como también de los pasos a seguir y aspectos a considerar, puede resultar contraproducente para la organización, derivando incurrencias en lo que podría ser una pérdida tanto de tiempo como de dinero, afectando así del progreso eficiente de la empresa.

Dicho esto, es pertinente mencionar que la importancia de las capacitaciones radica en el incremento de la productividad de la organización, y la motivación del personal, porque, mientras más motivados estén, mejor será su desempeño. Esta motivación se consigue demostrándole a los trabajadores que la empresa se interesa y preocupa por su crecimiento tanto personal como profesional, apostando así por el desarrollo integral de los trabajadores; y esto puede lograrse a través de las capacitaciones. Sin lugar a dudas, cuando un individuo se siente en la capacidad de realizar una tarea, la ejecución de la misma se hará con más seguridad y eficacia. Pero, aunque esto no asegura la ausencia de errores, se puede tener en cuenta que la confianza en sí mismo, lo

impulsará a la resolución de los mismos. Entonces, en el marco laboral, el trabajador presentará más interés en la puesta en marcha de sus labores, buscando así el ejercicio pleno de sus conocimientos. Por esto, Cejas y Acosta (2012) afirman: “La capacitación trae consigo beneficios como lo pueden ser promover la formación de líderes, agiliza la toma de decisiones y mejora la comunicación, incrementa en la satisfacción del puesto”. En tanto, existen un sinnúmero de beneficios derivados del adiestramiento laboral, sin embargo, los mencionados son los más destacados.

Por otra parte, no es un secreto que las organizaciones atraviesan diversos retos conforme pasan los años. Podemos afirmar que la manera en la que se administraban las organizaciones en el siglo XX, no es igual a como se manejan actualmente, en el siglo XXI. Cuando estos retos se presentan, las empresas se ven en la necesidad de adaptarse a los cambios ocurridos en la sociedad, cultura y tecnologías, aplicando nuevas técnicas y estrategias en todas las áreas que lo requieran. Y, normalmente, el área del

adiestramiento se ve inmersa en esa obligación al cambio.

En este hilo de pensamiento, cuando mencionamos la tecnología en particular, se presenta el reto del deber de modernizar a la organización en ciertas áreas que lo requieran. Según Nuñez (2011) “La gestión tecnológica es una herramienta para concretar la misión de una empresa innovadora mediante sus fuerzas internas de creatividad o el uso de transferencias tecnológicas”.

Implementar herramientas tecnológicas innovadoras brinda la oportunidad de avanzar en pro de los objetivos y misión de la organización. En este sentido, el ser humano, en lo que respecta, es un ser cambiante capaz de adaptarse a los cambios, y más cuando de tecnología se trata. Entonces, cuando estas variaciones ocurren, la demanda o expectativa por parte del capital humano será que la empresa comience a implementar estos nuevos avances, sea en maquinaria, sistemas, equipos, procesos, entre otros. Es decir, que la organización debe tener el compromiso de implementar estas nuevas

tecnologías que vayan surgiendo en el mundo laboral.

Además, respecto a las capacitaciones, ya sabemos que al llevarlas a cabo del modo correcto, nacen múltiples resultados positivos para la organización, como lo pueden ser: la retención del talento humano, motivación, satisfacción y sentido de pertenencia de los trabajadores, y aumento de la productividad. Ahora bien, incluso en el adiestramiento pueden presentarse métodos innovadores que también permitirán contar con dichos elementos dentro de la compañía, y aunque sean arriesgados, trabajosos y requieran de una buena planificación, claramente todo lo que vaya en pro del buen funcionamiento de la organización, debería ser bien recibido.

En este caso, se puede mencionar el uso de la realidad virtual para llevar a cabo este procedimiento y su innovadora manera de hacer de la experiencia del trabajador, en términos de adiestramiento, una de la que nunca se olvidaría. La realidad virtual le permite al usuario (en este caso, al trabajador) recibir una capacitación a través de herramientas digitales, pero

con la sensación de estar en un escenario real. Sin embargo, con esta premisa podemos dar lugar a lo que realmente significa el término de “realidad virtual”.

### **Realidad virtual**

La realidad virtual representa uno de los avances tecnológicos más interesantes y destacados de la historia. Es la muestra tangible de años de evolución, reducida a una herramienta novedosa y cautivante. No obstante, y para clarificar la noción, es conveniente revisar los conceptos básicos de realidad virtual. En tanto, tenemos que “realidad” según la RAE (2006) es “la existencia real y efectiva de algo”. Es decir, hace referencia a todo lo que es verdadero y existe en el plano terrenal. Por su parte, la palabra “virtual”, es definida por Yirda Adrián (2021) como: “todo lo que sea una imitación de una situación o persona muy parecida a la realidad”. En pocas palabras, es algo que existe solo de forma aparente y simulada en sistemas digitales.

Ahora bien, el concepto de realidad virtual en sí, es bastante amplio. Según Cardoso (2007): “Es un sistema computacional que permite la creación

de entornos artificiales por parte del usuario. En este tipo de entorno, es posible interactuar, navegar y sumergirse en un espacio tridimensional utilizando canales multisensoriales”. Mientras que Heim Michael afirma que: “La realidad virtual es un evento o entidad que es real en sus efectos pero no lo es de hecho”. En todo caso, se trata de un espacio electrónico donde se recrea con alta fidelidad una escena del mundo real. Supone la inmersión de las personas en un entorno digital, con sensaciones reales, similares a las de la vida física. De cualquier manera, la realidad virtual es una experiencia que sucede en un escenario ficticio, pero que envuelve al individuo de manera tal, que este asume el ambiente digital, como una extensión del real. Cabe destacar, que para que esta tecnología funcione es necesario contar con tres elementos: usuario, interfaz y entorno virtual. A su vez, es ideal que la realidad virtual cuente con ciertas características para mantener su enfoque realista. En primer lugar, se encuentra la premisa de “ser inmersivo”, es decir, que el mundo virtual que se haya construido sea capaz de transmitir al usuario la

sensación de que es real. Luego, en segundo lugar se posiciona la cualidad de “entre más creíble mejor”, esto se traduce a que las simulaciones deben estar apegadas a lo cotidiano. Seguido, en tercer lugar se ubica el imperativo “debe ser interactivo”, lo que supone que el usuario no solo observa el entorno virtual, sino que además participa en él. Y por último, en cuarto lugar se tiene que es necesario “mantener la experiencia sensorial”, esto quiere decir que los movimientos que ejecute el usuario deben replicarse en la simulación virtual.

Dicho esto, es preciso hacer una breve mención de los tipos de realidad virtual, dado que dependiendo de su tipología, varía su aplicación. De groso modo, se tienen tres clasificaciones: realidad virtual no inmersiva, realidad virtual semi inmersiva y realidad virtual inmersiva. Esto se traduce a que de acuerdo al grado de inmersividad, estaremos en frente de un tipo distinto. No obstante, la manera de funcionar es la misma en todos los casos. La realidad virtual requiere de unas gafas o cascos específicos, para transmitir la escena simulada, y que el usuario la sienta propia. Estas gafas se encargan

de aislar al usuario de todo lo que lo rodea, para concentrarse en las imágenes que está mirando, y además para ampliar el campo de visión. Pudiendo así tener una panorámica de 360° y no mirar solo la parte frontal. Además, la realidad virtual utiliza sensores específicos para detectar los giros de las personas, de modo que el espacio también gire, y la experiencia sea totalmente hiperrealista.

Hasta aquí, esta alucinante tecnología que acorta las novedades del futuro parece impresionante, pero sus aplicaciones lo son aún más. Su uso es bastante versátil y abarca múltiples ámbitos entre los cuales sobresalen: gastronomía, medicina, comunicación, educación, entretenimiento, arquitectura, industria, cultura, arte, milicia, psicoterapia, videojuegos, software, prototipado, turismo y organizaciones laborales. Todos estos son campos que testifican los beneficios de implantar la realidad virtual en sus terrenos. Tal es el caso de las organizaciones laborales que vieron un potencial en esta herramienta para aumentar la productividad en sus jornadas, sobre todo en el área de recursos humanos.

La nueva revolución corporativa asienta sus bases en la innovación y en la disruptividad. Los métodos convencionales de reclutar, seleccionar, contratar, inducir y capacitar, están siendo sustituidos por otros más dinámicos y provechosos para los trabajadores. El paradigma empresarial vigente aupa la reinención en las gestiones formativas, dando paso a planes de entrenamiento experienciales y digitalizados. Haciendo énfasis precisamente en las capacitaciones, es un hecho que el adiestramiento de personal moderno cada vez se aleja más de las instrucciones monótonas y tediosas, y en cambio, se acerca a las formaciones atractivas, entretenidas y eficaces.

Así lo demuestran empresas como Nestlé, que recientemente creó un centro de realidad virtual para formar a empleados en salud y seguridad. "Nuestra misión es ayudar a la anticipación y ejecución de soluciones innovadoras para una ventaja competitiva continua. Y la creación de estos módulos es para nosotros un gran éxito que refleja la apuesta por la innovación tecnológica de Nestlé para

sus empleados", aseguró Dell'Orletta Luca (2022), responsable del equipo global de Innovación de Nestlé. Sin dudas, esto evidencia el compromiso que están asumiendo las grandes compañías a nivel mundial para actualizar sus gerencias y dejar de ver la industria 4.0 como un prototipo futurista, sino que al contrario, la asumen como un mecanismo que lidera el presente.

En definitiva, la realidad virtual apunta como la opción más vanguardista en cuanto a formación profesional se refiere. Una herramienta que desde luego es beneficiosa tanto para el empleado, porque puede realizar prácticas de lo que haría en sus jornadas de trabajo sin riesgos y de una manera más experiencial; y a su vez, es de gran ventaja para el instructor, dado que optimiza su tiempo, evita que la información se degrade y ofrece instrucciones dinámicas, atractivas y fáciles de entender. En este sentido, Wormhole (2020) afirma que: "La realidad virtual permite realizar experiencias de entrenamiento absolutamente inmersivas, trasladando a los colaboradores de una compañía a un entorno simulado de trabajo, donde

una equivocación no tendrá efectos en la realidad laboral –aunque se sienta real- y se constituirá en un elemento clave de aprendizaje”. Por supuesto, esto deja en evidencia que el adiestramiento de personal con ayuda de aplicaciones tecnológicas, supone una preparación igual o más eficaz, que la ofrecida en los entornos tradicionales.

Todo esto, no hace más que dejar asentado el emocionante porvenir de las capacitaciones, y la reivindicación de la formación profesional que dará un giro fructífero, gracias a que la tecnología entra en juego en este ámbito. En otras palabras, se espera que haya un alza de estas herramientas digitales en las empresas, para entrenar a los empleados, y que sirva como complemento de los recursos convencionales. No obstante, se espera que a medida que las organizaciones vayan apostando a la realidad virtual, esta vaya sustituyendo progresivamente las técnicas obsoletas de formación a trabajadores.

En síntesis, las razones por las cuales la realidad virtual se está apoderando

de los entrenamientos corporativos, se resumen en las siguientes:

- Se trata de una tecnología accesible en cuanto a inversión.
- Desarrolla procesos de capacitación 100% eficaces y dinámicos.
- Elimina distracciones en el aprendiz, y le permite ganar tiempo al instructor.
- Es trasladable, en tanto favorece a las organizaciones con diversas sucursales.
- Permite explicar y practicar instancias complejas en la propia capacitación.
- Incluye la gamificación que estimula la participación y competencia.
- Consiste en una tecnología multiplayer, es decir, varias personas pueden interactuar en simultáneo en el mismo espacio virtual.
- Da la posibilidad de evaluar en tiempo real, si el trabajador está adquiriendo los conocimientos y habilidades impartidas por el colaborador.

- Ahorra costos, ya que no exige la construcción de entornos físicos, ni traslados.
- Elimina el riesgo de practicar sobre maquinarias peligrosas.
- Favorece la productividad del personal y los resultados del negocio.

### **Conclusiones**

Las capacitaciones a los trabajadores representan un punto estratégico para las organizaciones, en tanto que ellas permiten motivar al capital humano, invirtiendo en él para su crecimiento y desarrollo integral. Por tanto, aunque las capacitaciones impliquen inversión de tiempo y dinero, estas pueden considerarse como una inversión rentable, ya que ellas son herramientas que permiten tener una distinción particular en la organización.

A su vez, las capacitaciones representan un impulso para el alcance de metas y logros establecidos en la organización, y aunque en ocasiones estas herramientas se han visto envueltas en muchos retos por superar, la realidad virtual llegó para facilitar y flexibilizar sus métodos de aplicación, haciendo de la experiencia de los trabajadores más gratificante al

compararla con la que tienen cuando reciben adiestramientos con el método tradicional.

Es un hecho que la realidad virtual aplicada al campo laboral supone una herramienta de gran utilidad, y es que permite que el adiestramiento sea una experiencia eficaz y dinámica. En tanto, se presenta como un reto para los profesionales de recursos humanos que actualmente gestionan el talento de las organizaciones, dado que deben mantenerse atentos a estas innovaciones, y buscar la forma de incluirlas en el momento preciso. Porque no se trata de una “tendencia” corporativa, sino de un nuevo paradigma en las capacitaciones. Es la disruptividad moderna de esta década de los 2020 's, y sin duda, es una modalidad de instrucción sin precedentes que promete sentar las bases de un personal mejor capacitado.

### **Referencias**

- Adrián, Yirda. (2021). Definición de Virtual. Disponible: <https://conceptodefinicion.de/virtual/>. Consulta: 2022, Julio 19.
- Cardoso, A., Kirner, C., Júnior, E. L., & Kelner, J. (2007). Tecnologías e ferramentas para o desenvolvimento de sistemas de realidade virtual e aumentada. En Tecnologías para o

- desenvolvimiento de sistemas de realidad virtual e aumentada (pp. 1-19). Editora Universitaria UFPE.
- Cejas, Magda y Acosta, José (2012). La capacitación laboral: Alcances y perspectivas en tiempos complejos. Anuario FCJP. Volumen 35, ISSN 1316-5852.
- Chiavenato, Idalberto (2001). Administración de Recursos Humanos. Quinta edición. MacGrawHill, Colombia.
- Dell'Orletta, Luca (2022). Nestlé crea un centro de realidad virtual para formar a empleados en salud y seguridad. Investigación en línea. Disponible: <https://www.europapress.es/epsocia/l/responsables/noticia-nestle-crea-centro-realidad-virtual-formar-empleados-salud-seguridad-20220526144149.html>
- Heim, Michael (s.f.). La realidad y la virtualidad. Investigación en línea. Disponible: <http://www.cibereconomia.freeseve>
- [rs.com/ciberespacio/realidadvirtual.htm](https://rs.com/ciberespacio/realidadvirtual.htm)
- Núñez, Elizabeth (2011). Gestión tecnológica en la empresa: definición de sus objetivos fundamentales. Revista de Ciencias Sociales (Ve). Vol. XVII, núm. 1
- RAE (2006). Realidad. Investigación en línea. Disponible: <https://www.rae.es/desen/realidad>
- Vargas, Cristhian; Honores, Nelson; Espinoza, Cecibel, Tapia, Nancy (2020). Importancia y capacitación personal: aprendizaje colaborativo y desempeño laboral en las empresas mineras. 593 Digital Publisher CEIT. V5-N6-1.
- Wormhole (2020). 10 razones para sumar Realidad Virtual a las capacitaciones corporativas. Investigación en línea. Disponible: <https://www.wormholeit.com/es/10-razones-para-sumar-realidad-virtual-a-las-capacitaciones-corporativas/>

## **INTERNATIONAL REMITTANCES AND ITS INCIDENCE IN VENEZUELA**

Lucia Vivas y Deibis Canelón

### **Summary**

This work first defines what remittances consist of, developing their types, reflecting their close relationship with the balance of payment, classifying their participants and instruments used to cancel them. The advantages related to social capital and if they are used as a key factor in the development policies of national economies. As well as the disadvantages or limitations that originate since there are difficulties in quantifying the amounts because there are various ways to send the money and it is an effort to record the amounts and know their evolution. Another observation is that a dependency can be generated and its role should not and cannot replace the social responsibility of the State. Likewise, its importance as a key factor in economic growth, reduction of inequalities and overcoming poverty is addressed. For the development of this research, a documentary methodological study was used with a bibliographic design, considering the review of theses, degree works and databases of scientific journals. The results define a main objective directly related to the contribution of knowledge about international remittances because they generate high expectations because they constitute one of the main items of current transfers in the balance of payment of many developing or industrializing countries, they represent an injection of economic liquidity in specific sectors of the regional and local economies.

Keywords: Balance, development, growth, migration, remittance.

## **LAS REMESAS INTERNACIONALES Y SU INCIDENCIA EN VENEZUELA**

### **Resumen**

Este trabajo define en primer lugar en qué consisten las remesas, desarrollando sus tipos, reflejando su estrecha relación con la balanza de pago, clasificando sus participantes e instrumentos utilizados para cancelarlas. Las ventajas referentes al capital social y si son utilizadas como un factor clave en las políticas de desarrollo de las economías nacionales. Así como también las desventajas o limitaciones que se originan ya que existen dificultades para cuantificar los montos debido a que hay diversas formas de enviar el dinero y resulta un esfuerzo contabilizar los montos y conocer su evolución. Otra observación es que se puede generar una dependencia y su rol no debe, ni puede reemplazar la responsabilidad social del Estado. Igualmente se aborda su importancia como factor clave en el crecimiento económico, disminución de las desigualdades y superación de la pobreza. Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un estudio metodológico documental con un diseño bibliográfico, considerando la revisión de tesis, trabajos de grado y base de datos de revistas científicas. Los resultados definen un objetivo principal relacionado directamente con la contribución de conocimientos sobre las remesas internacionales debido a que generan altas expectativas porque constituyen uno de los principales rubros de transferencias corrientes en la balanza de pago de muchos

países en desarrollo o en vías de industrialización, representan una inyección de liquidez económica en sectores específicos de las economías regionales y locales. Palabras clave: Balanza, desarrollo, crecimiento, migración, remesa.

### **Introducción**

La investigación está basada en un proceso documental donde se denota la búsqueda de los datos obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales y el propósito es el aporte de nuevos conocimientos relacionados con las remesas las cuales están enlazadas con la economía de las naciones receptoras. Venezuela demarca una atmósfera fluctuante que se caracteriza por una hiperinflación voraz acompañada por la constante devaluación de la moneda y el contraído producto interno bruto, sin embargo, el mercado brinda una pequeña apertura donde la migración juega un papel determinante en el comportamiento de las remesas internacionales debido a la entrada de fondos que los inmigrantes envían al país, normalmente a familiares con el objetivo de solventar gastos.

Esta modalidad de operaciones de envío de divisas puede alcanzar una gran importancia para el país debido a la globalización igualmente el flujo de

las remesas como fuente de inversión puede considerarse como productivo e instrumento de crecimiento económico. Para el 2022 se puede mencionar que existen diversos mecanismos de envío tales como entidades bancarias, servicios de transferencias monetarias, asociaciones de crédito, empresas estructuradas para tales efectos. Cabe destacar que existen remesas simples y documentales con determinadas estructuras y ofrecen ventajas tanto para las personas naturales como para las compañías. Estas comparten y combinan las herramientas ofrecidas por los diferentes tipos de remesas a nivel mundial permitiendo el fortalecimiento del mercado.

### **Conceptualización de Remesas**

Las remesas son transferencias de recursos monetarios entre privados, el punto en discusión es definir su carácter y significado económico (además de sus significados sociales y culturales). Como flujo de transferencias, las remesas tienen un

impacto en la dinámica macroeconómica y microeconómica de los países perceptores.

Al respecto, desde la macroeconomía podemos recuperar algunos modelos analíticos que nos permitan entender y dimensionar el peso e impacto de las remesas, dependiendo del carácter específico que ellas asuman. Analíticamente, con base en estos modelos podemos establecer una distinción entre dos grandes categorías:

Las remesas salariales (familiares) corresponden a transferencias directas para su uso familiar, ya sea para el consumo (remesas salario) para ser ahorradas en función de un consumo familiar futuro, o para casos de emergencias familiares, o bien para sustentar los gastos de la reproducción de los usos y costumbres familiares que implican la reproducción de sus relaciones culturales.

Las remesas de capital (productivas) corresponden a diversas formas de inversión privada o social, que no pasan por el presupuesto familiar.

No obstante, este impacto dependerá directamente del significado económico

que ellas asuman en cada momento señala. Canales (2008)

Así también, es interesante resaltar que el Fondo Monetario Internacional (2020) conceptúa a esta partida como uno de los ingresos más estables y de sumo interés para algunas naciones. Su importancia radica en el aporte que tiene sobre el crecimiento del PIB debido al ingreso de divisas que son emitidas por personas que están en diferentes partes del mundo.

### **Tipos de remesas**

El Fondo Monetario Internacional, en su metodología para la elaboración de la balanza de pagos, define tres rubros como remesas, estos son:

Remesas de trabajadores (workers remittances) se trata de transferencias que hacen los trabajadores que han residido en el extranjero por más de un año.

Transferencias de migrantes (migrants transfers) comprende el conjunto de bienes y activos financieros que resultan de la migración por cambio de residencia y corresponden al valor neto de las transferencias de los migrantes sin incluir bienes de capital.

Ingreso por trabajo (labor income): comprende los sueldos, salarios y otras

contraprestaciones (efectivo o especie) de personas que trabajan temporalmente en el extranjero, con menos de doce meses de duración.

Lozano (2004) distingue dos tipos de remesas de acuerdo a las motivaciones para remitir, el tipo de remitente, el tipo de receptor o beneficiario y el uso de estos fondos.

Las remesas familiares, que son recursos económicos enviados por el inmigrante que vive o trabaja en el exterior, a sus familiares que residen en su país de origen, destinados a satisfacer las necesidades básicas de los receptores.

Las remesas colectivas o comunitarias, son recursos económicos recaudados

y donados por agrupaciones o asociaciones de migrantes para financiar infraestructura en pequeña escala e inversiones en actividades productivas y comerciales en las comunidades de origen.

**Participantes en el mercado de remesas internacionales**

Como se ha dicho no existe una teoría respecto al estudio de remesas dada la complejidad de éste y con respecto al funcionamiento mercado de remesas Orozco (2000) da una aproximación de quienes son los principales actores en el mercado de remesas y sus principales funciones en la figura 1.1

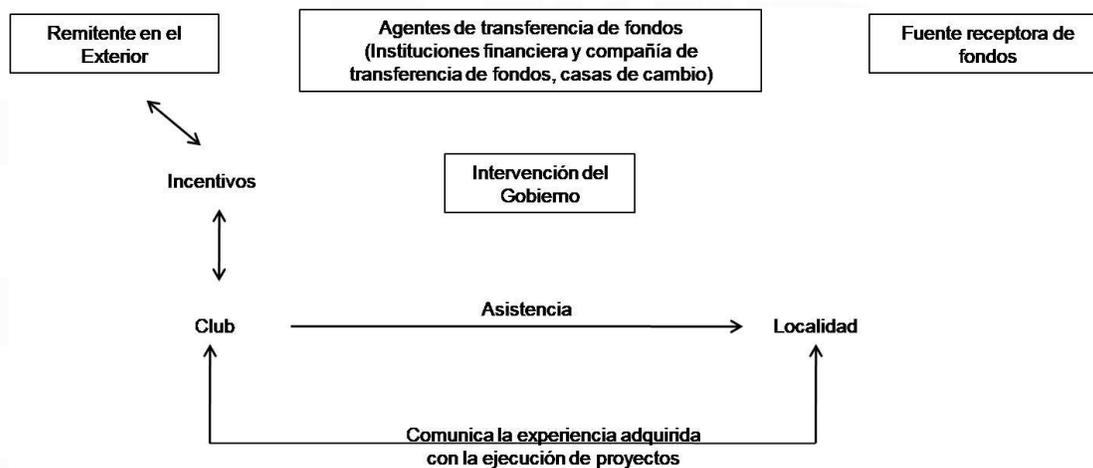


Figura 1.1 Participantes en el mercado de remesas familiares

Como se aprecia en el gráfico anterior, algunos de estos actores son: la

persona (el inmigrante o remitente), los intermediarios financieros, el hogar

(familia receptora), el gobierno, las asociaciones comunales y los grupos internacionales interesados en la circulación de remesas, los cuales han influido directa e indirectamente en los patrones de las remesas y en su impacto en el desarrollo de cada país. Con la intensidad de las remesas se puede observar el nivel de involucramiento de estos actores en el país receptor y del efecto que las remesas tienen en un país.

#### **Instrumentos utilizados para canalizar las remesas familiares**

Hernández (2004) considera que el envío de remesas es un servicio de oferta de mecanismos de pago internacional; esto debido a que las remesas son transferencias de recursos financieros que hace un residente en el extranjero (migrante) a un familiar en sus comunidades de origen, a través del uso de instrumentos de pago que ofrecen los intermediarios financieros como: Money orders, cheques personales, transferencias electrónicas, entre otros, y en el que su grado de eficiencia está ligado a los costes de transacción. Por lo tanto en este apartado se describe el

uso de éstos por parte de los migrantes.

El uso de estos instrumentos para el envío de remesas familiares varía dependiendo de los diferentes factores como por ejemplo la existencia de una moderna infraestructura bancaria y financiera, sistemas de entrega eficientes y la educación y condición económica del receptor y del remitente. (Orozco, 2000).

#### **La balanza de pago y las remesas internacionales**

Alvarado y Muñoz (2010) indican que es un documento contable en el cual se registran todas las operaciones derivadas del comercio de bienes y servicios, así como de las operaciones derivadas de los movimientos de capital. En la Balanza por Cuenta Corriente (bienes y servicios y transferencias), se registran las denominadas remesas de extranjero. Hay países como México y los centroamericanos, que reciben transferencias de sus emigrantes residenciados principalmente en Estados Unidos cuyo monto es mayor que las exportaciones totales de bienes y servicios que realizan. Venezuela comienza a recibir a partir del siglo XXI,

cantidades cada vez mayores de divisas de sus residentes en el extranjero.

La forma de cuantificar las remesas es a través de las balanzas nacionales de pagos. Esta información es recogida por los bancos centrales de cada país y remitida al Fondo Monetario Internacional, desde donde se elaboran las estadísticas comparadas. Sin embargo, en la balanza de pago existe un diseño de categorías y definiciones que no se ajustan para la identificación de envíos realizados por los migrantes, por lo que los registros tienen alta probabilidad de que aparezcan mezclados con otros tipos de envío, o simplemente no queden registrados. Martínez (2008).

Las remesas representan una parte de la remuneración salarial que envían los migrantes a sus dependientes económicos radicados en sus lugares de origen con el propósito de sufragar los gastos ordinarios para la subsistencia familiar (Márquez, 2007).

### **Ventajas de las remesas internacionales**

Apergis, & Cooray, (2018) señalan que macroeconómicamente, las remesas

contribuyen con el crecimiento económico, la reducción de la pobreza, la inversión, a cubrir el déficit comercial y mejorar los niveles de las reservas internacionales y mantener liquidez que permita afrontar movimientos abruptos en la economía internacional. Valera, Martínez y Martínez, (2018) indican las siguientes: El envío de remesas constituye una modalidad de protección social informal, con el fin de asegurar un mayor nivel de ingresos y/o diversificando el riesgo de no contar con ingresos suficientes. Las remesas internacionales constituyen una alternativa privada, familiar e informal para generar un flujo de recursos para los familiares en el país de origen con el objeto de tratar de garantizar un cierto nivel de bienestar y aseguramiento relativo. Desde punto de vista de la protección social este tipo de remesas pueden asumir funciones importantes pero complementarias a las del Estado y el mercado a nivel de mejoramiento de las condiciones de vida en las comunidades de origen y manifiestan una ciudadanía sustantiva y participativa.

De acuerdo con las evaluaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)(2021) la recuperación que se anticipa en los mercados de trabajo en países receptores de migrantes venezolanos hace prever un aumento de las entradas de divisas por concepto de remesas para 2021, aunque es muy probable que estos ingresos se mantengan por debajo del nivel observado en 2019, estimado en torno a los 3.500 millones de dólares y el consumo privado podría recuperarse como resultado de un mayor dinamismo en las remesas y del fin de las restricciones a la movilidad en el interior del país. En este escenario, la economía venezolana pondría fin a un episodio de contracción que ha durado ocho años y que, al cierre de 2021, llevaría el PIB venezolano a representar poco más del 24% de lo que era en 2013.

### **Desventajas o limitaciones de las remesas internacionales**

Apergis, & Cooray, (2018) indican que las remesas son causantes de la apreciación del tipo de cambio real, vuelven menos competitivo a los países en vías de desarrollo, encarecen los

bienes no transables internacionalmente, abaratan los bienes transables, perjudican las exportaciones y encarecen las importaciones. Las remesas son altamente sensibles, a los vaivenes de la economía y el empleo en los países de destino según Valera, Martínez y Martínez, (2018). Los migrantes que hacen uso de estos servicios están expuestos a las estrategias de mercadotecnia de las empresas enviadoras y son fácilmente confundidos Orozco (2000) puede que debido a la necesidad de urgencia de los inmigrantes para el envío de fondos pueden ser objeto de estafas o cobro de altas comisiones por la gestión de envíos de los ingresos por parte de las remitidoras de fondos.

También se pueden presentar:

- Disminuye el deseo de trabajar a las familias receptoras: En familias que reciben remesas desde diferentes fuentes o por aportes de diferentes miembros del grupo familiar que habitan en el extranjero los familiares nativos se unen al conformismo esto trae como consecuencia

que no contribuya al sistema productivo del país.

- Crece la dependencia económica: El nivel del crecimiento económico del país se puede estancar y disminuir con el envío de remesas en divisas. Sobre todo en los países subdesarrollados (Una porción del porcentaje del PIB de un país lo representan las divisas)

### **Importancia de las remesas internacionales en el crecimiento económico**

Hofman, Aravena, & Fernández (2017) menciona que el crecimiento económico se refiere al aumento constante de la producción generada en una economía en un periodo de tiempo que puede ser de años o décadas. Usualmente el indicador que permite medir de forma más acertada el crecimiento económico es el Producto Interno Bruto (PIB), ya que en él se representan todos los servicios y bienes que una economía produce a lo largo de un determinado periodo de tiempo.

Fernández, (2015) indica que al existir un crecimiento mayor en el Producto Interno Bruto (PIB) se observará un incremento significativo en la economía de la nación que se encuentre bajo este tipo de análisis. Cabe recalcar que en el PIB intervienen solamente los productos y servicios realizados dentro de un territorio nacional con total independencia de la nacionalidad del productor.

Castillo (2011) puntualiza al crecimiento económico como una variación cuantitativa expansiva de la economía de una nación. Desde el punto de vista tradicional, éste se determina anual y porcentualmente mediante el aumento del Producto Nacional Bruto (PNB) o el PIB. Se puede dar de dos formas: cuando una economía crece extensivamente, utiliza más recursos naturales, materiales o humanos, y cuando crece intensivamente, emplea igual cantidad de recursos, pero de manera más productiva; esta última es condición del desarrollo económico.

El reciente interés en las remesas es la visibilidad que se logra a partir de la cuantificación del importe que reciben

los distintos países receptores y la constatación de que este número se ha incrementado en las últimas décadas. En este caso, el uso de nuevas tecnologías ha contribuido significativamente a mejorar la forma de registro, lo que permite una contabilidad a nivel mundial más cercana a la realidad (Duval, 2004).

Igualmente contribuye de manera significativa a realzar la importancia que adquieren las remesas, el hecho de que parte importante de los países receptores de remesas son aquellos que tienen mayores índices de pobreza, desigualdad y subdesarrollo. Si bien países desarrollados también reciben remesas (y en cantidades muy significativas), la vinculación entre estos recursos y el desarrollo o superación de la pobreza, no es parte de los análisis o de los discursos en esas economías. En cambio, el fracaso de las promesas de desarrollo, los persistentes índices de pobreza y desigualdad que muestran los países de la región, lleva a ver en las remesas un factor clave en el desarrollo económico latinoamericano. Ponce (2013, Duval 2004)

### **Regulación del mercado de remesas internacionales**

Para el caso venezolano cuando se trata con un sistema de intermediación de divisas a través de remesas, éste debe estar condicionado por el marco legal venezolano, respetando las normativas en materia cambiaria y financiera.

Mediante la (Resolución N° 19-05-01 de 2018) se establece la libre convertibilidad de la moneda en todo el territorio nacional, con el propósito de favorecer el desarrollo de la actividad económica y denota en su artículo 1, la habilitación de las instituciones del sector bancario para actuar como operadores cambiarios en un sistema de mercado cambiario a través de los cuales podrán pactar entre clientes de esas instituciones, o en transacciones intercambiarías, operaciones de compra y ventas de moneda extranjeras por parte de las personas naturales y jurídicas del sector privado mantenidas en el sistema financiero nacional cambiario, así como los organismos internacionales.

La recepción de remesas requiere un arduo trabajo para poder cuantificarlas debido a las siguientes razones:

- Existen migrantes que atraviesan la frontera por canales no regulares sin rendir cuentas de dinero en efectivo.
- Pago de habilitaciones a funcionarios entre ambas fronteras.
- Traspasos de dinero entre empresas del ámbito financiero sin pasar directamente por el banco central.

#### **Variables que afectan las remesas**

- Políticas de Estado que no acepten remesas sin pasar antes por el banco central.
- Políticas bancarias de bloqueo de cuentas al agente receptor de los fondos al recibir montos muy altos o diferentes al valor promedio de los ingresos.

#### **Como afectan las remesas internacionales a la economía en Venezuela**

Castillo y García (2017) comenta que el envío de remesa hacia el país ira en aumento, tanto por la precaria situación de la economía como por las características que poseen los venezolanos en el exterior, el problema es que se ha creado un mercado

paralelo provocando una prima cambiaria. Mediante el análisis de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos (PEST) se pudo identificar y proponer las criptomonedas como solución, respaldo por el interés que han mostrado importantes figuras del gobierno en los últimos meses con respecto a esta tecnología. Por lo que se puede afirmar la factibilidad del sistema en relación al macro-entorno.

Gongalves, y Pulido (2015) señala que existe una relación negativa entre la prima cambiaria y la recepción de remesas no indica necesariamente una disminución en los montos recibidos, sino en el canal de envío utilizado, es decir, los emisores (residentes de otros países) buscaran realizar este tipo de transferencias por medio de mecanismos informales para aprovechar las ganancias del diferencial cambiario, que pueden ser captadas por ellos mismos, en forma de un menor monto enviado en moneda extranjera, por el receptor, en forma de un mayor monto recibido en moneda local o por ambos, combinaciones de montos más bajos de envío en moneda

extranjera y montos más altos de recepción en moneda local.

### **Las remesas internacionales como instrumento de desarrollo**

Maldonado, González, Vivianco, (2020) indican la disminución del empleo y los ingresos de los migrantes en la pandemia mermó inicialmente su capacidad de envío de remesas. Sin embargo, el incremento posterior de las remesas indica que los migrantes se esforzaron en 2020 por mantener el envío de remesas, tratando de recuperar sus ingresos con el cambio o complementación de sus ocupaciones, y usando sus ahorros. El hecho de que algunos países actuaron rápidamente proporcionando apoyo financiero a la población, también fue un factor que ayudó a mejorar el ingreso de los migrantes y, por tanto, sus posibilidades de enviar remesas. Delgado, Márquez (2017) comenta que en las últimas décadas, en el contexto de lo que se ha dado en llamar globalización, los organismos internacionales y los gobiernos en general han abandonado el objetivo de promover el desarrollo. Ante este despropósito, la migración se ha convertido en una fuente insoslayable

de divisas y una vía para complementar las limitaciones nacionales de empleo para los países emisores.

Sánchez, & Gómez, (2014) refleja que el impacto de las remesas sobre política monetaria del país para algunos no es tan claro porque las variaciones del ingreso de remesas a la economía tienen efectos tanto cambiarios como monetarios. Estos cambios se hacen relevantes en los procesos de monetización de divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, quienes adicionalmente imponen costos al momento de la conversión, monetizándolas a un valor inferior a la TRM vigente.

Cada divisa que ingresa al país y se monetiza se convierte en recursos líquidos que incrementan la base monetaria de la economía, cuyos efectos se atenúan dependiendo de las circunstancias cambiarias de devaluación o revaluación.

En los momentos en que la economía experimenta situaciones constantes de condiciones devaluacioncitas o revaluacioncitas las remesas pueden ser consideradas como factores que coadyuvan en el proceso de creación

de la base monetaria, o por el contrario, en la contracción.

Por consiguiente el Banco Mundial (2005) aborda que para muchos países, el monto de las remesas supera la inversión extranjera directa y es más estable y, en algunos casos, supera con creces la ayuda oficial para el desarrollo. Teniendo en cuenta la baja tasa de ahorro interno y el elevado gasto oficial de muchos países en desarrollo, las fuentes externas de financiación, las remesas en particular, han cumplido una función vital en el desarrollo económico local y en las estrategias de reducción de la pobreza. No solamente las remesas aumentan los niveles de consumo de las familias receptoras de tal modo que ni la educación, ni la atención en salud quedan fuera del alcance de esas familias y también una porción de los ingresos provenientes de las remesas pueden conformar un aporte al desarrollo de la infraestructura y de la inversión hacia un mayor ingreso a largo plazo.

### **Conclusiones**

El estudio realizado permite indicar que las remesas son un elemento de vital

importancia debido a que solventan el déficit que puede originarse en las economías familiares. Poseen diversos orígenes principalmente la migración por valoración de la mano de obra calificada, proyección a nivel profesional, crecimiento económico personal, la probabilidad de conseguir un empleo en el mercado de trabajo local país destino, mejorar el presupuesto familiar, posibilidad de hacer inversiones y otra razón es la depresión económica del país origen reflejado por un deterioro económico en los principales indicadores.

No obstante, se puede denotar que los diversos tipos de remesas se concilian con el mejoramiento del bienestar familiar por el poder de solvencia que tienen aunque no son grandes cantidades y se ven afectadas por los mecanismos informales de envío y por la prima cambiaria latente y mutante igualmente se puede inferir que si proporciona un alivio en el desarrollo de la economía porque representa un inyección de liquidez a corto plazo, sin embargo, a largo plazo el signo positivo se desvanece porque el ingreso no ha sido generado en el proceso productivo

revirtiendo el efecto anterior para contribuir a la devaluación, hiperinflación y depresión de la economía en Venezuela.

Venezuela es un país de oportunidades y brinda campo abierto a todas las posibilidades a nivel comercial, si las remesas son utilizadas como inversión, si aplicaría en un desarrollo factible desencadenando el proceso productivo, la activación dependería del tipo de inversión pero con solo el hecho de generar nuevos empleos, construir o remodelar las instalaciones requeridas para el negocio, adquirir materia prima para la producción estas serían pequeños deltas vertientes de nuevas oportunidades.

### Referencias

Alvarado G. D. y Muñoz F. L. (2010) La balanza de pagos. Economía en Cifras. Boletín Digital de Economía.

Apergis, N., & Cooray, A. (2018) Asymmetric real exchange rates and poverty: The role of remittances. *Emerging Markets Review*. 35, 111-119.  
DOI: 10.1016/j.ememar.2018.02.001

Banco Mundial en coedición con Mayol Ediciones S.A. (2005) Las remesas: Su impacto en el desarrollo y perspectivas futuras. Bogotá. Colombia.

Canales C., A. I. (2008) Remesas y desarrollo en América Latina. Una relación en busca de teoría.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66011754001>

Castillo Martín, P. (2011) Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, Volumen III (2011) Págs. 1-12.  
<http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wpcontent/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>

Castillo F., D y García M, R.E. (2017) Viabilidad de un sistema alternativo de envío de remesas a través de criptomonedas en Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexo/s/biblioteca/marc/texto/AAT4033.pdf>

Delgado W. R., Márquez C., H. (2017) Dependencia socioeconómica de las remesas, ¿El rostro humano del desarrollo de México? [https://www.researchgate.net/publication/317170120\\_Dependencia\\_socioeconomica\\_de\\_las\\_remesas\\_el\\_rostro\\_humano\\_del\\_desarrollo\\_en\\_Mexico](https://www.researchgate.net/publication/317170120_Dependencia_socioeconomica_de_las_remesas_el_rostro_humano_del_desarrollo_en_Mexico)

Estudio Económico de América Latina y el Caribe (2021) Informe Macroeconómico.  
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/48077-estudio-economico-america-latina-caribe-2022-dinamica-desafios-la-inversion>

Fernández Rodríguez, L. (2015). Análisis de la dependencia de las variables económicas en el rating soberano y prima de riesgo española. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICAIDE.

- <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/6845>
- Fondo Monetario Internacional. (2020). FMI. Obtenido de Apoyar a los migrantes y las remesas durante la propagación de la COVID-19.
- Goncalves, A., y Pulido J. (2015) Distorsiones cambiarias y flujo de remesas en Venezuela para el periodo 1997-2014. Tesis de Grado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.  
<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexo/s/biblioteca/marc/texto/AAT0999.pdf>
- Hofman, A., Mas, M., Aravena, C., & Fernández de Guevara, J. (2017). Crecimiento económico y productividad en Latinoamérica. El proyecto LA-KLEMS. <https://doi.org/10.20430/ete.v84i334.302>
- Maldonado, R. A., Harris, J. y Vivianco F. (2021) La pandemia del COVID19 y las remesas a Latinoamérica y el Caribe en 2020. Notas de Remesas.
- Márquez C., H. (2007). Migración y desarrollo en México: entre la exportación de fuerza de trabajo y la dependencia de las remesas. *Región y sociedad* [online]. 2007, vol.19, n.39, pp.3-29. ISSN 2448-4849. [https://www.scielo.org.mx/scielonline.php?pid=S18703925200700020001&script=sci\\_abstract&tIng=en](https://www.scielo.org.mx/scielonline.php?pid=S18703925200700020001&script=sci_abstract&tIng=en)
- Martínez P., J. (2008). América Latina y el Caribe: migración internacional, derechos humanos y desarrollo. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44021>
- Orozco, M. (2000). Remittances and Markets: New Players and Practices. Inter-American Dialogue y The Tomás Rivera Policy Institute. USA.
- Ponce G, María E. L. (2013) Modelo de captación y administración de remesas para generar ahorro e inversión: El caso mexicano. Universidad Politécnica de Catalunya. Barcelona. España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=97732>
- Ley de Turismo de la República Bolivariana de Venezuela (2014). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 41.624, Extraordinaria. Decreto con rango, valor y fuerza de Ley Instituciones del Sector Bancario. Mayo 02, 2019. Caracas.
- Sánchez Bogotá, D., & Echeverry Gómez, D. (2014) Origen e impacto socioeconómico de las remesas de los trabajadores en Colombia. *Revista Civilizar De Empresa y Economía*, 5(10), 75-90 <https://doi.org/10.22518/2462909X.512>
- Valera M., C., Martínez P. J. y Martínez, R. (2018) Protección social y migración. Una mirada desde las vulnerabilidades a lo largo del ciclo de la migración y de la vida de las personas. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44021>

## **MARKETING PROPOSALS ON SOCIAL NETWORKS FOR DIGITAL BUSINESS MODELS**

Jhonathan Lucena y María Merino

### **Summary**

The creation and development of social networks have become relevant instruments that provide new tools, tactics and essential communication channels to promote the evolution of marketing processes within companies and cause changes in the commercial field. Because of this, the objective of this study is to analyze the contributions that marketing in social networks provide, in order to develop and promote the digital models that are already emerging from the opportunities located in the social media most used by consumers. Therefore, this article will be carried out under the qualitative methodology, it will be based on bibliographic studies that describe and show how social media marketing transforms the fundamental pillars of marketing, with the intention of rethinking them within the most recurring platforms and showing the routes suitable to follow. Marketing and the different types that lead to establishing the strategies to be implemented to generate the sales process will be described in a first point, after that, it will be defined what marketing 2.0 is and what are the traditional and digital business models. Social networks have opened up other types of opportunities that start-ups, businesses or companies are beginning to notice and implement, changing the way in which they communicate their advertising messages, the way in which they sell, the way in which they provide value through their products or services, the communication that you establish with your public and the planning to achieve the objectives.

Keywords: Marketing, business model, social networks, technology.

## **PROPUESTAS DE MARKETING EN REDES SOCIALES PARA LOS MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES**

### **Resumen**

La creación y desarrollo de las redes sociales, se han convertido en instrumentos de relevancia que dan nuevas herramientas, tácticas y vías de comunicación primordiales para impulsar la evolución en los procesos de mercadotecnia dentro de las empresas y originar modificaciones en el campo comercial. A causa de ello, el objetivo del presente estudio es analizar los aportes que el marketing en redes sociales proporcionan, con la finalidad de desarrollar e impulsar los modelos digitales que ya van surgiendo a partir de las oportunidades ubicadas en los medios sociales más utilizados por los consumidores. Por consiguiente, este artículo se realizará bajo la metodología cualitativa, se partirá de estudios bibliográficos que describan y evidencien como el social media marketing transforma los pilares fundamentales del mercadeo, con la intención de replantearlas dentro de las plataformas de mayor recurrencia y de mostrar las rutas idóneas a seguir. Se describirán en un primer punto el marketing y los distintos tipos que llevan a establecer las estrategias a implementar para generar el proceso de venta, posterior

a ello, se definirá que es el marketing 2.0 y que son los modelos de negocios tradicionales y digitales. Las redes sociales, han abierto otro tipo de oportunidades que los emprendimientos, negocios o empresas, comienzan a notar y a implementar, cambiando el modo en como comunican sus mensajes publicitarios, la forma en que vende, la manera en que brinda valor mediante sus productos o servicios, la comunicación que establezca con su público y la planificación para lograr los objetivos.

Palabras clave: Marketing, modelo de negocio, redes sociales, tecnología.

## **Introducción**

El fin inmediato de una organización, sea pequeña, mediana o a gran escala, es producir bienes y servicios para el mercado y dar satisfacción, con el propósito de obtener un beneficio. Esto se logra con mayor éxito a través de la determinación de los modelos de negocios y trazar los procesos de marketing, siendo este último elemento, el medio por el cual se lograrán los mecanismos de ventas, a través de sus herramientas y estrategias que ofrece la guía para realizar mensajes publicitarios que enganche y fidelicen al público e indiquen los canales de comunicación y distribución.

De igual forma, We are social (2022), indica que “actualmente hay 4.650 millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo, lo que equivale al 58,7% de la población mundial total” (p.3), lo cual, representa un mercado

vasto de oportunidades para cualquier empresa, que, sin importar su tamaño, buscan que su mensaje llegue de forma idónea a su público objetivo y destacar de entre la competencia. El desarrollo constante de las redes, ha llevado a tomar estas nuevas ideas y digitalizar los modelos de negocio. Por ello, la intención del presente artículo es analizar las propuestas que emplea el marketing en redes sociales, que impulse el desarrollo de los modelos digitales.

En relación a lo anterior, dicho estudio se realizará bajo técnicas cualitativas, se partirá de estudios bibliográficos que buscan develar cuáles son esas propuestas que la evolución del marketing dentro de las plataformas digitales, brinda para dar el estímulo que desenvuelva a los nuevos modelos de negocios. Marcar un antes y después de la llegada de las redes sociales se ha vuelto vital, ya que, es la

creación de estos medios, que llevan a la transformación tanto del marketing y sus pilares, como el de los modelos que siguen en una búsqueda de oportunidades con la intención de no quedarse atrás.

### **Marketing**

Establecer que es el marketing puede resultar un tanto complejo, debido a los diversos significados que esta pueda adoptar a partir del surgimiento de nuevas oportunidades y que generan cambios en los procesos comerciales tradicionales y en la manera de llegar al consumidor, desde la creación de las redes, el concepto de marketing puede ser muy distinto al planteado por Jerome McCarthy entre la década de los 60 y 70, ya que se trazan modificaciones en los pilares fundamentales de dicho termino.

En igual forma y a pesar de lo complejo que puede ser determinar el concepto preciso de marketing, Armastrong y Kolter (2013) lo puntualizan como: Un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing

implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargadas de valor con los clientes. (p.5)

Por lo tanto, resulta menester destacar, que el marketing posee un valor tanto empresarial como social, ya que, la evolución del mismo ha permitido que se le dé un enfoque directo a lo que son las necesidades reales de los consumidores, con la intención de crear nuevas y mejores opciones que satisfagan las necesidades planteadas. Se puede percibir como las estrategias y técnicas empleadas por las distintas organizaciones, que tienen como finalidad cumplir con las expectativas y saciar las necesidades de los consumidores, obteniendo un beneficio a futuro.

De igual importancia, el marketing vislumbra una serie de propuestas que engranan entre sí diversas actividades y herramientas planteadas con el fin de cumplir, no solo, el satisfacer las necesidades que van acorde con el público objetivo determinado en una primera instancia, sino, que ayuda para acatar y desempeñar los objetivos corporativos trazados por y para la empresa, esto desde un punto de vista empresarial. (Muñiz., 2001)

A este punto, es interesante entender, como la evolución de las redes sociales dentro de una comunidad, crea múltiples opciones y genera una constante búsqueda de adaptabilidad y progreso, mediante la creación de nuevos productos que cubran una necesidad que no está siendo satisfecha o diseñar un bien que mejore lo que ya está en el mercado, por lo cual, el marketing se desarrolla en miles de estrategias con la finalidad de adaptarse y proporcionar las vías correctas para lograr los objetivos deseado.

Otro aspecto de importancia a relucir, son las 4P o mezcla promocional, la cual, Borragini (2022) explica que: “representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción” (p.2), es decir, son las bases fundamentales, donde reposa las estructuras, actividades, herramientas y estrategias que la mercadotecnia brinda a los negocios que están en constante desarrollo y en búsqueda de innovación y nuevas oportunidades.

### **Tipos de marketing**

Cada vez existe un mayor auge en lo que al uso del marketing respecta, a consecuencia del desarrollo continuo que se evidencia dentro de las plataformas digitales, obligando a los diversos emprendimientos, negocios o empresas que acudan a los mecanismos y procedimientos que esta presenta, esto viene dado por el hecho de que el marketing acompaña y se adapta a la evolución que se evidencia en el ámbito comercial, con el objetivo de llegar a más consumidores y generar los resultados esperados por parte de las organizaciones.

En este mismo orden de ideas, es vital destacar que tipos de marketing se va a desempeñar, una vez establecido el modelo de negocio, ya que existen una gran variedad, que permiten establecer las estrategias en el momento de crear la publicidad del producto y determinar el canal de distribución, el marketing digital, offline, de contenidos y el Email marketing, son algunos que nacen a partir de la creación y desarrollo de las redes sociales, y que le dan otro significado al hacer mercadotecnia, porque son más interactivas y permite

a la organización o empresa conocer y tener una vía de comunicación directa con su consumidor. (ver tabla 1)

### Tipos de Marketing (Tabla 1)

Tipo de Marketing	Descripción
<b>Marketing Digital</b>	Es la estrategia realizada en el ambiente online.
<b>Marketing Offline</b>	Envuelve todas las acciones por fuera de la internet, como un anuncio en un periódico.
<b>Marketing de contenidos</b>	Consisten en ofrecer contenidos relevantes y valiosos para la persona.
<b>Email marketing</b>	Sirve para aproximarse al consumidor, direccionarlo al sitio y conducirlo a lo largo de su jornada de compra.

**Fuente: Mafra (2018)**

No obstante, se debe recalcar, que no solo se puede presentar esos cuatro tipo de marketing, existen miles y miles que acaban generando distintas estrategias con diferentes objetivos a lograr, el determinar el área de desenvolvimiento del mercado, permite entregar valor y establecer las necesidades a satisfacer, pero la mayoría implican costos elevados, que muchas empresas no puede asumir, ya sea por tener muy poco presupuesto o ser un negocio pequeño, es por ello, que las empresas se direccionan hacia las redes y lo que estas pueden ofrecer. Ahora bien, las estrategias, son los pilares clave dentro de los tipos de marketing para determinar el éxito, y

según Hartline y Ferrell (2012) lo describen como:

Un plan para la forma en que la organización usará sus fortalezas y habilidades para empatarlas con las necesidades y requerimientos del mercado. Una estrategia de marketing se puede componer de uno o más programas de marketing; cada programa consta de dos elementos: un mercado o mercados meta y una mezcla de marketing. (p.19)

Por consecuente, las estrategias es el siguiente paso a seguir para una empresa, posterior a determinar el modelo de negocio y el tipo de marketing, con la intención de destacar de entre la competencia y poder establecer y alcanzar al público

objetivo. Entendiendo así, que juegan un papel fundamental en el momento de distribuir un mensaje publicitario, ya que dictan el cómo y cuándo se hará, con la intención de generar el proceso de fidelización y venta del producto, es el plan que se elabora con el fin de ejecutar de manera correcta los procesos de la mercadotecnia.

### **Marketing en redes sociales**

La creación de las redes sociales a finales de la década de los 90 y su acelerado desarrollo han generado nuevas propuestas, con la intención de innovar en la forma en que los negocios puedan llegar a concretar la venta, alcance el público objetivo y den la propuesta de valor que satisfaga necesidades, gestando al marketing en redes sociales, el cual, está basado en estrategias dirigidas principalmente a las plataformas digitales más recurrente en el consumidor, tales como facebook, instagram, twitter, blogs, páginas web, entre otros.

Así mismo, Fernández, Mier-Terán y Sánchez (2018), son breves en mencionar que:

Para llegar a los clientes las empresas van a utilizar lo que se conoce como

medios sociales o social media, que son unas herramientas de comunicación donde se habla y se escucha, por lo que va a permitir a las empresas dirigirse y comunicarse con sus clientes e interactuar con ellos. Es lo que se conoce como social media marketing o marketing 2.0. (p.44)

En ese contexto, el social media marketing, se enfoca principalmente en los medios sociales que más utilizan los usuarios a la hora de comprar, para generar comunicación directa con el consumidor y señalar las estrategias adecuadas, con la finalidad de que el público tenga la oportunidad de ser parte de la elaboración del producto e interactuar en las decisiones de las empresas o negocios, además de ser una fuente de información constate que permite establecer los horizontes de necesidad que tenga el mercado objetivo al que se quieran dirigir, conocer la competencia y establecer las tácticas que conllevaran al proceso de venta.

Dentro de este marco de ideas, Caltabiano (2021), define al social media marketing, como “técnica que involucra acciones de posicionamiento,

difusión de marca e incluso procesos de venta en redes sociales.”(p.2) Lo antes mencionado, ve al marketing en redes sociales, no solo, para generar un canal de comunicación entre la empresa y el consumidor con la intención de saber qué es lo que quieren y que necesidades tienen, también lo ve como lo medios que brindan las herramientas necesarias para que la marca, el emprendimiento o el negocio se posicione entre la competencia y destaque en los procesos de ventas.

Por consiguiente, un ejemplo claro de posicionamiento y de destacar de entre la competencia, son los medios publicitarios que implementa Coca-Cola en sus redes sociales, un caso particular y descrito por MarketingNews (2013) es el que:

Partiendo de la idea de que el 60% de los rumanos comen solos delante de su televisor, Coca-Cola, en colaboración con la agencia MRM Worldwide Romania, ha roto los moldes con una campaña para que la gente se sienta acompañada durante el almuerzo, los internautas debieron incluir el hashtag #LetsEatTogether en sus tuits. Gracias a la edición en tiempo real, los

mensajes aparecieron en directo durante la emisión de los spots. La campaña permaneció activa durante dos semanas. Durante la campaña, Coca-Cola aumentó en un 15% su número de seguidores en Twitter en Rumanía. (p.6-7)

Tomando en cuenta el ejemplo, se puede evidenciar, la relevancia de establecer las estrategias correctas a partir de estudiar al público que ha determinado el negocio o emprendimiento, entendiendo, que no solo basta el aplicar ciertas y determinadas tácticas, conocer el ambiente digital o el modelo de negocio adecuado, también es de importancia conocer al consumidor al que se le quiere llegar, con la intención de que el mensaje ingrese en el mercado de manera correcta y genere el efecto buscado, tener alcance y por ende generar ventas.

Otro punto a resaltar, es el cambio en la utilidad de los pilares del marketing tradicional, descritos por Jerome McCarthy en 1960 y conocidos como las 4P, por sus siglas en ingles. Dichos pilares contemplan al precio, a la comunicación y promoción, al producto y a la distribución. Significan una

propuesta de valor que se le brinda al consumidor, las redes no solo las han afectado a ellas, también han afectado en cómo se desarrolla la atención al

cliente, un punto vital, ya que, sin una buena atención, las estrategias no tendrán los resultados esperados. (Ver tabla 2).

Función 4P	Utilidad
<b>Comunicación</b>	Atracción del tráfico al sitio web; Generación de conversación y debate; Difusión de información; Retención de clientes y lealtad
<b>Producto</b>	Ahorre en coste y tiempo de innovación; Mejor adaptación del producto nuevo a las necesidades del mercado/ personalización; Mayores posibilidades de co-creación; Mejor tasa de éxito de nuevos productos; Recopilación de información de mercado
<b>Distribución</b>	Redirección de tráfico al sitio web; Estímulo de venta; Difusión de los productos; Incentivo a la prueba del producto
<b>Precio</b>	Realización de promociones exclusivas en redes; Difusión de promociones <i>offline</i> a través de las redes sociales

Fuente: López, López, Palazón y Sicilia (2021)

En este orden de ideas, el marketing en redes sociales, busca generar una experiencia única e impactante, crear canales de comunicación directa con el cliente y brindar herramientas necesarias, con la finalidad de que el emprendimiento, negocio o empresa, destaque dentro de su nicho y alcance a su público objetivo, con costos relativamente bajos y una mejor adaptación al mercado. Las 4P son las bases primordiales dentro de cualquier tipo de mercadotecnia y de donde parte cada estrategia que se va implementar,

por ello, son las más afectadas en la evolución de los medios digitales y las que proporcionan los nuevos matices dentro del comercio.

Sin embargo, tener claro en qué dirección apunta el marketing en redes sociales y que estrategias se van a implementar, no basta para tener un emprendimiento o empresa exitosa, también se debe definir qué modelo de negocio se trabajará para poder determinar el área de mercadotecnia, las tácticas a utilizar y determinar al público objetivo que se va a satisfacer.

Por esa razón, en el siguiente punto, se partirá por definir que son los modelos de negocios tradicionales y el por qué es importante plantearlo al momento de crear un emprendimiento.

### **Modelos de negocio**

Para entrar a un mercado o nicho en específico, en primer lugar se debe definir un modelo de negocio, con la intención de identificar al público objetivo al que se desea llegar, igualmente, establecer un modelo, ayuda a conocer que se quiere ser y así poder determinar la propuesta de valor que permitirá destacar de entre la competencia, dar las bases para construir las estructuras que conformaran las fuentes de ingresos y costos incurridos, tales como la apertura de la empresa, por publicidad, elaboración del producto, entre otros, y marca la pauta de cómo se lograrán los objetivos corporativos que se tracen.

En tal sentido, Pigneur y Osterwalder (2011), define a un modelo de negocio, como “las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (p.14), es decir, es aquel que indica cuales son las directrices a seguir y que propuesta de valor se le brinda a un público objetivo a través del

producto o servicio que se va a ofrecer, son los pasos básicos para determinar las necesidades y así ofrecer un bien de calidad que logre integrarse de manera idónea en el mercado escogido.

Igualmente, definir el modelo correcto, da las herramientas necesarias, para gestar un negocio exitoso a futuro, permite planificar y entender en qué dirección se debe apuntar y que oportunidades tomar, un ejemplo, son los modelos freemium, que consiste en atraer consumidores nuevos, a través de productos o servicio gratuitos, que siempre van a tener una gran demanda y es una forma sencilla para fidelizar y de esta manera conseguir que el consumidor adquiera otros servicios o productos, dentro de esta categoría se pueden mencionar la compañía de McAfee, que brinda en un principio una versión gratuita de sus software de seguridad. (Pérez, 2017)

Lo mencionado, es una evidencia clara de la importancia de determinar el modelo de negocio con el que se van a introducir en el mercado, no solo basta el conocer qué tipo de marketing se va a utilizar o que estrategias se van a implementar en los procesos de

publicidad, se debe marcar un punto claro con la intención de establecer que se quiere ser. Del mismo modo, otra definición de modelos, nos las detalla, Duque y Palacios (2011), quienes se centran en que:

El modelo de negocio, se relaciona con la forma en la que un negocio hace dinero, entrega valor a los clientes; hace referencia a la lógica de la compañía, es estático, no reflexivo, no es una descripción de la receta para el cambio y se centra en la oportunidad.

(p.24)

En ese sentido, se puede determinar los elementos base y que son primordiales para establecer un modelo de negocio en donde se desarrolle de manera practica un proyecto de emprendimiento, los cuales son: 1) La propuesta de valor que se le brindara al cliente objetivo. 2) Las estructuras de beneficios y costos; 3) Las mezclas promocionales (marketing) y las estrategias que se requiere para resaltar entre la competencia y 4) La determinación de las oportunidades que brinda cada mercado escogido.

Por último, y comprendiendo ya la importancia de establecer un modelo

de negocio, se debe destacar, que dichos modelos, al igual que en el marketing tradicional, ha sufrido de evoluciones constantes, siendo la creación de las redes sociales, un punto de inflexión. El marketing enfocado en redes sociales, brinda nuevas propuestas que son atractivas para la mayoría de los negocios que comienza a plantear nuevos horizontes en el marco de oportunidades, surgiendo los modelos de negocios digitales.

### **Modelos de negocios digitales**

Las propuestas que surgen de la transformación del marketing a partir de las redes sociales, se edifican en tres pilares fundamentales, las herramientas de control y gestión, los canales de comunicación basada en los medios sociales y las estrategias enfocadas en las plataformas digitales, lo anterior, marca una nueva era donde los empresarios o emprendedores, denotan otro tipo de oportunidades donde se pueden desarrollar ideas frescas, para satisfacer a un consumidor cada vez más exigente, abriendo posibilidades a nivel global, que permiten llegar a distintas partes

del mundo sin limitante alguna, sustentando los modelos de negocio digitales.

Siguiendo la idea principal, un modelo de negocio digital, a partir del punto de vista de ESIC Business & Marketing School (2017) parte de que “las nuevas tecnologías han dado paso a nuevos modelos de negocios que sólo habrían podido originarse en la era digital. Las empresas están transformándose y tendrán que adaptarse a esta nueva realidad” (p.1). Los negocios, ante la rápida evolución en el área de redes, comienzan a cambiar sus estrategias, planteándose modelos materializados en la virtualidad, en los cuales se debe reconsiderar la propuesta de valor que se le brinda al cliente, con el objetivo de no quedarse atrás.

Cabe destacar, que los procesos de globalización y la revolución tecnológica que se evidencia desde la creación de las primeras redes sociales, generan la necesidad de mejorar y acortar los procesos comerciales ya existentes, con la intención de unir aún más al oferente y al demandante, así mismo, se puede describir a los modelos de negocio digitales como la búsqueda de

oportunidades en un medio virtual, a través de la implementación de las nuevas herramientas digitales. (Leal y Quevedo, 2019)

Por otro lado, las características de estos modelos, las describe Tavera (2021), resaltando los siguientes puntos:

El valor añadido de la empresa no sería posible sin el uso de tecnologías digitales, La captación y retención de clientes de estos negocios está basada en los canales digitales (sitio web, email, redes sociales, publicidad digital en buscadores y en apps, etc.). y las ventas se caracterizan por seguir tendencias como la automatización de ventas. (p.2)

Lo anterior, refleja que los nuevos modelos que van surgiendo desde estas innovadoras oportunidades, son plenamente digitales, sus operaciones, estrategias y herramientas a implementar, son elaboradas y enfocadas en medios sociales, por eso, el marketing 2.0, cumplen un rol de importancia dentro de los modelos de negocio que van surgiendo en la nueva era demarcada por las redes sociales, ya que proporciona los elementos

adecuados, que permitirán el éxito a futuro del negocio.

En definitiva, los modelos de negocios digitales, son la constante búsqueda de generar otro tipo de experiencias y canales de comunicación, y son la nueva era de emprender y de crear procesos comerciales, tienen la intención de no quedarse atrás y destacar en mercados cada vez más competitivos, apoyándose en los cambios disruptivo de la tecnológica y la evolución constante del marketing, que brinda cada vez más y más propuestas vitales que empujan a las organizaciones a pasar de modelos de negocio tradicionales a digitales.

### **Conclusión**

Las propuestas que nos brinda el marketing en redes sociales, como bien se evidencia a lo largo del presente artículo, dan las bases correctas para impulsar un modelo de negocio digital estable, que satisfaga las necesidades de una sociedad que cada vez se vuelve más demandante en cuanto a lo que quieren y obtienen. La era digital, está dando otro tipo de oportunidades, que los empresarios o emprendedores, no están dejando pasar, con la

intención de no quedarse atrás y ofrecer nuevas experiencias para el consumidor y así renovar sus propuestas de valor.

Se observa, que cada vez son más los emprendimientos, negocios y empresas que se suman a las redes sociales y se apoyan de lo que ofrecen, ya que se traspasan las fronteras, se magnifica el alcance que se puede tener con las campañas publicitaria y existe una mejor adaptabilidad a los cambios dentro del mercado, a diferencia del marketing offline, que implica costos elevados, menos alcance y cantidades de recursos exorbitantes, variables que evalúan las empresas y tienen la voluntad de cambiar con ayuda de las propuestas que da el marketing en redes sociales. Por ello, definir el modelo en el que se trabajara y establecer las herramientas, vías de comunicación y estrategias, son los primero pasos que se deben dar para entrar a la era digitalizada del comercio, entender como interactúa y cuáles son las necesidades del público objetivo, es el segundo paso de importancia para crear un negocio que destaque de entre la competencia, sin

olvidar, que la atención al cliente, sea excepcional con la intención de enganchar al consumidor que se quiera llegar. Finalmente, las propuestas que brinda el marketing en redes sociales, son el pilar fundamental que permitirán el desarrollo de los nuevos modelos de negocio digitales.

### Referencias

- Armstrong, Gary y Kotler, Philip (2013). Fundamentos de Marketing. Ediciones Pearso. Libro en línea. Recuperado: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Borragini Hesley (8 de marzo de 2022). Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Caltabiano Giuseppe (19 de noviembre de 2021). Marketing en las redes sociales: cómo obtener los mejores resultados en cada canal [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-en-las-redes-sociales/>
- Cervilla María y Puente Raquel (2013). Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la pirámide. Revista de Ciencias Sociales. XIX (2), 289-308.
- Duque Olivia y Palacios Mariana (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. Revista Administración & Desarrollo. LIII (39), 23-34.
- ESIC Business & Marketing School (14 de diciembre 2017). Modelos de negocios digitales, emprendiendo en la era digital [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/modelos-de-negocios-digitales-emprendiendo-en-la-era-digital>
- Fernández María, Mier-Terán Juan y Sánchez Miguel (2018). Revisión teórica del marketing en los medios sociales: antecedentes y estado de la cuestión. Revista de Estudios Empresariales. Segunda época (1), 42-57.
- Hartline, Michael y Ferrell, O.C. (2012). Estrategias de Marketing. 5ta Edición Cengage Learning. Libro en línea. Recuperado: <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf>
- Leal, Jasli y Quevedo, Lorena (2019). Transformación digital: ¿Un reto para las organizaciones tradicionales en el siglo XXI? Tesis de grado no publicada. Universidad Cooperativa de Colombia. Bogotá.
- López Inés: López Manuela; Palazón Mariola y Sicilia María (2021). Marketing en redes sociales. Ediciones ESIC Editorial. Libro en línea. Recuperado:

[https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=TZoZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=marketing+en+redes+sociales&ots=i5\\_7SigNI\\_&sig=z0Py3BVxkKiqPQlnzZLFodbCW0E#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=TZoZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=marketing+en+redes+sociales&ots=i5_7SigNI_&sig=z0Py3BVxkKiqPQlnzZLFodbCW0E#v=onepage&q&f=false)

Mafrá Érico (18 de junio de 2017) Los 81 tipos de marketing principales, explicados con ejemplos visuales [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-marketing/>

Muñiz Rafael, (2001). Marketing en el siglo XXI. Ediciones CEF. Libro en línea. Recuperado: <https://www.marketing-xxi.com/marketing-presente-futuro.html>

MarketingNews (12 de septiembre de 2013) Un spot de Coca-Cola muestra tuits en tiempo real [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.marketingnews.es/internacional/noticia/1076834028505/spot-coca-cola-muestra-tuits-tiempo-real.1.html>

Nuño Patricia (15 de mayo de 2018) Tipos de marketing [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-marketing.html>

Pérez Anna (16 de agosto de 2017). 5 tipos de modelo de negocio ejemplo de éxito [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.obsbusiness.school/blog/5-tipos-de-modelo-de-negocio-ejemplo-de-exito>

Pigneur, Yves y Osterwalder, Alexander (2011). Generación de modelos de negocio. Ediciones DEUSTO. Libro en línea. Recuperado: <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>

Tavera Karen (21 de octubre de 2021). Modelos de negocio digitales: 5 ejemplos y cómo elegir el adecuado [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://mx.godaddy.com/blog/modelos-de-negocio-ejemplos/>

We are social (25 de abril de 2022) Más de 5 millones de personas ya usan internet [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://wearesocial.com/es/blog/2022/04/mas-de-5-mil-millones-de-personas-ya-usan-internet/#:~:text=Usuarios%20de%20redes%20sociales%3A%20actualmente,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20mundial%20total.>

## **LEADERSHIP AND POWER STRATEGIC COMPLEMENTS TO ACHIEVE GOOD ADMINISTRATIVE MANAGEMENT?**

María Victoria Jardim

### **Summary**

The following article will explain how power and leadership can be complementary within the business administration of an organization through the definition and explanation of different concepts starting with: First, the presentation of power and what it implies, as well as its obsolete form. if it is used in a traditional way; second, leadership and its use as a positive influence on company personnel for the development and proper functioning of the internal organization; third, business administration and its importance and, fourth, the definition of administrative strategies, as well as its relationship with the concept of power and leadership. The objective of this article is to verify if a complementary relationship between these two concepts exists and is useful, and how organizations would benefit if they implement it. The methodology of the article is documentary where several articles and books on organizational behavior will be studied that will enrich and complement the information, in order to verify the objective of the investigation.

Keywords: power, leadership, strategies, administration.

## **LIDERAZGO Y PODER ¿COMPLEMENTOS ESTRATEGICOS PARA ALCANZAR UNA BUENA GESTION ADMINISTRATIVA?**

### **Resumen**

El siguiente artículo explicará cómo el poder y el liderazgo pueden ser complementarios dentro de la administración empresarial de una organización mediante la definición y explicación de diferentes conceptos empezando con: Primero, la presentación del poder y lo que implica el mismo, así como su forma obsoleta si es usado de una manera tradicional; segundo, el liderazgo y su utilización como una influencia positiva sobre el personal de la empresa para el desarrollo y buen funcionamiento de la organización interna; tercero, la administración empresarial y su importancia y, cuarto, la definición de estrategias administrativas, así como su relación con el concepto de poder y liderazgo. El objetivo de este artículo es verificar si existe y es útil una relación complementaria entre estos dos conceptos y como se beneficiarían las organizaciones si lo implementan. La metodología del artículo es documental en donde se estudiarán varios artículos y libros de comportamiento organizacional que enriquecerán y complementarán la información, para así verificar el objetivo de lo investigado.

Palabras clave: poder, liderazgo, estrategias, administración.

### **Introducción**

El poder y el liderazgo se han visto como conceptos totalmente distintos en el mundo, mientras que uno se ve de

una manera negativa en su plenitud, la otra se ve como un cambio positivo para toda organización, sin embargo, ¿Puede que estén más relacionadas

que separadas? Por un lado la presentación del poder se ve como un concepto que ejerce tiranía y miedo, en las organizaciones empresariales, se han visto a muchos jefes ejerciendo su autoridad y poder de una manera que influye negativamente en sus trabajadores; por el otro lado, han existido muchos líderes a través de la historia que han unido a las personas para un bien u objetivo común, no solo teniendo como incentivo una recompensa, sino ganándose la lealtad de la gente haciendo que lo sigan fielmente.

Si bien es cierto, que el abuso del poder es lo que le ha dado mala fama a este término, y una visión súper optimista, le ha atribuido muchos beneficios al liderazgo, estos conceptos no están lejos el uno del otro, tienen similitudes, pero también, claras diferencias, sin embargo, ambas pueden usarse para que se ayude y fomente un buen clima organizacional en una empresa.

Es cierto que, las organizaciones tienen muchas funciones y actividades, la administración se encarga de que estas se lleven a cabo de manera eficiente, sin embargo, no solo se encarga de los

recursos, sino del personal y su buen desarrollo en la empresa, esta se lleva a cabo mediante diversas estrategias administrativas, bien definidas, para que los objetivos trazados puedan alcanzarse, sin embargo, existen obstáculos, y uno de los más difíciles de vencer son los que tienen que ver con las personas.

Por lo tanto, las actitudes de los superiores afectan a los empleados y colaboradores, si es así, desarrollar una estrategia administrativa que ayude a que el personal de una empresa sea más eficiente con la ayuda del uso del poder que ejercen los superiores, combinado con la eficiencia que se le atribuye al liderazgo; ahora bien, en la práctica esto parece una tarea difícil, puede que a simple vista se vea fácil, pero es importante que se entienda que es lo que implica ejercer poder y como se puede emplear el liderazgo en una organización de manera eficaz, para que así puedan introducirse en una estrategia que se pueda llevar a cabo en la administración de la empresa. En el presente trabajo se verá en que consiste el liderazgo, poder, la

administración y las bases para el desarrollo de una estrategia que favorezca a la organización.

### **El Poder y sus Fuentes**

Se puede decir que esta palabra tiene una trayectoria muy antigua y ha sido usada por múltiples personas influyentes tanto en el pasado como en el presente por su profundo significado, etimológicamente hablando esta palabra proviene del latín «potēre» y este a su vez de «posse», que significa “ser capaz”, también hace referencia a tener autoridad, buenas facultades y/o habilidades, al usarse de diferentes maneras y referirse a varias situaciones, en este trabajo se referirá al poder en términos de autoridad y el que puede ejercer o influir una persona sobre otras para obtener un objetivo en común.

Además de lo antes descrito, el poder se refiere a un término social, puesto que un individuo, un grupo, un equipo o un país poseen poder en relación con otros y se identifica por las interacciones entre los individuos, según David Easton (1968) refiriéndose al poder, dice que “es una relación en la cual una persona o grupo puede determinar las acciones de otro,

en forma tal que satisfaga los fines del primero”, por lo tanto, no se puede tener poder si no hay a quien ejercerlo, en esto se debe tomar en cuenta el nivel de dependencia que se posee, esta aumenta a medida que el recurso que el individuo controla es significativo, escaso e irremplazable, sin embargo, es fácil usar de una manera poco efectiva este punto y terminan obteniendo resultados negativos o ineficientes.

Por consiguiente, para saber sobre el uso del poder se deben conocer sus fuentes para así entender qué es lo que está implicado en estas. Generalmente se dividen en poder personal y formal, el formal incluye el poder coercitivo que depende del miedo, este no se recomienda ya que sus resultados no son favorables; el de recompensa que implica básicamente que si se obedece te darán algo valioso, tampoco hace que exista un verdadero y honesto compromiso; por último, de poderes formales se encuentra el legítimo, que representa la autoridad formal para controlar y usar los recursos organizacionales.

El Poder Personal se divide en poder referente y poder del experto. El

referente se basa en la identificación con una persona que tiene recursos o características personales deseables, se desarrolla por la admiración de otro y el deseo de ser como esa persona, muchos lo adquieren mediante el carisma, simpatía y efectos emocionales que tienen sobre otros.

Por otra parte, el poder del experto es la influencia ejercida como resultado de la experiencia, aptitudes o conocimiento especiales, ya que, la experiencia se ha vuelto una de las fuentes más poderosas de influencia, pues, muchas personas son capaces de manejar el poder como resultado de su experiencia.

Ahora bien, en una empresa debe haber un interés en los efectos de las diversas fuentes del poder en la motivación de los empleados, cabe destacar, que el resultado más conveniente del ejercicio del poder es el compromiso, que es la entrega entusiasta de energía y talento para satisfacer las solicitudes del líder, en ese caso, el poder referente y del experto son los que tienen más posibilidades de generar compromiso, aunque el poder legítimo y de

recompensa pueden funcionar en ciertas situaciones, lo más razonable y eficaz es llevar a cabo varias tácticas de poder.

Entre las tácticas más eficaces se puede mencionar, la persuasión racional, que consiste en presentar argumentos lógicos y evidencia basada hechos para demostrar que una petición es razonable; la apelación a la inspiración, básicamente es el desarrollo del compromiso emocional con la apelación a valores, necesidades, esperanzas e inspiraciones del objetivo; la consulta, que conlleva a aumentar la motivación y apoyo del objetivo al involucrarlo en la decisión de cómo lograr el plan o cambio; el intercambio, que consta en recompensar al objetivo con beneficios o favores a cambio de seguir una petición. Estas son las tácticas que funcionan con más eficacia al ejercer el poder sobre una persona o un grupo de personas, se pueden combinar, en este caso, se está refiriendo a una influencia hacia abajo, es decir, de manera sencilla, de jefes a subordinados.

Es por eso, que al tener un puesto de trabajo que tenga a su cargo más

personas es necesario usar y acumular poder, sin embargo, por si solo no funcionaria, pues las organizaciones basadas en la anarquía, en modelos divisorios o burocráticos con una relación jefe-subordinado ya no deberían existir, pues no dan los mejores resultados organizacionales y hasta pueden llegar a caer en el abuso del poder. Por lo tanto, estos modelos ya no son factibles, más bien deben ser mezclados con otros conceptos organizacionales como el liderazgo, que, aunque se podría decir, que tienen algunos aspectos parecidos al poder, no son sinónimos ni términos iguales, pero ambos son necesarios en las empresas para crear un buen ambiente organizacional y ejercer una influencia positiva que de buenos resultados, en tal sentido este concepto se definirá más ampliamente.

### **Concepto y Funciones de Liderazgo en las Organizaciones**

La palabra "liderazgo" y "líder" se puede relacionar con diferentes épocas y acontecimientos históricos en donde una o varias personas toman el mando de un grupo, no asciende a este cargo por estatus o linaje, sino porque fue percibido como la persona que

ayudaría a cumplir con objetivos comunes y sólidos que podrían llegar a crear un cambio de circunstancias y, por lo tanto, una mejora en la situación actual.

Ahora bien, concretamente hablando, esta palabra se puede definir como un arte en donde se anima, conduce y, hasta se puede decir, que se comanda a una o más personas para cumplir con un fin; etimológicamente tiene su origen en la palabra inglesa "leader" que significa líder literalmente, más el sufijo "-azgo" que denota a una condición o estado, es decir, que se refiere a una persona que está en condición de líder. Explicándolo mejor, existen muchas definiciones y visiones sobre este concepto, pues su campo de investigación es muy amplio, ya que tiene que ver con aspectos profundos de percepción e influencia colectiva. Por otro lado según John Kotter (1999) "el liderazgo no es más que la actividad o proceso de influenciar a la gente para que se empeñe voluntariamente en el logro de los objetivos del grupo, entendiendo por grupo un sector de la organización con intereses afines", al igual que el poder, este influye en la conducta de las personas, pero no es

tan rígido e impersonal, más bien un buen líder se involucra con sus colaboradores o posibles seguidores en donde estos perciben que la persona catalogada como líder, puede impulsarlos e inspirarlos a alcanzar un objetivo en común para lograr un cambio innovador.

Por consiguiente, en las organizaciones se puede y debe emplear el poder del liderazgo, que no es más que el ejercicio de poder mediante una persona que se refiera como líder en un grupo, no por su cargo sino por la persona en sí misma. Se puede decir, que las organizaciones son fenómenos sociales, en donde existen relaciones que surgen a partir de las interacciones que se suscitan en su interior, es por ello, que las acciones de los empleados tienen que ser guiadas por alguien, en un mundo ideal todos los jefes, superiores o directivos, además de tener el poder y autoridad de su cargo, también desempeñarían el papel de líder y, con diversas acciones planificadas, llevaría al grupo colaborador a la eficiencia en el alcance de objetivos.

Sin embargo, en la realidad no es así, el liderazgo es un concepto que tiene que ver con la psicología, inteligencia emocional, motivaciones, entre otros aspectos que no todos son capaces de desarrollar o emplear efectivamente, ya que, el influir en el crecimiento personal de otra persona, en lo que lo motiva a actuar con compromiso y mucho esfuerzo, no es una tarea sencilla, puede ser que algunas tengan un “don natural” pero si no tiene planificación ni objetivos claros, entonces alguien con maderera de líder no desempeñara bien su papel sino sabe a qué dirección dirigir a quienes lo siguen.

### **Poder y Liderazgo en la Gestión Administrativa**

Los conceptos antes previstos evidencian que el poder y el liderazgo se usan para distintos fines y tienen distintas formas de emplearse, “el poder es el medio mediante el cual el líder consigue la obediencia del seguidor” (Sánchez & Rodríguez, 2009, p.33), pero ¿cómo una persona con poder puede llegar a ser un líder con poder? Se sabe muy bien que la gestión administrativa tiene diferentes etapas, estrategias y formas de

canalizarse y organizarse, lo que es seguro, es que el recurso humano siempre está presente en esta, y debe tratarse de una manera enteramente particular, en donde se estudie el entorno, las actitudes y habilidades de los colaboradores.

En las organizaciones, los gerentes, supervisores, administradores u cualquier personal que esté a cargo y tenga autoridad sobre un grupo de empleados debe ejercer el método de la observación para poder identificar quien tiene esa habilidad de agradar e influir en los demás, para así convertirlo en un “líder integral” que se basa en la propuesta de Ken Wilber, escritor estadounidense, específicamente en su obra Breve historia de todas las cosas y Una teoría de todo. Ahora bien, el liderazgo integral se basa en que una persona está completamente consiente de que puede liderar, se interrelaciona con su entorno y se percata de que capacidad tiene, a que grupo pertenece y de quien depende en la escala organizacional.

Por lo tanto, la persona que es capaz de reconocer su situación y poder moverse en su entorno, usando sus habilidades a su favor, es una gran

herramienta para las organizaciones, pues contribuye al desarrollo del equipo de trabajo y a que funcione con una mejor relación con la empresa, ya que los empleados son parte de una empresa, pero eso no significa que estos se sientan verdaderamente incluidos en la cultura y el sistema que representa a la organización, lo que en un punto, es motivo de que muchas empresas no logren mejores resultados, pues se enfocan en cambiar lo externo y no lo interno que esté relacionado con su personal y su desarrollo humano.

Una relación líder/organización es compleja, pero si es empleados/líder /organización, se vuelve mucho más complicada, ya que se divide en tres personajes, donde quien desempeña el papel de líder es o se considera como el mediador, por otra parte, si los que lideran son las mismas autoridades, sería un poco distinta la situación, pues al no dejar que las líneas jerárquicas se vuelvan largas, sino que se cree un entorno sano de confianza y optimismo, el ambiente organizacional fomentaría la productividad y participación de los empleados, según “Las personas que participan en las decisiones sobre qué

y cómo cambiarán las cosas, no sólo es más probable que apoyen el cambio, sino que por el mero hecho de participar, también cambiarán ellas mismas..." (Boyett & Boyett, 1999: 81), por ello se debe hacer que los trabajadores formen parte de la organización de una manera más profunda, aquí es donde entra la administración con un papel fundamental.

### **La Administración Empresarial**

Un término muy usado y con muchas definiciones, que, de manera general se puede definir como el proceso que busca por medio de la planificación, la organización, dirección, ejecución y el control alcanzar los objetivos de una institución de la manera más eficiente posible. Es destacable decir que surgió prácticamente junto con la humanidad, pues, al empezar las sociedades a trabajar y organizarse, se tenía que administrar los recursos y las personas, pues, es el órgano específico encargado de hacer que los recursos sean productivos, esto es, con la responsabilidad de organizar el desarrollo económico.

Se puede decir que, es una ciencia, una técnica y un arte, además que se relaciona con otras ciencias sociales para complementarse y hacerse más eficaz para así medir los esfuerzos de una institución, empresa u organización, adicionalmente generara información de relevancia para que los recursos sean aprovechados al máximo, lo que reduce costos y permite un crecimiento sostenible; esto lleva a destacar su importancia en muchas áreas.

Si bien es cierto, que los recursos se administran, las personas también entran en sus competencias de organizar y controlar, según Idalberto Chiavenato (2004, pág. 10) "la tarea básica de la administración es hacer las cosas por medio de las personas de manera eficaz y eficiente", esto para favorecer el esfuerzo humano y aumentar la productividad, que es una de las mayores preocupaciones en materia de lo social-económico, ya que afecta directamente el desarrollo continuo.

Además, no solo debe desarrollar un proceso técnicamente definido, si no tener en cuenta aspectos psicológicos,

para entender mejor los roles de las personas y culturas, para así ampliar y mejorar el ambiente organizacional que está lleno de distintos intereses por parte de los individuos que lo conforman, por tanto, la administración tiene un amplio sentido que debe incluir aspectos económicos, sociales y hasta psicológicos con la finalidad de alcanzar metas de manera eficiente, para ello, se implementan diversas estrategias que facilitan el alcance de objetivos y mejoran los resultados.

### **Estrategias Administrativas en una Organización**

El término estrategia se puede definir como un plan, proceso de organización, curso de acción o como un camino que traza sus pasos de una manera definida para alcanzar los objetivos planteados, se puede decir que no existe un solo tipo de estrategia, estas son como muchos pasos que trabajan en conjunto, son cambiantes y adaptables a las situaciones que se presentan, pueden ser creadas por cualquiera, pero no todas son eficaces, pues, se tienen que implementar con los recursos adecuados y en los momentos que sean más favorables,

así es como se obtienen los mejores resultados.

La administración tiene dentro de sus competencias planificar y dirigir, es allí en donde entran las estrategias en este concepto, pues deben desarrollarse de acuerdo a las necesidades de la empresa y estar dispuestas a cambiar según las circunstancias, según Collins C y Porras I. (1996, p. 1) “las compañías verdaderamente grandiosas entienden la diferencia entre lo que nunca debería cambiar y lo que debe estar abierto al cambio”, un ambiente organizacional adecuado se crea en un principio y va evolucionando con el tiempo, no es el mismo desde que inicia.

Ahora bien, la gestión administrativa junto a la toma de decisiones son tareas muy importantes en una empresa u organización, para ello puede utilizarse herramientas que midan el desempeño de las operaciones, sistemas y planes que dirijan las actividades y al personal, sin embargo, el pilar para un buen funcionamiento de operaciones y uso de recursos es un definido y concreto plan estratégico, que no solo trace actividades y objetivos técnicos si no

que se involucre también con el crecimiento motivacional del personal y así fomentar un buen ambiente laboral y eficacia en el trabajo de los mismos. Con lo antes explicado, la administración y el uso de estrategias no va dirigido solamente a recursos y actividades técnicas, si no a personas también, con diferentes intereses y personalidades, aquí es donde entran temas como el liderazgo y la motivación laboral, pero también otros conceptos como el uso de los diferentes tipos de poder que existen. En teoría, una organización tiene puestos de trabajo basados en un sistema jerárquico, los ocupantes de estos puestos ejercen poder de diferente manera, pero, solo ejerciendo poder sobre sus empleados no se alcanzara el mejor nivel de rendimiento, tiene que haber algo más implicado.

Es destacable decir, que las personas son seres emocionales, en donde estas influyen en sus esfuerzos, en su nivel de compromiso y lealtad, no es algo que se pueda despegar de las personas, más bien se debe usar en favor de la productividad de la empresa y, al mismo tiempo, en la satisfacción

de los colaboradores, pues, si un líder es también un jefe, este será capaz de dirigir a sus empleados y de ofrecerles un crecimiento en su vida personal y profesional mediante el desarrollo de estrategias planificadas y bien específicas que faciliten el proceso de que se busque y obtenga un objetivo.

### **Conclusiones**

Con lo que se expresa anteriormente, es importante entender que la influencia que tienen los jefes, supervisores e incluso gerentes sobre los trabajadores en las organizaciones está relacionada con su nivel de desempeño y productividad, así como el compromiso que tienen con la empresa. Por ello, esta influencia que, muchas veces es ejercida por el poder mediante autoridad que aumenta la presión y ocasiona estrés en el personal, no se apoye en temas tradicionales que afecten la relación laboral y, por tanto, el clima organizacional.

Más bien, no se debería tomar el poder y el liderazgo como temas ajenos, sino como elementos complementarios en donde se haga que los superiores se conviertan en líderes y convertir a los

líderes en superiores mediante capacitaciones con objetivos específicos en materia de liderazgo para el manejo de personal y lograr un desempeño óptimo en grupos de trabajo, lo que se busca es una integración de todos los personajes que se encuentran en una organización, no literal, sino en función de los objetivos, del compromiso, de que todos se sientan parte de ese mismo “mundo organizacional”.

Se puede tomar en cuenta que, actualmente el éxito de una empresa no depende solamente de su volumen de ventas o de los clientes, también depende del talento humano que se adentre en la empresa, valorarlo, motivarlo y guiarlo a un desarrollo laboral que, además de proveerle satisfacción al empleado, también puede ser aprovechado por la empresa y, así mismo, multiplicando la eficiencia, eficacia y productividad de la misma. Todo trabajador tiene un papel, al cumplirlo correctamente y no entrar en conflicto con sus superiores, sino más bien, que se encuentre en armonía y en buena comunicación con los mismos hará que las operaciones en la organización fluyan de mejor manera.

Para finalizar, se puede decir que usando una combinación complementaria los aspectos mencionados sobre el poder y liderazgo y, agregándolos a las estrategias empleadas en materia administrativa de la organización, se puede llegar a tener un clima organizacional muy bueno, trabajadores productivos y como resultado una organización exitosa.

### Referencias

- Amoros, Eduardo (2007). Comportamiento Organizacional. En Busca del Desarrollo de Ventajas Competitivas. Ediciones USAT - Escuela de Economía. Libro en Línea. Recuperado: <https://drive.google.com/file/d/1lgDWSfkcc8ALr0P8eNABByCLx4uVG5Bb/view?usp=sharing>
- Robbins, Stephen. Judge, Timothy. (2009). Comportamiento Organizacional. Decimotercera edición. Libro en Línea. Recuperado: [https://drive.google.com/file/d/1lgw\\_eaBimuAEsTOCdAwMk8ieAB7-Wgba/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1lgw_eaBimuAEsTOCdAwMk8ieAB7-Wgba/view?usp=sharing)
- Newstrom, John (2011). Comportamiento Humano en el trabajo. Ediciones Universidad de Minnesota Duluth. Libro en Línea. Recuperado: <https://drive.google.com/file/d/1IIFKOMNzyRmKnnchTpBBFmU6ctI-cwA/view?usp=sharing>
- Contreras, Françoise. Guido, Angello (2013). Liderazgo, Poder y Movilización organizacional. Revista

- Estudios Gerenciales. Artículo en Línea.  
Recuperado:[https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592313700214?ref=pdf\\_download&fr=RR-2&rr=720200a749c48d9c](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592313700214?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=720200a749c48d9c)
- Londoño, I., Botero, J. y Tafur, J. (2017). ¿La administración es ciencia? Revista de investigaciones de la Institución Universitaria EAM. Artículo en Línea. Recuperado:[https://facesvirtual.uc.edu.ve/pluginfile.php/214104/mod\\_resource/content/1/Instrucciones%20para%20los%20autores%20CI%202020.pdf](https://facesvirtual.uc.edu.ve/pluginfile.php/214104/mod_resource/content/1/Instrucciones%20para%20los%20autores%20CI%202020.pdf)
- Monroy, Leonel (2002) Liderazgo y Administración. Cuadernos de Administración. Universidad del Valle. Artículo en Línea. Recuperado:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5006379.pdf>
- Morales, José (2017). El poder en el desarrollo del contexto de nuevas prácticas gerenciales. Revista Estudios Gerenciales y de las Organizaciones. Artículo en Línea. Recuperado:  
<http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/lainet/lainetv5n9/art03.pdf>
- Milocco, Gualberto (2001). Administración y Desarrollo. Hacia una administración latinoamericana. a Revista Académica del Equipo Federal del Trabajo. Artículo en Línea. Recuperado:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4327190.pdf>
- Rodríguez, Andrés (1992). Poder y política en las organizaciones. Artículo en Línea. Recuperado:  
<https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N5-5.pdf>
- Arpa Talks (2020). Empresas, estrategia y redes de poder. Artículo en Línea. Recuperado:  
<https://dobetter.esade.edu/es/liderazgo-poder>

## **BENEFITS OF REMOTE WORK IN ACCOUNTING PROCEDURES IN ORGANIZATIONS**

Alexis López y Erimar Bordones

### **Summary**

The following article aims to identify the benefits that remote work had with the optimization in the accounting processes of organizations, the method responds to a research with a dominant theoretical approach, the most relevant contributions are systematized and the development and benefits for a greater understanding of these benefits, the work consists of three parts: first, define those benefits that remote work offers us in a period from 2019 to 2021 in order to know their development and integration into accounting processes. Second, how automation regardless of geographic origin has improved accounting processes, generating speed and confidence as well as preventing, detecting, and eliminating errors. Third, how remote work or remote work could become a huge advantage for many organizations and its continuity over time. It is possible to conclude that without a doubt that technology can be a great support for companies to achieve more efficiency and be prepared for events that may arise. Keywords: Automation, accounting, efficiency, remote, technology.

## **BENEFICIOS DEL TRABAJO REMOTO EN PROCEDIMIENTOS CONTABLES EN LAS ORGANIZACIONES**

### **Resumen**

El siguiente artículo tiene como objetivo identificar los beneficios que tuvo el trabajo remoto con la optimización en los procesos contables de las organizaciones, la metódica responde a una investigación de enfoque teórico dominante, se sistematizan aportes más relevantes y se analizarán el desarrollo y beneficios para una mayor comprensión de estos beneficios, el trabajo consta de tres partes: primero, definir aquellos beneficios que nos brinda el trabajo remoto en un periodo desde el 2019 al 2021 para así conocer su desarrollo e integración en los procesos contables. Segundo, como la automatización sin importar el origen geográfico ha mejorado los procesos contables, generando celeridad y confianza además de prevención, detección y eliminación de errores. Tercero, como el trabajo a distancia o bien sea trabajo remoto pudo volverse una enorme ventaja para muchas organizaciones y su continuidad en el tiempo. Es posible concluir que sin duda que la tecnología puede ser un gran apoyo para que las empresas logren más eficiencia y estén preparadas para los eventos que puedan surgir.

Palabras clave: Automatización, contabilidad, eficiencia, remoto, tecnología.

## **Introducción**

Desde el año 2020 al 2021 donde se declara oficialmente la pandemia ocasionada por el COVID-19, las organizaciones privadas como las PYMES donde sus actividades presenciales fueron pausadas, sin embargo, las organizaciones encontraron la alternativa para no detener sus actividades y es allí donde se incrementó el trabajo remoto, donde antes la participación en Venezuela era mucho menor en el año 2019 con respecto al 2020.

Una de las áreas laborales afectadas en las organizaciones por motivos del trabajo remoto fue el área contable donde los procesamientos debían de ser únicamente virtuales o por lo menos la mayoría de ellos, como resultado tuvieron que adaptarse a una nueva forma de trabajo, por lo cual genero beneficios, el presente trabajo busca explicar cómo esta forma de trabajar en Venezuela mejoró los procesos contables, lo cambios que tuvieron las organizaciones al incluir el trabajo remoto, igualmente conocer como beneficiaron las organizaciones y sus departamentos.

## **Procesos contables**

Los procesos contables son aquella guía y secuencia que se deben seguir para realizar alguna actividad de la mejor forma posible, las organizaciones privadas establecen este tipo de procesos a seguir en cada departamento para un mejor control de sus actividades en el departamento de contabilidad. Para Catacora (2012), el proceso contable son todas aquellas consecuencias de pasos e instructivos que se utilizan para el registro de las transacciones u operaciones que realiza una empresa en los libros de contabilidad. De igual manera, se define como la operación diaria ordinaria de un sistema particular de cuentas.

Son un conjunto de etapas que realiza el departamento de contabilidad el cual capta, reconoce y registra todas aquellas transacciones y operaciones financieras que realiza las organizaciones. Desde su nacimiento con el patrimonio hasta los aspectos económicos, social y financiero, se encarga también del flujo que se genera de estas transacciones.

Por lo tanto, en estos procesos trabaja todo el equipo contable para que la información financiera pueda ser eficiente, competente y relevante, para ser presentada a la alta gerencia y con ello se puedan tomar decisiones oportunas y pueda existir una mejor fluidez en la organización y la comunicación del equipo de trabajo, adicionalmente las organizaciones cuentan con un manual de procedimientos contables que los ayuda con cada uno de los procesos y normativas de la organización. Según Greco (2007), el manual contable consiste en "normas o instrucciones sobre prácticas, procedimientos y políticas contables en una organización que incluye el plan de cuentas y su descripción y clasificación".

Como objetivos principales de este manual contable es de utilizarlo como guía y herramienta para el personal en los procedimientos, como hay que realizarlos, que pasos a seguir y adicionalmente ayudará en la comprensión del lenguaje de estos procedimientos para que su elaboración sea más eficientes y eficaces de entender y la vinculación que tienen los mismo con el control

interno de la organización, la finalidad del mismo es disminuir la cantidad de errores que puedan surgir en el proceso.

Según Catacora (2012), denomina ciclo contable o proceso contable, al conjunto de registros contables efectuados en los diferentes libros de contabilidad con origen en las operaciones que realiza la empresa y que afectan a su patrimonio en un ejercicio económico. Podemos apreciar los procesos contables como un paso a paso a seguir los cuales son los siguientes:

- Asiento de apertura
- Apertura de los libros mayores
- Registrar las transacciones en el diario.
- Pasar la información del diario general al mayor general.
- Obtener la balanza de comprobación.
- Registrar los asientos de ajuste.
- Obtener la balanza de comprobación ajustada.
- Formularlos estados financieros.
- Hacer los asientos de cierre.
- Obtener la balanza de comprobación después del cierre.

Este proceso o ciclo contable ya mencionado está ligado parcialmente a la tecnología con ello genera que su participación en el trabajo a distancia sea adaptable ya que el contacto entre departamentos, mejora su comunicaciones internas y externas con ayuda de software especializados y programas por computadora que distintas fuentes le suministran para sus respectivas actividades ya sea administración, proveedores, almacén, finanzas, entre otros y con ello trata de reducir el error humano.

Las actividades diarias se cumplen y no se ven afectadas por el trabajo remoto, debido a las diferentes herramientas que el teletrabajo puede aportar, entre ellas serían que la comunicación entre el personal aumenta porque a pesar de estar a distancia el personal mantiene comunicación constante de las nuevas herramientas a utilizar ya que con solo intercomunicación o por correos hay interacciones, algunos procesos que parecían complejos pasan a ser más fáciles de entender ya que pueden configurar los programas para que el proceso cada vez sea más automático, si surgen errores en el intercambio de

información se detectan más rápido y pueden arreglar en un periodo menor de tiempo, se aumenta la productividad, el personal puede pasar más tiempo junto a su familia y los mismo no arriesgan su salud, la organización reduce los accidentes laborales.

### **Trabajo remoto**

El trabajo remoto es aquel trabajo en donde una persona desempeña sus actividades labores físicamente desde su hogar u otro domicilio, utilizando medios como computadoras, teléfonos, tablets, entre otros. Esta modalidad de trabajo puede utilizarse por varios departamentos de una organización siempre y cuando la naturaleza desde mismo lo permita, puede ser utilizada por organizaciones tanto públicas como privadas.

Para Moreno (2012) señala que el trabajo remoto es la prestación de una actividad laboral, la cual se realiza principalmente en el hogar del trabajador o en un lugar público elegido por éste, como alternativa a la modalidad presencial que se realiza en el centro de operaciones.

### **Tipos de teletrabajos**

Se pueden clasificar de varias formas debido a que el teletrabajo puede ser desempeñado de muchas maneras distintas bajo el mismo fin que es la realización del trabajo a distancia, esto aplica según; por los cargos en la entidad y el tipo de actividad que realiza la organización generan diferentes tipos de trabajos, entre ellos podemos encontrar: el trabajo completamente desde casa donde el trabajador pasa su jornada completa en su hogar, el trabajador móvil el cual sus actividades pueden ser realizadas perfectamente desde cualquier lugar que el desee y los telecentros donde el trabajador pasa parte de su jornada en un sede utilizando equipo de la empresa para realizar sus actividades.

De igual forma Maurizio (2021) menciona que Esta modalidad [el teletrabajo] se origina de la combinación de dos componentes: en primer lugar, el trabajo se realiza en una ubicación alternativa al lugar de trabajo predeterminado y, en segundo lugar, se requiere el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), tales como una computadora o un teléfono.

Esta manera trabajar generan beneficios tanto desde el punto de la empresa como del trabajador debido que el mismo sin importar de que no se encuentre en el país aun así puede realizar sus actividades a distancia, tener acceso a la base de datos de la organización, se pueden realizar reuniones virtuales lo cual facilita la toma de decisiones en tiempo real, por otro lado la organización en si genera beneficios como que el personal está sin falta en las actividades laborales lo que permite más horas invertidas en el trabajo, mejora el clima laboral ya que mejora la comunicación y se vuelve más clara y más directa, el empleado mejora su autonomía ya que administra y organiza su tiempo, se ahorra de infraestructura ya que no se requiere el personal en oficina, generando un ahorro en gastos de luz, transporte, agua, entre otros.

Los procesos contables adoptaron los beneficios remotos a su favor, dando la capacidad de la información este actualizada para que la gerencia tome de decisiones inmediatas, que al no verse en la necesidad de desplazarse por firmas se ahorra tiempo, de que algunos soportes para sus registros

puedan ser enviados por correos sin necesidad de largas esperas de soportes físicos, que la comunicación de los mismos trabajadores mejora. Ya en el caso donde aquellas empresas que tuvieron que regresar al trabajo presencial, siguen aprovechando estos

beneficios, ya que podían unir lo presencial con lo remoto, mejorando así los procedimientos y generar continuidad en el tiempo ya que son medidas que facilitan la información financiera y su veracidad.



Gráfico 1: (Experiencia del trabajo remoto forzado debido a la pandemia). Fuente: <https://imgmas.com>, capturado el 21 de mayo del 2020.

Según Méndez (2021) establece que El Estado venezolano debe garantizar una infraestructura tecnológica, logística y jurídica que facilite el desarrollo de las actividades productivas con énfasis en el teletrabajo, para ello es necesario el fortalecimiento y actualización en materia de telecomunicaciones para llevar a las funciones básicas del teletrabajo.

Sin embargo en Venezuela puede que existan algunas desventajas con respecto al trabajo remoto ya que este tipo de trabajo tiende a no ser muy aplicado en las empresas debido a que, al no ser una modalidad completamente desarrollada o no ser para cualquier tipo de organización, pueden existir desconocimientos, el personal tiene que contar con un buen internet en su hogar, un medio de trabajo adecuado a las necesidades, esto genera que existan algunas dificultades que conlleven que el trabajo fluya correctamente; adicionalmente se maneja el decreto N° 4.160, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, con fecha de 13 de marzo de 2020, ha sido uno de los

documentos legales que han definido la aceleración de la práctica del teletrabajo, este documento se decreta el Estado de Alarma en todo el Territorio Nacional.

Aun así muchas organizaciones lograron aprovechar los beneficios ya mencionados y lo llevaron a sus actividades diarias con el fin de optimizar sus procesos e innovarlos, ya que cada vez que involucramos más y más la tecnología el proceso se vuelve cada vez más rápido y eficiente y sobre todo los errores humanos son escasos, Venezuela a pesar de sus dificultades aprovecho esta modalidad y adaptarla a sus organizaciones las cuales para el año 2021 ya se manejan tanto de forma presencial como virtual y aun no hay leyes que regulen este tiempo de trabajo podemos encontrar que en Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT) expresa que se debe proteger a los trabajadores de manera general, tanto a los que trabajan para una empresa como a aquellos que prestan sus servicios por cuenta propia, adicionando que también parte de las bases legales del teletrabajo en Venezuela, la Constitución Nacional, la Ley sobre

Protección a la Privacidad de las Comunicaciones, la Ley de Mensaje de Datos y Firmas Electrónicas y la Ley Especial contra Delitos Informáticos.

Cada organización puede ir a un ritmo diferente y se debe a muchos factores ya que el trabajo remoto llegó para continuar siendo presente en cada uno de los departamentos de las organizaciones e innovando los procesos contables y ayudándolos a desarrollarse cada día más y que el manejo de las tecnologías son fundamentales para permanecer en el mundo laboral tanto para las organizaciones como para los trabajadores.

### **Metodología**

El presente artículo se basa en una investigación con un enfoque de teórico dominante donde según Hernández (2003) indica que este modelo, el estudio se desarrolla bajo la perspectiva de alguno de los dos enfoques el cual prevalece, y la investigación mantiene un componente de otro enfoque.

Este enfoque permite la herramienta de las encuestas a una población con el fin de analizar sus resultados y con ellos

generar ideas más amplias de cómo se vive la virtualidad en el 2021 a diferencia del año 2019 donde aún la existencia de la una pandemia ocasionada por el COVID-19 no estaba presente.

Para objeto de estudios se decidió realizar una pequeña encuesta de no más de 5 preguntas claves sobre el trabajo remoto a una población de Licenciados en Contaduría Pública comprendidos entre 23-31 años cuyas actividades laborales pasaron a trabajar a distancia y en donde el enfoque principal fue conocer los beneficios que atrajo a su trabajo el uso del trabajo remoto. Parte de las preguntas fueron: ¿Considera que el trabajo remoto era la única opción disponible en tiempos de pandemia?, ¿considera usted que la organización puede continuar con algunos beneficios del trabajo remoto en los procesos contables para eficiencia de los mismos?. Se obtuvieron los siguientes resultados en donde gran parte de los encuestados mencionaron de sentirse cómodos con el trabajo desde sus hogares, ya que la mayoría de las informaciones necesarias las

tenían mucho más rápido que antes, lograron comunicaciones con otros departamentos de forma inmediata, la organización le facilitó las herramientas para sus labores, los procesos se realizaban mucho más rápidos y con menos errores y la gran mayoría se sentía cómodos trabajando desde de su hogar. Ya en términos generales se estable que a pesar de que el trabajo remoto no es para cualquier tipo de trabajador u organización es la vista al futuro y los nuevos modelos laborales.

### **Conclusión**

Considerando que ya el trabajo remoto era utilizado en algunas organizaciones, la pandemia del covid-19 intensificó su uso, junto con eso muchas organizaciones conocieron todos aquellos beneficios que incluso podrían permanecer vigentes a lo largo del tiempo y sacarle provechos que pueden ser beneficiosos tanto para la organización como para los empleados, ya se mencionaron muchos, desde el punto de vista del trabajador como el de la organización, esta era digital estaba tomando más importancia con la llegada de nuevas tecnologías y programas especializados que acortan el tiempo

de espera, en donde la tecnología tendrían cada vez roles importantes y significativos en las organizaciones y en sus procesos cotidianos.

Venezuela a pesar de tener algunas desventajas debido a que este campo es novedoso y poco manejado, ha sabido aprovecharlo considerablemente, generando en sus organizaciones mucha madurez a lo que se refiere con respecto al trabajo remoto, y generando así muchos factores positivos a las organizaciones, donde la reducción de los costos es una de las más importantes y la continuidad de los procesos diarios.

Los procesos contables los cuales han existido desde hace muchos años y se han visto envueltos en una evolución continua, el uso de la tecnología ha sido uno de los impactos más grandes que han tenido, en donde sus procesos pueden ser llevado de la mano por personas junto con la tecnología, ya las empresas podrán tomar decisiones mucho más rápido, incluso generar una equidad mayor de trabajo junto con la ayuda de este, los procesos se adaptan a la era en donde la distancia no será un impedimento. Dicha investigación busca la finalidad de mencionar

aquellos beneficios que quedan de permanencia en el tiempo debido al uso del trabajo remoto y como los mismos buscaron el objetivo continuar con la productividad de la organización en plena pandemia de covid-19 y sin duda junto con ella que estos procesos se realizaran de una mejor manera y mínimos errores.

### Referencias

- Catacora, f. (2019) el proceso contable según las normas internacionales de información financiera [artículo en línea] revisado: 18-07-2019 fuente: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0101554/cap02.pdf>
- Gaceta oficial de la república bolivariana de venezuela. (2020). Decreto n° 4.160, mediante el cual se decreta el estado de alarma en todo el territorio nacional. Fuente: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/en194367.pdf>
- Greco, o. (2017) los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización [artículo en línea] aprobado: junio de 2017 fuente: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s2218-36202017000300038](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2218-36202017000300038)
- Maurizio r, (2021) desafíos y oportunidades del teletrabajo en américa latina y el caribe [documento en línea] fuente: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_811301.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_811301.pdf)
- Méndez, b (2021) panorama actual del teletrabajo en venezuela y guía ilustrada de pausas activas [documento en línea] fuente: <http://www.conatel.gob.ve/wp-content/uploads/2021/06/panorama-actual-del-teletrabajo-en-venezuela-investigadora-bethy-mendez.pdf>
- Moreno, m (2020) el trabajo remoto y el desempeño laboral en el marco del covid-19 [artículo en línea] aprobado: setiembre, 2020 fuente: <https://revistas.upc.edu.pe/index.php/rgm/article/download/1489/1194/>
- Hernandez, s. (2003), el proceso de investigación y los enfoques cuantitativo y cualitativo: hacia un modelo integral [documento en línea] fuente: chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcglcl efindmkaj/http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/hernandez-sampieri-cap-1.pdf

## **RESPONSIBILITY OF THE PUBLIC ACCOUNTANT BEFORE THE VENEZUELAN SOCIETY AND JUSTICE**

Luis Henríquez, María Lugo y Darío Martínez

### **Summary**

The Work below has as objectives; First, to highlight the fundamental role of the public accountant before the Venezuelan society, recognizing his professional ethical responsibilities. Second, make known what; The public accounting profession recognizes the socio, political and cultural factors that surround it and therefore recognizes its commitment to safeguard welfare and justice. The central theme of the investigation is related to the responsibility as subjection of the public accountant to the principles and norms that regulate his profession, as well as to the professional ethical performance when stamping his opinion on the audit opinion and/or preparing financial documentation. . The applied methodology responds to a qualitative design, following the bases of the holistic approach, until reaching the level of analysis, the type of research is documentary. Social responsibility is emphasized as a validator of public faith on the figures and their importance for society to maintain a healthy economy. By virtue of this, it is concluded that when the public accountant decides to start his professional activity, he implicitly accepts the responsibilities inherent to the activity or position that he is going to carry out; it also plays an important role as a control and transparency mechanism.

Keywords: Accountant, Responsibility, Society, Venezuelan

## **RESPONSABILIDAD DEL CONTADOR PÚBLICO ANTE LA SOCIEDAD Y JUSTICIA VENEZOLANA**

### **Resumen**

El Trabajo a continuación tiene como objetivos; Primero, despuntar el rol fundamental del contador público ante la sociedad venezolana, reconociendo sus responsabilidades éticas profesionales. Segundo, dar a conocer qué; la profesión de la contaduría pública reconoce los factores socio, políticos y culturales que le rodean y por tanto reconoce su compromiso de salvaguardar el bienestar y la justicia. El tema central de la investigación está relacionado a la responsabilidad como sujeción del contador público a los principios y normas que regulan su profesión, así como a la actuación ética profesional al momento de estampar su opinión en los dictámenes de auditoría y/ó elaborar documentación financiera. La metodología aplicada responde a un diseño cualitativo, siguiendo las bases del enfoque holístico, hasta llegar al nivel del análisis, el tipo de investigación es documental. Se enfatiza la responsabilidad social como validador de fe pública sobre las cifras y su importancia para que la sociedad mantenga una economía saludable. En virtud de esto se concluye que el contador público cuando decide iniciar su actividad profesional, acepta implícitamente las responsabilidades inherentes a la actividad o cargo que va a desempeñar; además ejerce un rol importante como mecanismo de control y transparencia.

Palabras claves: Contador, Responsabilidad, Sociedad, venezolana

## **Introducción**

Los espacios de discusión hacia los continuos cambios económicos, políticos, sociales toman en nuestra sociedad una importancia relativa, dado que son el reflejo necesario del cuestionamiento idealizado hacia el desarrollo de una arquitectura para la reproducción y consolidación de las diferentes acciones, que nos proporcionarían fundamentos y bases suficiente para maniobrar en el proceso de la globalización en el sistema económico del siglo XXI

Para esto se hace necesario traer, mostrar y exponer la responsabilidad de los contadores públicos, resaltando la importancia de estos en el acontecer nacional y global, demostrado a través de los lineamientos que rigen su propio oficio por medio de leyes, reglamentos, códigos, normas competentes, los cuales de manera sincronizada trabajan para pulir y ofrecer un mejor profesional. La contaduría pública es una profesión que añade valor a las organizaciones, al fortalecimiento de la economía, su campo de aplicación es vasto ya que su formación es multidisciplinaria, dándole al contador

público idoneidad para desempeñarse como gerente, administrador, asesor, auditor, y demás cargos dentro de cualquier entidad; tiene la capacidad de ser referente de la fe pública convirtiéndolo en un estandarte de la rectitud.

Respecto a la ética general en cuanto a la profesión se entiende como, los deberes y derechos de los profesionales, donde los códigos de ética sirven de guía para la actuación moral incorporándose a los distintos ámbitos de trabajo, con la plena intención de trabajar con integridad moral, ejerciendo sus labores de la manera más idónea y no ser objeto de acusaciones por mala praxis o por falta de honestidad.

Centrando la mirada en Venezuela. Desde hace ya un gran tiempo el ciudadano, está expuesto a una serie de factores que debilitan la calidad de vida, lo que podría llevar a algunos profesionales al experimentar el dilema, entre aceptar propuestas impuestas, las cuales entran en conflicto con los principios éticos, o no prestar el servicio y tomar la decisión de mantener la ética. Para guiarse a

través de este mar de decisiones al que está expuesto es necesario la existencia del código de ética el cual constituye un mecanismo necesario para normar la conducta de los profesionales en el ejercicio de su función, igualmente sancionar los actos deshonestos a la moral, a la ética y a los intereses del gremio al cual pertenece.

#### Responsabilidad del Contador

El profesional de la contaduría pública, al igual que los practicantes de otras profesiones tales como la abogacía, la ingeniería y la medicina, sólo por mencionar algunas, debe ser responsable por el ejercicio de la actividad para el cual está capacitado, responsabilidad que podría tener consecuencias de acuerdo con la mala praxis por negligencia o dolo en el ejercicio de su profesión.

Así mismo el contador público de acuerdo con sus conocimientos profesionales y en libre derecho de ejercer la profesión puede actuar bajo relación de dependencia en una entidad o simplemente de manera independiente ejerciendo actividades de auditoría, la independencia es la base principal sobre la cual se soporta

la profesión de contaduría pública, lo cual debe significar que el auditor externo es neutral respecto a la empresa que lo contrata, y como consecuencia de ello, objetivo. El mundo de los negocios, tal cual como se conoce hoy en día, sería imposible sin la participación activa de los contadores públicos a través de la emisión de dictámenes de auditoría, labor que descansa y se basa en la independencia en el desempeño de sus labores.

Al respecto el artículo 7 del Reglamento de la Ley del Ejercicio de la Contaduría Pública dispone: “Por actividad profesional del Contador Público se entiende tanto el ejercicio independiente de la profesión, como los servicios prestados bajo una relación de dependencia.” Este trabajo hace mención sobre el ejercicio liberal de la contaduría pública, debiéndose señalar en este sentido que la Ley del Ejercicio de la Contaduría le da preeminencia al desempeño profesional independiente, quedando ello patente en la descripción enunciativa de los servicios por los cuales podrá ser requerido un contador público. En el artículo 7 de la precitada ley se indica un conjunto de actividades

que pueden prestar los contadores públicos, haciendo énfasis en las labores de auditoría o examen de información financiera de manera independiente, es decir, la auditoría externa. En ese sentido, el público en general podrá confiar y depositar su fe en la función de auditoría externa, siempre y cuando reconozca al contador público como un profesional imparcial.

En adición a lo anterior, el contador al elaborar el dictamen de auditoría establece si los estados financieros presentan razonablemente, en todos sus aspectos sustanciales, la situación financiera de una entidad, los resultados de sus operaciones y el movimiento de su efectivo de conformidad con principios de contabilidad de aceptación general, expresándose solamente cuando el auditor se ha formado una opinión sobre la base del trabajo realizado de acuerdo con normas de auditoría de aceptación general. La actuación del contador independiente al emitir un dictamen, le da fe pública, le añade credibilidad, a los estados financieros que examina, confianza sin la cual

sería muy difícil, por no decir imposible, establecer relaciones comerciales sólidas en el mundo de los negocios tan complejo.

Dentro de este marco el contador público actúa apegado a las Normas Internacionales de Auditoría (NIA), que son las guías fundamentales para el ejercicio independiente de la profesión de la contaduría pública, dentro de la codificación del tramo comprendido entre las secciones 200 a 299 relativo a los principios y las responsabilidades generales de la auditoría, enmarca diferentes pronunciamientos, relacionados todos con los preceptos y las obligaciones fundamentales de la función inherente a un contador público en el ejercicio liberal de su carrera. Este aparte relacionado con los principios y responsabilidades contiene un conjunto de NIAs, de las cuales interesa resaltar cuatro de ellas, a saber: NIA –

200, 210, 240 y 250. En ellas está contenido los objetivos principales y generales, Términos de los trabajos, responsabilidad de considerar un fraude, consideración de leyes y reglamentos en una auditoría.

Las relaciones empresariales viables deben sustentarse en el manejo de información fidedigna, entre ellas la información financiera. La cual de ser elaborada por la gerencia y transmitida a entes externos de la organización sin haber sido previamente auditada por contadores públicos independientes, dejaría una brecha de credibilidad significativa. Una auditoría aumenta la confianza de los usuarios cuando los estados financieros no contienen errores significativos, porque el auditor es un experto independiente y por ende, es conocedor de la entidad.

La NIA 200 (2009), establece estándares y brinda orientación sobre la finalidad y principios generales que guían la auditoría de estados financieros.

Esta norma contempla, puntos tales como la conducción de un dictamen de estados financieros según normas internacionales de auditoría, así como pautas sobre el alcance que debe abarcar un trabajo de esta naturaleza. Igualmente trata aspectos relacionados con el escepticismo profesional que debe asumir un contador público, debiéndose tener muy presente que su trabajo será una herramienta

importante por parte de terceros a la hora de tomar decisiones económicas y financieras, entendiendo que las limitaciones inherentes de una auditoría no proporciona garantía absoluta, sino una seguridad razonable sobre la adecuada presentación y revelación de la información de los estados financieros que se examinan. El contador público independiente recaba y evalúa evidencia de auditoría para obtener seguridad razonable sobre si los estados financieros dan un punto de vista fehaciente y razonable o están presentados razonablemente, respecto de todo lo significativo, de acuerdo con el marco de referencia de información financiera aplicable.

El concepto de seguridad razonable acepta que hay un riesgo de que la opinión de auditoría no sea apropiada, siendo inevitable que siempre exista algún grado de riesgo de auditoría en todo trabajo de esta naturaleza que se realice, buscando reducir el mismo mediante la obtención de evidencia comprobatoria suficiente y competente que respalde las aserciones de las cifras de los estados financieros. El riesgo de que el auditor exprese una opinión de auditoría inapropiada,

cuando los estados financieros están presentados erróneamente, en una forma de importancia relativa, se conoce como "riesgo de auditoría". Los contadores públicos independientes opinan sobre la razonabilidad de las cifras de los estados financieros y no sobre la exactitud de las mismas, por lo que intentar que se corrija hasta el último error que se detecte, independientemente de que este sea por una cantidad insignificante, en lugar de ayudar a que la labor del auditor externo se haga apropiadamente, lo que hará será entorpecer el trabajo de auditoría, el cual no consiste en rehacer la contabilidad.

En efecto, la NIA 700 (2009), que versa sobre el dictamen del auditor independiente sobre estados financieros, en su informe estándar hace mención precisa sobre las responsabilidades de los contadores públicos y de la gerencia de la compañía que es auditada.

En el primer párrafo del dictamen se identifican los estados financieros bajo examen, fecha y período cubierto, también se hace referencia a las políticas contables y notas explicativas,

estableciéndose las responsabilidades de las partes involucradas en el segundo y tercer párrafo. El segundo párrafo establece que la administración es responsable de la preparación y presentación de los estados financieros de acuerdo con el marco de referencia de información financiera aplicable, indicándose en el tercer párrafo del dictamen que la responsabilidad de los contadores públicos es expresar una opinión sobre los mismos con base a la auditoría practicada por ellos, efectuándose dicho trabajo de acuerdo con las normas internacionales de auditoría.

Independientemente de que se trate de una auditoría inicial o de una recurrente, antes de la firma de una carta de compromiso, deben evaluarse las condiciones previas para una auditoría. Para determinar si están presentes las precondiciones para el desarrollo de un trabajo, el contador público deberá precisar si es aceptable el marco de referencia de información financiera que se aplicará en la elaboración de los estados financieros que se auditarán, así como hacer entender a la administración de la

empresa que ésta es la responsable de la preparación de dichos estados financieros y del funcionamiento del control interno instaurado en la organización. Debe dejarse claro asimismo, que la gerencia suministrará al auditor toda la información importante para la preparación de los estados financieros, tales como registros, documentación y otros asuntos.

En síntesis, la carta compromiso no es más que un contrato entre las partes, figura legal definida según el artículo 1.133 del código civil de Venezuela (1982) como: "(...) una convención entre dos o más personas para constituir, reglar, modificar, transmitir o extinguir entre ellas un vínculo jurídico".

#### Detección de Fraudes

Las representaciones erróneas en los estados financieros pueden ser consecuencia de error o fraude, indicando la NIA 240 (2009), que la distinción principal entre estos dos términos es si la acción subyacente que produce como consecuencia la representación incorrecta de los estados financieros es intencional o no. Sobre la detección de los fraudes expone Grisanti Belandria (2009), que

existe la mala creencia entre la gente en general no vinculada con la esfera de la contaduría pública o de profesiones afines, que una auditoría tiene como finalidad principal la detección de fraudes o desfalcos, creencia esta por lo demás errada. Al respecto debe señalarse que una auditoría se planifica y realiza con una actitud de escepticismo profesional, donde debe evaluarse el riesgo de incorrección significativa y, en base a ello, se plantea la auditoría para proporcionar una seguridad razonable para detectar errores o fraudes importantes.

La responsabilidad primordial por la prevención y detección de fraudes, así como en la minimización de la ocurrencia de errores en una empresa, recae en los encargados de la administración y gobernanza de la misma, siendo por su parte el compromiso del auditor en relación con los fraudes o errores en los estados financieros, obtener una seguridad razonable de que éstos estén libres de errores significativos.

De acuerdo a lo anterior y según a lo contemplado en la NIA - 240, son tres los objetivos principales respecto a las

responsabilidades del auditor con relación al fraude en una auditoría de estados financieros, a saber: 1) identificar y evaluar los riesgos de importancia relativa relacionados a fraudes; 2) obtener evidencia comprobatoria de auditoría suficiente y competente respecto a los riesgos valorados de errores importantes debido a fraude, y 3) responder de manera adecuada al fraude identificado o a sospechas de la existencia de éste. Al efectuar una auditoría de estados financieros, el contador público debe tener en consideración el marco legal y reglamentario de la empresa a la cual examinará. Si bien un auditor externo no tiene que ser un experto en leyes, si debe poseer los suficientes conocimientos de diversa índole legal en tópicos laborales, tributarios, mercantiles u otras ramas jurídicas, que de un modo u otro pudiesen afectar de manera importante la adecuada presentación y revelación de las cifras en los estados financieros.

La NIA 250 (2009), versa sobre la responsabilidad del contador público al considerar las leyes y regulaciones cuando efectúa un trabajo de auditoría

de estados financieros. El auditor externo no es responsable de prevenir la inobservancia de disposiciones legales y reglamentarias, pero si debe estar atento del incumplimiento de las leyes y reglamentos que pueden resultar en multas, litigios u otras consecuencias para la entidad que pueda tener un efecto material sobre los estados financieros que examina.

En el caso de Venezuela, las regulaciones jurídicas relacionadas con el ámbito empresarial son muchas y de muy diversa naturaleza, pues van desde aspectos relacionados con diferentes tópicos de la seguridad social de los trabajadores, así como de tributos fiscales y parafiscales, que complican en buen grado el desenvolvimiento normal de los negocios de una empresa en el país. Además de los tributos nacionales por concepto de impuesto sobre la renta e impuesto al valor agregado, cuya competencia está a cargo del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), existe todo un abanico de contribuciones parafiscales con las cuales deben cumplir las empresas, como serían los

regulados por la Ley del Seguro Social Obligatorio, la Ley del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES), Ley del Régimen Prestacional de Viviendas, Ley Orgánica de Ciencia y Tecnología, Ley del Deporte, Ley Orgánica de Drogas, entre otras.

En síntesis, el incumplimiento de las leyes y reglamentos podría generar multas, litigios u otras consecuencias para la entidad que puede ocasionar un efecto material sobre los estados financieros. Si el contador público independiente llega a la conclusión de que el incumplimiento tiene un efecto importante en los estados financieros y ello no se ha reflejado adecuadamente en las notas revelatorias, el auditor deberá expresar una opinión calificada o una opinión adversa sobre los mismos.

### **Responsabilidad Civil**

Todo quehacer humano se halla subordinado al dominio del orden jurídico, ello como manera de amparo de derechos ciudadanos y por principios de justicia y de seguridad, debiéndose señalar lo que a ese respecto indica el artículo 1.185 del código civil de Venezuela (1982): “El que con intención, o por negligencia o

por imprudencia, ha causado un daño a otro, está obligado a repararlo.” De acuerdo a lo anterior puede sostenerse que la responsabilidad civil se origina cuando un individuo practica alguna actividad que genera cierto daño a un tercero, siendo dicha responsabilidad civil el resultado esencial del incumplimiento de las obligaciones.

La responsabilidad civil por mala praxis, ya bien sea por dolo o negligencia, tiene como sanción el resarcimiento económico del afectado. En este sentido Porteles (1986, p. 92) precisa lo siguiente:

La responsabilidad civil tiene un contenido eminentemente patrimonial, ya que siempre está referida a la persecución del resarcimiento o indemnización del daño causado, y ello se logra mediante la prestación a cargo del agente del daño, la cual puede estar representada con la entrega de una suma de dinero, o de cosa de otra especie.

### **La Ética del Contador Público**

La ética profesional del contador público se centra fundamentalmente en el bien. En virtud de esto se puede señalar que el buen profesional se caracteriza por ser competente en

aquello en que radica su profesión, y para ello debe conocer los códigos deontológicos que la regulan. Entre los códigos que regulan esta actividad está el deontológico en primer lugar, enuncian los deberes para cada profesión; y en segundo lugar, exponen la competencia profesional con su respectiva responsabilidad.

Este mismo orden de ideas Zapata (2000) expone que, "el que es competente, tiene que ser responsable y no debe responder o debe responder de su nivel de capacitación profesional, y tiene la obligación de hacer bien aquello que le compete" (p.347). Por tanto, según este autor competencia y responsabilidad constituye el primer núcleo temático de los códigos deontológicos profesionales.

También, otro núcleo que trata de regular los códigos de ética profesional son las relaciones entre los profesionales, tales como: la necesidad de pertenecer al colegio como requisitos para poder ejercer la profesión, cómo se adquiere la condición de colegiado y supuesto bajo los cuales se pierde esta condición, y los deberes de solidaridad para con los

colegas y el gremio. En este contexto, para que el contador público ejerza su profesión de manera competente e impecable, es necesario que posea valores éticos, y tenga conocimientos.

Es evidente, resultante de lo anterior que se establece los principios fundamentales de código de ética para regular el ejercicio profesional para contadores públicos y da un marco de referencia conceptual como guía de aplicación de dichos principios, contemplados desde la sección 100 hasta la 150, la cual versa en su contenido las definiciones en el marco de referencia conceptual lineamientos sobre los principios fundamentales de ética como lo son: integridad, objetividad, independencia, competencia y cuidado profesional, confidencialidad y secreto profesional. Se requiere que los contadores públicos apliquen este marco de referencia conceptual a efecto de identificar las amenazas al cumplimiento de los principios fundamentales, para evaluar su importancia y, si dichas amenazas no son claramente insignificantes, aplicar salvaguardas y eliminarlas o reducirlas

a un nivel aceptable, de modo que no se comprometa el cumplimiento de los principios fundamentales.

### **Responsabilidad disciplinaria de la contaduría pública en Venezuela**

En este orden de ideas, que se viene presentado en la investigación es acertado mencionar brevemente la existencia de las normas disciplinarias por la cual el contador público debe regirse. La Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (FCCPV) aprobó en su momento el Reglamento de Infracciones, Sanciones y Medidas Disciplinarias, la cual a su vez cuenta con las Publicaciones Legales y Reglamentarias (PLR).

Al respecto el Reglamento de la Ley de Ejercicio de la Contaduría Pública en su; Sección II de la Federación, hace mención sobre la elección del tribunal disciplinario, quienes podrán formar parte, como deberá estar compuesta, sus atribuciones, su regiménto y sus objetivos. Además en su capítulo V del ejercicio ilegal de la profesión, dicta en sus artículos “61, 62, 63” Quienes ejercen ilegalmente la profesión de Contador Público y cuáles son las

pruebas fehacientes que deberán considerarse.

En adición a lo anterior queda reforzado en el instrumento PLR-3 que estipula las infracciones y sanciones en su capítulo V y VI del mismo. Y en el PLR-16 en su capítulo II, III, IV que establece las infracciones gravísimas, graves y leves respectivamente.

Ignorar algunas normas no excusa su omisión al cumplir un compromiso profesional, razón por la cual, el contador público que por desconocimiento de la ley no cumpla con la normativa que regula su actividad profesional, está incurriendo en una infracción objeto de ser sancionada por el tribunal disciplinario. La sanción disciplinaria, será gradual según la gravedad o levedad de la falta, y de las consecuencias de esta.

### **Algunos Casos de Fraude y Firmas Contable involucradas**

Ya habiéndose fundamentado teóricamente los aspectos ético, legales del contador público en el presente trabajo se hace relevante destacar dos puntos importantes antes de entrar de lleno a los casos ilícitos donde lamentablemente algunos profesionales se han visto involucrados

en la historia. Como primer punto hay que mencionar que a pesar de la existencia, de una serie de lineamientos del actuar profesional; primeramente y como se hace mención anteriormente en la investigación, el contador emite opiniones sobre la razonabilidad de las cifras, el cual se apoya a través de la evidencia obtenida y la experticia del investigador profesional, en efecto existen brechas de riesgo y de allí nace o parte la razonabilidad de la opinión. Segundo que la profesión es ejecutada por una persona, en este sentido Pinilla Bedoya, J. & Álvarez Arroyave (2013), expone: "El hombre, como ser social, está determinado e influenciado por distintos factores, tales como la política, la economía, la ideología, la cultura, el grupo en el que se desenvuelve y la presión que este ejerce, entre muchos más" (p.133). En otras palabras el profesional se encuentra expuesto a diversos factores y por tanto puede verse afectado por las condiciones que le rodean, en consecuencia afectar la toma de decisiones.

De modo que resulta apropiado en la presente investigación abordar

brevemente el delicado y complejo tópico del comportamiento ético en las organizaciones empresariales, tema el cual ha estado y está presente en el ámbito de los negocios. Las empresas, es bien sabido que tienen entre sus principales motivaciones lucrar como consecuencia de las actividades que desarrollan, no obstante durante esta búsqueda no puede ser aplicable aquel dicho "el fin justifica los medios". En relación, es importante recordar que la profesión contable ha recibido duros golpes y críticas en los últimos años, gracias a una serie de acciones por personas que han actuado de forma inmoral a través de procesos como los enmascaramientos contables, donde se han visto involucrados desafortunadamente algunos profesionales de la contaduría pública. Para ejemplificar el párrafo anterior están los grandes escándalos financiero "Enron y WorldCom" en la cual se vio involucrada quien para entonces fue una de las firmas contable más importantes a nivel global "Arthur Andersen". Enron, fue una empresa distribuidora de energía la cual llegó a ser una de las entidades más

capitalizada de Norte América, ocultó durante años perdidos millonarias hasta que se fue a la quiebra. Entonces Arthur Andersen, quienes auditaban la empresa fueron acusados de obstaculizar el proceso de justicia al destruir y manipular los documentos que reflejaban las irregularidades de la organización.

Mientras que WorldCom otro icono de la corrupción americana, fue una de las compañías más importantes del sector de telecomunicaciones declarándose en quiebra en Julio 2002. La empresa “disfrazo” gastos como inversiones de capital con un valor de 3,800 millones de dólares y de esta forma permitieron ocultar gastos, inflar su flujo de efectivo, y registrar ganancias de forma artificial. Al respecto expone Grisanti Blandria (2014), “A diferencia de Enron, no cimentó su engaño en complicadas y enrevesadas operaciones financieras, sino que su proceder se basó en la contabilización inadecuada de transacciones aparentemente sencillas de detectar” (p. 115)

Es importante destacar que los escándalos financieros de esta magnitud no solo son posibles gracias

a los deslices en la preparación de los estados financieros, sino también abarcan otros actores y figuras políticas importantes como el caso Enron. Este fenómeno de corrupción no es nuevo y cada vez, cobra mayor relevancia.

A través de los datos obtenidos podemos inferir que la corrupción es un tema que afecta no solo a una determinada delimitación geográfica si no que se encuentra al asecho a la espera de quien la adopte como mecanismo para obtener beneficios, de manera indebida, en efecto esto no puede llevarse a cabo sin agentes que se preste a tal acto ilícito. En Venezuela no es un tópico nuevo y tal vez fue motivo en el pasado de principales causas para generar cambios políticos en el país los cuales aún están en desarrollo. Y es por ello que este artículo cobra aún más importancia ya que uno de los valedores de información financiera es el contador público, quien lejos de tomar los duros golpes de casos anti éticos de forma negativa, debe, lo ha tomado y ha de seguir tomando esto como motivo para el fortalecimiento de la formación además de servir de experiencia bien sea documental para prevenir y estar

alerta ante cualquier ambiente que predisponga actos indebidos.

#### Metodología

En cuanto al tipo de investigación desarrollada para la redacción de este artículo se utilizó el método científico cualitativo. Se suelen determinar o considerar técnicas cualitativas todas aquellas distintas al experimento. En este caso particular se utilizó como técnica de recolección de datos, la revisión documental para luego ser analizada e interpretada por los investigadores, es decir es de tipo cualitativo. Al respecto los autores Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa “estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. (p.25)

De acuerdo con los niveles de complejidad de los objetivos de este artículo, el presente estudio, invita a conocer y comprender al contador público como un individuo que posee un rol relevante y profundamente significativo en una sociedad, partiendo del conocimiento obtenido de su

formación, su convicción hasta sus retos en el presente.

Es una investigación documental dado a que el proceso de indagación se desarrolla mediante la revisión y análisis de contenido de documentos claves sobre la responsabilidad del contador público, normas y textos.

#### Conclusiones

En virtud de todo lo antes mencionado, debemos comprender que la ética y los negocios están vinculados entre sí en el ámbito de las organizaciones empresariales, por tanto si esta relación no se cumple debidamente por procederes éticos inadecuados traerá consigo consecuencias que repercutirán de forma negativa en diferentes actores. Es por ello que el contador público, como profesional responsable, debe poseer un grupo principios y reglas de conducta anexos a la actividad contable, para aplicarlos en la ayuda y mejoramiento oportuno de la calidad de vida. Es pertinente mencionar que la ética del profesional de la contaduría pública incrementa el desarrollo de la economía, de las naciones y los individuos, debido a la confiabilidad de la información

financiera, lo que constituye una labor de gran importancia en el desenvolvimiento de la sociedad.

La finalidad de este trabajo logra abarcar desde la responsabilidad pertinente al que hacer profesional y resalta hasta los casos que han de colocar en alerta a cualquier institución o entidad de buena voluntad, se reconoce la delicadeza del tópico así mismo como el rol importante, especialmente en quienes garantizan transparencia como los contadores públicos; al funcionar como ejemplares veedores de la transparencia y los cuales no deben tomar las acciones negativas del pasado de otra forma que no sea la del aprendizaje y la mejora para enfrentar de forma eficaz y eficiente la verdadera esencia del contador público, que son los principios de la beneficencia, la antonomasia y la justicia.

### Referencias

- Grisanti Belandria, A. (2009). Lecciones de Auditoría III. Caracas - Venezuela: Vadell Hermanos Editores.
- Grisanti Belandria, A. (2014). Los negocios y la ética empresarial en el estado Carabobo-Venezuela. .Observatorio Laboral Revista Venezolana, Vol (7) N° 13.
- Porteles, O. (1986). Principios Generales de la Responsabilidad Civil: Congreso Nacional sobre Responsabilidad del Contador Público (pp. 87 - 108). Barquisimeto: Instituto de Estudios Jurídicos del Estado Lara / Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado.
- Zapata (2000) El Valor de la Ética para Alcanzar la Excelencia en la Gerencia Universitaria.
- Blasco, J & Pérez, J. (2007). Metodología de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: Ampliando horizontes. Editorial Club Universitario. España.
- Pinilla Bedoya, J. & Álvarez Arroyave (2013). Del contador público y la ética profesional: un dilema inmerso en un ambiente saturado de conflictos morales. Contaduría, (P. 133)
- Ley de Ejercicio de la Contaduría Pública. (1973). Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 30.216, septiembre 27, 1973.
- Reglamento de la Ley del Ejercicio de la Contaduría Pública. (Decreto No. 735). (1975, Febrero 4). Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 30.617, febrero 6, 1975.
- Federación Internacional de Contadores (IFAC). (2009). Norma Internacional de Auditoría 200. Objetivo y principios generales que gobiernan una auditoría de estados financieros.
- Federación Internacional de Contadores (IFAC). (2009). Norma Internacional de Auditoría 210. Términos de los trabajos de auditoría.
- Federación Internacional de Contadores (IFAC). (2009). Norma Internacional de Auditoría 240. Responsabilidad del auditor de

- considerar el fraude en una auditoría de estados financieros.
- Federación Internacional de Contadores (IFAC). (2009). Norma Internacional de Auditoría 250. Consideración de leyes y reglamentos en una auditoría de estados financieros.
- Federación Internacional de Contadores (IFAC). (2009). Norma Internacional de Auditoría 700. Consideración de leyes y reglamentos en una auditoría de estados financieros.
- Código Civil de Venezuela (1982). Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 2.990 (Extraordinario), julio 26, 1982.
- Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (1996). Código de Ética Profesional del Contador Público. PLR - 3. Caracas: Publicaciones Legales y Reglamentarias.
- Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (2013). Código de Ética para Regular el Ejercicio Profesional del Contador Público. PLR - 16 Caracas: Publicaciones Legales y Reglamentarias.

## **EVOLUTION OF ELECTRONIC COMMERCE IN THE SALES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED COMPANIES IN VENEZUELA**

Florimar Heredia y Jessika Montero

### **Summary**

The Covid-19 pandemic has been the main cause of generating setbacks in the economic sphere, especially in the business sector. The main objective of the following article is to analyze the evolution of electronic commerce in the sales of small and medium-sized Venezuelan companies, and how it has had a positive impact on the economy in the years 2020-2022, since the pandemic has been a catalyst to accelerate the growth of e-commerce. This research is a qualitative study that allows us to see in detail the development of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Venezuela. It includes a brief overview and some reasons that explain why companies began to sell remotely, and the reasons that led them to market their products on web pages and social networks. In said investigation, conclusions are reflected that show that thanks to the great technological advances, electronic commerce was positioned as an alternative for the exchange and simplification of the buying and selling processes for the economic agents that participate in the market, this instrument guarantees an availability 24 hours a day, as a fundamental tool in business performance, forming an important part of the internet world, which knows no borders and is transforming the world. **KEY WORDS:** Electronic commerce, commercialize, digitization, SMEs.

## **EVOLUCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS VENTAS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS VENEZOLANAS**

### **Resumen**

La pandemia por Covid-19 ha sido la principal causante de generar retroceso en el ámbito económico, en especial en el sector empresarial. El objetivo principal del siguiente artículo consiste en analizar la evolución del comercio electrónico en las ventas de las pequeñas y medianas empresas venezolanas, y como ha incidido de manera positiva en la economía de los años 2020-2022, ya que la pandemia ha sido un catalizador para acelerar el crecimiento del comercio electrónico. La presente investigación es un estudio de tipo cualitativo que permite ver en detalle el desarrollo, de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), en Venezuela. Se incluye un breve panorama y algunas razones que explican porque las empresas comenzaron a vender a distancia, y los motivos que las llevaron a comercializar sus productos en páginas web y redes sociales. En dicha investigación se reflejan conclusiones que demuestran que gracias a los grandes avances tecnológicos, el comercio electrónico se posiciono como alternativa para el intercambio y simplificación de los procesos de compra y venta para los agentes económicos que participan en el mercado, este instrumento garantiza una disponibilidad las 24 horas del día, como herramienta fundamental en el desempeño empresarial, formando parte importante en el mundo del internet, el cual no conoce fronteras y está transformando al mundo. **Palabras clave:** Comercio electrónico, comercializar, digitalización, PYMES.

## **Introducción**

El contexto de la evolución de los mercados y los avances tecnológicos, le ha permitido a las pequeñas y medianas empresas (Pymes), que vayan adoptando otras iniciativas en su gestión empresarial, alrededor de estrategias que involucran diferentes herramientas como las redes sociales, páginas web, aplicaciones móviles, entre otros; para promover el mercado y la buena relación con sus clientes. Hoy en día no podemos ignorar la presencia de internet en nuestras actividades diarias, y por ende el comercio electrónico, juega un papel fundamental en las actividades comerciales de las empresas.

Las organizaciones en sus diferentes procesos de evolución e innovación encontraron en el internet, una herramienta para interactuar con sus clientes, además de impulsar sus posibilidades de venta, buscando así generar nuevas oportunidades de negocio y oportunidades de mercado. Sin embargo, el principal problema que han tenido es como cambiar de un mundo tradicional en el que se han

venido desempeñando a un mundo virtual lleno de posibilidades. Es por ello, que necesita adoptar nuevas estrategias e iniciativas para seguir en el mercado.

Este crecimiento, debido a la pandemia aceleró notablemente el uso de las plataformas digitales para las compras, y ventas de bienes y servicios. Venezuela viene dando pasos en dirección de alcanzar niveles óptimos de innovación y actualización de tecnologías adaptadas a los requerimientos y estándares internacionales, que les permiten a las personas naturales y jurídicas, conectarse con el mundo de posibilidades brindadas por herramientas, que facilitan el intercambio de bienes y servicios. Sin duda las grandes tecnologías han revolucionado la forma de comercializar, intercambiar y simplificar métodos para el avance y el necesario flujo del comercio local e internacional.

### **Pymes y comercio electrónico**

Las pymes son entidades independientes, con alta predominancia en el mercado de

comercio. Para la Legislación Venezolana específicamente en el decreto N° 6215 con Rango Valor y Fuerza de ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social, específicamente en su artículo 5: establece que una organización que posea de 1 a 10 trabajadores es una microempresa, cuando supera los 10 hasta los 50 es una pequeña y cuando supera los 51 hasta los 250 trabajadores es una mediana empresa. También, es definida por Lavarone (2012: 10) como: “se consideran pequeñas empresas aquellas que tienen menos de 20 trabajadores y medianas las que tienen entre 20 y 500 empleados”.

Es este sentido, las pymes son agentes económicos muy importantes en el desarrollo y la economía de un país, están llamadas a constituirse en un verdadero envión productivo, sobre las premisas de una economía moderna, y competitiva, siendo la base del desarrollo social, tanto produciendo, demandando, y comprando productos o añadiendo valor agregado, que sean capaz de generar productos que puedan acceder a los mercados

internacionales y generar las divisas que garanticen el desarrollo nacional.

Cabe destacar, que la invención de las compras online data de 1979 y fue obra de Michael Aldrich, inventor y emprendedor inglés al permitir el procesamiento de transacciones en línea entre consumidores y empresas o entre una empresa y otra, que más tarde se conocería como e-commerce, actividad económica, que se sirve de medios digitales, para permitir el intercambio de bienes o servicios. Estos medios son páginas web, aplicaciones móviles o redes sociales. A través de la web los usuarios tienen acceso, las 24 horas y los 365 días, a los catálogos y toda la información de los artículos.

Ahora bien, en cuanto a la definición del comercio electrónico, Martín (2018) señala que:

El comercio electrónico o e-commerce, consiste en la compra y venta de información, productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como internet y otras redes informáticas, es decir, empleando las tecnologías de la información y la comunicación que permiten que no sea

necesario el contacto físico entre comprador y vendedor para realizar dichos trámites, (p.131).

Por consiguiente, el fin esencial del e-commerce es implementar en el proceso de comercialización, el uso de las redes electrónicas, ejecutadas a través del internet para así lograr llegar a varios espacios geográficos del mundo, forjando nuevas formas de comercio e interacción económica entre una gran cantidad de vendedores y compradores de bienes y servicios. En este sentido, hay distintos tipos de comercio electrónico. La clasificación se realiza, de acuerdo a la posibilidad de interacción existente entre las diferentes formas de comercio electrónico.

En tal sentido, una de las clasificaciones consiste en analizar la naturaleza de los participantes en la transacción de comercio electrónico, haciendo mención de las tres principales categorías de comercio electrónico son: B2C o business to consumer la cual consiste en la comercialización digital entre empresas y compradores finales, B2B o business

to business donde el proceso comercial es realizado entre organizaciones y C2C o consumer to consumer que implica la comercialización en la web entre compradores finales sin intermediarios.

La mayoría de las transacciones de comercio electrónico se llevaban a cabo mediante el uso de una computadora personal conectada a internet a través de redes fijas, pero han surgido alternativas móviles inalámbricas, tales como los teléfonos inteligentes y las pequeñas computadoras tipo tableta, que utilizan redes Wi-Fi inalámbricas. El uso de dispositivos inalámbricos portátiles para comprar productos y servicios desde cualquier ubicación se denomina comercio móvil o comercio-m. Se pueden llevar a cabo transacciones de comercio electrónico tanto de negocio a negocio como de negocio a consumidor mediante el uso de tecnología de comercio-m.

El avance progresivo, en el uso del comercio electrónico, como base fundamental del crecimiento de las Pymes en la economía a nivel global, nos permite algunas ventajas según

Ruiz (2012). Tales como: la distribución del bien o servicio puede ser mejorada, reducción de costos en las transacciones, fácil acceso a la información, mejorar las relaciones entre empresas y clientes, mejorar la comunicación comercial, ventas las 24 horas al día y posibilidad de ofertar más productos.

La comercialización electrónica permite la mejora constante, tanto de negocios como de todas las personas a nivel mundial. Un ejemplo de ello lo encontramos de manera detallada en el informe anual presentado por Amazon; una corporación estadounidense de comercio electrónico y servicio de computación en la nube quien presento en el año 2021, informe sobre el impacto del comercio electrónico en las pymes españolas, quienes solo en ese año vendieron más de 90 millones de productos por medio de sus servicios, un 50% más respecto de las unidades vendidas el año anterior. El informe indica que solo en el año 2021 las pymes españolas exportaron productos a clientes en todo el mundo, alcanzando más de 850 millones de euros en ventas, un 30% más que el año 2020.

Es así, como el comercio electrónico sigue creciendo a nivel mundial, gracias a la aparición de nuevas tecnologías y herramientas (internet, smartphones, tarjetas de crédito), la cual han sido y son aprovechadas por las personas para vender y ofrecer sus bienes y servicios de manera diversa dentro de una escala global, permitiendo a las compañías ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, y así trabajar de una manera más cercana con sus proveedores y estar más al alcance de las necesidades y expectativas de sus clientes.

### **Comercio electrónico en las ventas de las pymes venezolanas**

El 11 de marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara la pandemia covid-19, lo que trajo como consecuencia que los países decidieran tomar medidas de restricciones para evitar la propagación de la misma, a su vez hizo que la forma de vida de las personas cambiara. Dicha pandemia ha sido un evento inesperado en todo el mundo y ha traído consigo un desafío al sistema socioeconómico y para las empresas.

En este aspecto, la emergencia mundial por Covid-19 ha generado nuevas expectativas que ha conllevado alteraciones en varios aspectos para la humanidad, una de estas alteraciones con mayor impacto que se ha podido observar es la manera en que se hacen negocios, en el contexto actual, estar conectado y avanzar hacia la digitalización es de vital importancia en el ámbito empresarial para poder seguir activas y en un constante crecimiento.

Para dimensionar lo planteado en el desarrollo de este trabajo, podemos analizar, una de las plataformas más importantes de comercio electrónico en Venezuela, quien desde sus inicios y principalmente en estos últimos años, se ha convertido en un espacio pionero, donde se puede intercambiar de manera segura, rápida, eficiente, la compra y venta de productos de cualquier tipo, uso o características.

En este caso, hablamos de mercado libre Venezuela, una plataforma líder de comercio electrónico, que tiene extensión en América Latina, donde millones de compradores y vendedores, se encuentran para realizar transacciones con una amplia

gama de productos y servicios a precio fijo, el éxito de este instrumento, se centra en la implementación y desarrollo de un ecosistema de soluciones, orientadas a democratizar el comercio y multiplicar oportunidades. Esta plataforma ofrece entre sus servicios, mercado de pago, mercado de envíos, mercado de créditos, mercado shops, publicidad ADS, vehículos, inmuebles y servicios, entre otras unidades de negocio.

La evolución del comercio electrónico en medio de la pandemia, se evidencia cuando revisamos los números oficiales, presentados en los informes de esta herramienta en los últimos años. En Venezuela, la empresa ganó notoriedad a partir del confinamiento, y actualmente alberga 254.000 vendedores, que, según datos ofrecidos por la misma empresa, en el año 2020 se comercializaron más de 2 millones de ítems, con 661000 compradores, según lo planteado en su informe anual el sitio recibió más de 58 millones de visitas mensuales en promedio.

Por otro lado, mediante el estudio realizado por la Comisión Económica

para América Latina y el Caribe (CEPAL) declara que, el covid-19 ha generado crisis de corto y largo plazo en el área socioeconómica y social que tiene que resolver cada país a nivel mundial, en América Latina y el Caribe la economía decrece en -9.1% en el año 2020. Frente a tal escenario, los dueños de todo tipo de empresas han tenido que explorar, analizar e incursionar en nuevas maneras de comercializar sus productos o servicios, que les permita adecuarse al nuevo contexto mundial.

Con la llegada de la pandemia, varias empresas tuvieron que cerrar sus puertas dejando un impacto negativo en la economía de varios países, así como otras empresas se vieron en la obligación de crear nuevas actividades comerciales para su supervivencia en el mercado, de tal manera que, buscaron nuevas formas de innovación para llegar a una relación con el cliente. El e-commerce tiene importancia en la vida de todas las personas, ya que diariamente realizamos operaciones y compras electrónicas. Para todos los usuarios representa una mayor comodidad al poder realizar transacciones o compras sin tener que

trasladarse físicamente a cualquier lugar y momento, ahorrando tiempo, energía y dinero, es aquí donde el comercio electrónico se ha convertido en la principal estrategia de mercado dentro de las organizaciones.

La tecnología digital surge como la herramienta más oportuna en esta época de crisis, ya que realizar las actividades de ventas en línea no es una opción, porque pasó a ser una prioridad para que las economías en desarrollo obtengan mayores beneficios, debido a que anteriormente los negocios estaban camino a la digitalización, pero a raíz de la pandemia se ha obligado a potenciar todos los esquemas de comunicación virtuales y acelerar dichos procesos para así poder permitir la interacción entre empresas y sus clientes.

En Venezuela, a lo largo de los años se ha utilizado el mercado tradicional y las diversas formas de comercializar productos y servicios en el mercado interno y externo, es importante mencionar que, la presencia de la pandemia, covid-19, ha acelerado el uso del comercio electrónico, debido a que los hábitos de consumo han cambiado radicalmente, para así cubrir

las necesidades básicas del ser humano, dando como prioridad los servicios de entrega, tiendas online y todo lo que tiene que ver con el mundo virtual, haciendo que las empresas implementen nuevos mecanismos concebidos por la constante innovación y creatividad de los individuos de la sociedad.

En este orden de ideas, se produjo un conjunto de transformaciones, tales como la digitalización en las actividades comerciales, dando como resultado, el aumento de sus márgenes en cada venta, lo que ha conllevado a construir relaciones directas con sus clientes. A su vez, esto permitió desarrollar nuevas estrategias de marketing en el ofrecimiento de bienes y servicios, lo que abre mayores posibilidades de lo que el cliente desea, generando una línea de comunicación directa con ellos. Por supuesto que esto no es algo completamente nuevo, pero, durante el período de Covid-19 se aceleró rápidamente.

Además, el mercado digital es utilizado dentro de los procesos de comercio nacional e internacional, empleando diferentes estrategias que han creado

nuevos modelos de negocios, teniendo un mayor alcance con el cliente. Toda aquella empresa que desean mantenerse activa, en crecimiento y dentro del mercado, no puede estar fuera de esta nueva modalidad de comercialización, ya que de ello dependerá el éxito o fracaso de la misma. Por lo tanto, es prioritario y necesario de que la plataforma digital utilizada sea intuitiva, atractiva y de fácil manejo, dentro de esta modalidad de comercio se destacan, páginas web, mercado libre, Facebook, Instagram y app móviles.

El alcance del comercio electrónico crece, en especial en la economía de servicios de las redes sociales, porque juegan un rol fundamental el surgimiento de negocios digitales. Es por ello, que los comercios que no estaban autorizados a abrir sus puertas durante el esquema de cuarentena por la pandemia, protagonizaron el vuelco al mundo virtual. El mercado digital está evolucionando constantemente y gracias a eso, las empresas han creado sus tiendas online para vender y comercializar sus productos y servicios

de manera directa o indirecta a los usuarios.

Es así, como el comercio electrónico en Venezuela se ha convertido en una herramienta positiva para los comerciantes porque a través de la misma, se ha generado crecimiento en sus ventas, durante la pandemia y la post pandemia., en donde han podido manejar sus canales de negocios, tanto B2B como B2C, debido a que se ven en la necesidad de establecer la actividad comercial electrónica para salvaguardar su permanencia en el tiempo. Adicionalmente para dar a conocer a las empresas, marcas y productos, ya que uno de los elementos que transformó la actividad comercial fue la incorporación de medios electrónico, permitiendo a las empresas ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, facilitando la cercanía con los proveedores y por lo tanto estar al pendiente de las necesidades y expectativas de sus clientes.

En efecto, los canales de venta constituyen medios para que los productos y servicios se publiquen, es decir, la plataforma determinada que facilita el primer medio de

comunicación con posibles consumidores de acuerdo al tipo de negocio ofrecido. Los canales de venta son más que un catálogo para los clientes, y se debe diseñar de la mejor manera para atraer a futuros compradores. Por lo tanto, resulta fundamental contar con canales de venta adecuados.

Debido a esto, la dinámica del mercado ha llevado a las empresas a enfocarse en hacer uso de las tecnologías para vender bienes y servicios, lo que conlleva a la innovación en lo referente a ventas con la finalidad de maximizar rentabilidad, por lo que; los canales de venta son una buena opción y son vías donde se ofrece a los clientes todos los productos, donde, el proceso empieza desde la empresa con el catálogo innovador hasta que el producto llega a sus manos

### **Pymes venezolanas que realizan comercio electrónico**

De acuerdo a la Cámara Venezolana de Comercio Electrónico, CAVECOM, sólo en 2020 el comercio electrónico se triplicó, aumentando cerca de 2.000%, es decir, aumentó 20 veces su actividad en tiempos de pandemia. A pesar de las condiciones adversas, el

mercado venezolano sigue siendo terreno de oportunidades para quien sepa armar una buena propuesta de servicio para su público. Es por ello,

que les presentamos algunas de las Pymes que realizan comercio electrónico:

EMPRESA	DESCRIPCIÓN
LUNASHOP C.A	Empresa situada en el centro comercial free market, Naguanagua Edo Carabobo, cuenta con 2 años de apertura, ofrece todo lo relacionado a la comercialización de prendas de vestir, calzado y accesorios para damas.
TIENDA GIX, C.A	Es una empresa dinámica, cuya sede principal se encuentra en Mañongo, Naguanagua Edo Carabobo, ofrece venta de línea, equipos de computación, electrodomésticos, accesorios para el hogar, ofreciendo productos de reconocidas marcas, como, Samsung, Sony, Electrolux, LG.
POL TIENDAS, C.A	Es una empresa, ubicada en Valencia Edo Carabobo, ofrece venta de teléfonos inteligentes Apple y Android, muebles, y productos para el hogar.

Tabla 1. Pymes Venezolanas que realizan comercio electrónico.  
Fuente: Heredia, F y Montero J. (2022)

Estas son algunas de las Pymes Venezolanas, que durante la dinámica económica y a raíz de la pandemia, comenzaron a ejercer comercio electrónico, encontrando en el mismo, una herramienta eficiente para la expansión de su mercado, productividad e innovación. Por lo tanto, implementar nuevos canales de distribución es necesario si la empresa quiere incrementar su poder de ventas.

### Conclusión

La pandemia ha generado cambios, tanto en el hábito de compras realizadas por los consumidores, como en las ventas de las empresas, ya que

la actividad comercial representa uno de los elementos esenciales en el desarrollo económico de cualquier país. En donde, las empresas deben estar inmersas de esta nueva modalidad y digitalización, puesto que, por este medio podrán obtener mayores ganancias.

Las ventas electrónicas han generado mucha importancia, debido a las restricciones y medidas de prevención, a causa de la pandemia Covid-19. Más de la mitad de los ingresos de muchas empresas provienen de ventas electrónicas a través de sus páginas web o redes sociales. Donde el

comercio electrónico ha sido el gran triunfador en estos años de pandemia y post pandemia, también se ha convertido en la opción preferida por muchos clientes. Todo parece indicar que esta herramienta terminará siendo la forma más habitual de comercio en la mayoría de los países y regiones del mundo.

Las empresas deben ser innovadoras, conscientes de que el comercio electrónico es, sin duda de gran ayuda para su crecimiento, por ende deben invertir en contenidos digitales tales como; páginas web, catálogos virtuales, que promuevan sus ventas. Lo que implica que deben mantenerse a la vanguardia de la tecnología y los cambios que se generan en el mercado. En efecto el comercio electrónico, constituye hoy en día, la estrategia de negocio de mayor uso en el ámbito socioeconómico.

En resumen, las pymes en Venezuela, utilizan el comercio electrónico, para sus actividades de ventas a distancia, aprovechando las grandes ventajas que proporcionan las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como también la ampliación de la oferta, la interactividad

y la inmediatez que permiten a los clientes encontrar lo que requieren. Esta herramienta es de gran utilidad para las pequeñas y medianas empresas, ya que por medio de su base de datos pueden acordar transacciones, elaborar pedidos, contratar proveedores, entre otros, garantizando reducción de costos y mayor eficiencia en los procesos de venta.

### Referencias

Lavarone, Paula (2012). Costos por órdenes de producción: su aplicación a la industria panificadora. [Trabajo de investigación en línea] Disponible en: [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/5230/iavaronitabajodeinvestigacion.pdf&ved=2ahUKEwil77azsrL2AhWbQzABHZkLDWQQFnoECAMQAQ&usg=AOvVaw30LFRwfGvnRCPQaCdxBK9v](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5230/iavaronitabajodeinvestigacion.pdf&ved=2ahUKEwil77azsrL2AhWbQzABHZkLDWQQFnoECAMQAQ&usg=AOvVaw30LFRwfGvnRCPQaCdxBK9v)

Martín. (2018). El comercio electrónico o e-commerce. [Documento en línea] Disponible en: <https://www.emprendedorinteligente.com/que-es-el-comercio-electronico/>

Ruiz. (2012). Ventajas del Comercio electrónico. [Documento en línea] Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/28-el-comercio-electronico.pdf>

## **INTERNAL CONTROL OF INVENTORIES FOR THE OPTIMIZATION OF PRODUCTIVE RESOURCES IN SMEs**

Luís Ramos y María Villamediana

### **Summary**

The search for the best option will always be the objective of every organization, internal control emerges as that tool that is capable of impacting its operation, results and permanence. From an adequate management and administration of the processes, it is possible to achieve effective results for all areas of the company, in accordance with the internal control elements that allow optimal development materialized in the short and long term. Regarding inventories, it is important to provide all the necessary regulations that allow security, compliance and maximization of resources in a productive period. The purpose of this article is to analyze the internal control of inventories for the optimization of production resources in SMEs. The methodology used is based on a documentary design and a descriptive level, using the search and interpretation of the information carried out by third parties, according to the topic that is developed. It is possible to conclude that an adequate management in the internal control of inventories allows a greater scope in the planning, administration and systematization processes, to strengthen, protect and promote the production resources of SMEs.

Keywords: Internal control, internal control of inventories, inventories, optimization of production resources.

## **CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS DE PRODUCCIÓN EN LAS PYMES**

### **Resumen**

La búsqueda de la mejor opción siempre será el objetivo de toda organización, el control interno surge como esa herramienta que es capaz de impactar en la operatividad, resultados y permanencia de la misma. A partir de una adecuada gestión y administración de los procesos es posible lograr resultados de efectividad para todas las áreas la empresa, en concordancia con los elementos de control interno que permitan un desarrollo óptimo materializado en un corto y largo plazo. En lo que respecta a los inventarios es importante brindar todas las regulaciones necesarias que permitan seguridad, cumplimiento y maximización de los recursos en un periodo productivo. El presente artículo tiene como finalidad analizar el control interno de inventarios para la optimización de los recursos de producción en las Pymes. La metodología empleada se basa en un diseño documental y un nivel descriptivo, utilizando la búsqueda e interpretación de la información realizada por terceros, de acuerdo al tema que se desarrolla. Es posible concluir que, un manejo adecuado en el control interno de inventarios permite un mayor alcance en los procesos de planeación, administración y sistematización, para afianzar, proteger y

promover los recursos de producción de las pymes. Palabras clave: Control interno, control interno de inventarios, inventarios, optimización de recursos de producción.

## **Introducción**

Durante el desarrollo de las primeras civilizaciones el almacenamiento de bienes de primera necesidad, era imprescindible como medida preventiva en los momentos de dificultades. Es así como nace el manejo de inventarios, que para ese entonces permitió el aseguramiento, protección, sobrevivencia y desarrollo de las actividades cotidianas de la sociedad. Con el tiempo esta forma ha ido evolucionando, consecuencia del crecimiento de la economía, derivándose numerosas técnicas, métodos y prácticas para su correcto manejo y administración. El inventario pasa a ser uno de los activos más valioso para la empresa, requiriendo entonces de sistemas más completos que permitan un mayor control y vigilancia. El control interno juega un papel importante, pues el mismo es capaz de integrarse en las actividades de la organización, con la finalidad de brindar confiabilidad y eficiencia en una determinada área de trabajo.

A partir del control interno es posible el alcance de las metas pautadas en un

corto, mediano y largo plazo, el establecimiento de controles mediante políticas, procesos y funciones que, permitirán un mayor seguimiento con el fin de, minimizar los errores, utilizar adecuadamente los recursos y de esta manera lograr la rentabilidad de la empresa. En lo referente a los inventarios, establecer la economía, rotación y distribución del producto en sus tres niveles básicos, materiales, productos en proceso y productos terminados, lo cual determinará los resultados de la organización de forma razonable y permitirá el establecimiento de medidas para mejorar o mantenerse en el tiempo.

Asimismo, la importancia de este tema se debe a que las organizaciones aseguren el resguardo y registro real de los inventarios en los sistemas de estas empresas para poder determinar irregularidades que se pudiesen presentar en el área donde se almacenan los productos a comercializar, del mismo modo, garantizar el cumplimiento de las leyes y procedimientos aplicables con una supervisión constante del personal que

labora en esta área. Por lo tanto, el enfoque de esta investigación estará destinado al análisis del control interno de inventarios con el propósito de optimizar los recursos de las pymes, y así estos sean utilizados en forma eficiente para, prevenir pérdidas, excesos o desabastecimiento de estos activos. Por otro lado, el estudio metodológico se enmarcó en una investigación documental; la cual estará presentada a través del contenido, conclusiones y finalmente las referencias del material utilizado para el estudio.

### **Control interno**

Es el proceso que implementa el conjunto de normas diseñadas bajo un esquema minucioso que revisa cada ámbito en una empresa, como político, organizacional, financiero, estratégico, social, entre otros. Se ejecuta en cada nivel de la estructura empresarial, es decir que todos los miembros deben participar en su cumplimiento. De esta manera se logra que las estrategias, objetivos operacionales y financieros trazados por la organización se materialicen en el plazo establecido.

En consecuencia, Chacón (2002), señala que el control interno “comprende los procedimientos coordinados de manera coherente a las necesidades del negocio, para proteger y resguardar sus activos, verificar su exactitud y confiabilidad de los datos contables, así como también llevar la eficiencia, productividad y custodia en las operaciones” (p.1), haciendo uso de un conjunto de normas y herramientas que faciliten el control interno de una empresa, las organizaciones obtendrán la flexibilidad necesaria que se requiera para actuar ante cualquier suceso que aparezca y garantizar un grado de seguridad razonable para la consolidación de los objetivos.

En el mismo orden de ideas, la definición de control interno según Alcívar, Andrade, Luna y Salazar (2019), señalan que son:

Medios para garantizar que los procesos se lleven a cabo adecuadamente, acotados dentro de ciertos límites. Son mecanismos, vías y caminos metódicos, rigurosos, que disminuyen las posibilidades de fraude y distorsión de la información financiera al fomentar su entrega regular, continua y oportuna para las distintas cadenas de decisión

gerencial existentes en una empresa (p.22).

Se pretende, que el control interno se perfila como uno de los procesos que se ejecute como acción gerencial, porque permite diagnosticar errores y presentar alternativas para prevenir o brindar solución a diversas áreas de una empresa, estableciendo restricciones para que esta serie de pasos se cumplan a cabalidad. Es por ello, que constituye un proceso y una estrategia para que las empresas estén en constante transformación y se amolden a los diversos cambios del entorno, a través de una normativa dinámica pero eficaz en las áreas donde lo amerite.

La evaluación del desempeño del control interno a nivel organizacional se encuentra amparada en un marco regulatorio a nivel internacional definido como el marco integrado de control interno (COSO), el mismo es una instancia que se encarga de normar todo lo referente a esta temática. De acuerdo al marco, el control interno se compone de; un ambiente de control que se refiere a valores, políticas, prácticas y compromiso. Evaluación de riesgos, un

proceso regular que permite identificar las amenazas y gestionar de la mejor forma. Actividades de control, son los procedimientos que contribuyen a mitigar los riesgos. Información y comunicación, son los métodos y uso de registro de información a través de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y por último la supervisión y seguimiento que implica controlar y vigilar el cumplimiento de todos los puntos del control interno. (Estupiñan, 2011).

El control interno, incentiva la implementación de sus componentes y objetivos en los procesos de planificación estratégica en las empresas, estimulando la coordinación y buena utilización de los recursos dentro de toda la estructura. Establece, todas las herramientas para mejorar y lograr la excelencia en el uso de los bienes y servicios que se utilizan para producir otros bienes, con la finalidad de obtener un buen rendimiento que genere utilidad y crecimiento a la organización.

### **Inventario**

Está constituido como uno de los activos más importante de la organización, el inventario estará

definido de acuerdo a la actividad económica que posea la misma ya sea manufacturera, comercial o de servicio. Es por ello que según el tipo de empresas, el inventario se conforma de materia prima, productos terminados y prestación de servicios respectivamente. El mismo, representa una inversión importante en bienes realizada por la empresa que finalmente se ve materializada en ganancias o pérdidas dentro de un corto, mediano o largo plazo.

De tal manera, Fernández (2017) define los inventarios como “un listado ordenado y valorado de productos de la empresa. El inventario, por tanto ayuda a la empresa al aprovisionamiento de sus almacenes y bienes ayudando al proceso comercial o productivo” (p.3), mantener un nivel adecuado en existencias determinara los resultados operativos de la misma y permitirá tomar decisiones al respecto, en cuanto a las medidas de control que conduzcan a la optimización de los recursos y de esta manera evitar costos adicionales en el proceso.

Por consiguiente, la definición de inventarios es conceptualizada por

Fillet (2010), quien destaca que este activo:

Representa el almacenamiento de insumos directos e indirectos y/o productos terminados a la espera de consumirse en el proceso de producción, servicios, mantenimiento y venta en un tiempo más o menos cercano, el objetivo es abastecer en el momento oportuno, en la cantidad suficiente, con la calidad requerida y la financiación adecuada, las demandas originadas por el proceso de producción o por la comercialización del producto (p.4)

Así pues, los inventarios son considerados como uno de los activos principales de una empresa, son bienes físicos que pueden estar clasificados en productos principales o secundarios, que se encuentran almacenados y disponibles en la empresa para su transformación o salida. Este rubro permite la operatividad de la empresa, mediante la comercialización y distribución del producto. Los inventarios, requieren de innumerables controles para lograr su resguardo, evitar pérdidas y permitir

que el proceso de intercambio ocurra de la forma más eficiente posible.

Los inventarios son de suma importancia para toda organización, pues permite mantener un mínimo de unidades disponibles para satisfacer la demanda y necesidades de los consumidores, además de ello por ser un activo líquido permite la inversión en productos que generaran ganancias adicionales para la empresa, en caso de un alza en los precios. Lograr una eficiente administración del inventario, permitirá a la empresa mayor liquidez, reducción de costos y por ende un aumento en las utilidades, siendo esto posible a través de la aplicación de técnicas y procedimiento de control interno que brinden seguridad, eficiencia y un manejo adecuado de los recursos.

### **Control interno de inventarios**

Una vez analizados los términos básico de la investigación, se puede definir el control interno de inventarios como, los distintos procedimientos de control, que permiten establecer cantidades óptimas de materiales basados en la economía del producto, de acuerdo a los requerimientos de consumo y niveles de demanda. A partir de un

nivel de existencia apropiado, la organización será capaz de cumplir con las necesidades de los clientes y los objetivos de la organización.

Una de las problemáticas que presentan las empresas a nivel de control interno se debe a la administración de los inventarios, ya que al terminar periodos económicos pueden generarse diferencias en cantidad, la relevancia de esta temática radica en que es posible prevenir la pérdida de recursos que son importantes para cualquier organización, producto de retrasos en los pedidos o deterioro de la mercancía, asimismo, hay que tener en cuenta que los inventarios representan una gran proporción de los activos corrientes de una empresa, por lo que su gestión eficiente permitirá resultados favorables en el tiempo. (Durán, 2012)

En relación, el control interno de inventarios es descrito por Blanco (2012), quién menciona que:

Es el proceso fomentado por los encargados y el personal del departamento de almacén, para optimizar sus controles internos de sus mercancías; a través de implementar gestión de

inventario para enmendar los problemas que se están originando en el departamento de almacén; ofrece seguridad razonable para la realización de objetivos y metas de almacén (p.37).

Es decir, el control de inventarios permite gestionar, administrar y controlar la mercancía adquirida. De esta manera, poder establecer las existencias del periodo, el movimiento o salida oportuna de ciertos productos, según sus características, la reposición de lo consumido, su rotación y el coste de almacenaje para cierto tipo de mercancía. Un adecuado manejo de inventarios debe estar soportado por elementos que brinden la evidencia suficiente, credibilidad, confianza y por supuesto el control requerido, bien sea a través de facturas de compras, niveles de pedidos y consumos, auxiliares o kardex de entradas, salidas, entre otros métodos.

### **Control interno de inventarios de las pymes**

A nivel sistemático, las pymes deben estar en capacidad de aplicar los controles necesarios que le permitan mantenerse en el mercado por largos periodos económicos, poder tener un

control sobre sus inventarios garantizará su crecimiento, competitividad y seguridad frente a las amenazas del entorno. Son diversos los beneficios que trae el control interno de inventario para las pequeñas y medianas empresas, lo cual impacta directamente en la optimización de los recursos, alcance y rendimiento, un monitoreo constante permitirá acción de respuestas frente a las situaciones de irregularidad.

Establecer un adecuado control del inventario en las pymes, resulta ventajoso, las prioridades y los objetivos a cumplir en un periodo, permitirán que la administración del activo sea mayor. Al respecto Villamil (2015) hace mención de ciertos beneficios que implica ejecutar el control interno de inventarios;

- Reduce altos costos financieros ocasionados por mantener cantidades excesivas de inventarios
- Reduce el riesgo de fraudes, robos o daños físicos
- Evita que dejen de realizarse ventas por falta de mercancía
- Evita o reduce pérdidas resultantes de baja de precios

- Reduce el costo de la toma del inventario físico anual (p.8)

La falta de registros rigurosos y evaluaciones continuas en los sistemas de inventario, son un problema común para las pequeñas y medianas empresas. La ausencia de estos controles trae como consecuencia la pérdida, robo, o deterioro de los insumos, materiales o productos terminados. De ahí la importancia que los movimientos de inventario trabajen bajo actividades de control, monitoreo y evaluación de riesgos para evitar pérdidas significativas y reducir los costos de producción, con el objetivo siempre de resguardar los recursos financieros.

Para el control de inventarios, el aprovechamiento de los recursos representa un factor importante, para lograrlo se necesita hacer uso adecuado de las herramientas, la dirección del personal y la administración del material. Llevar el control de la cadena de suministros (como manejar la cantidad y disponibilidad de mercancías) informaciones de los vendedores, clientes, proveedores y recursos son algunos ejemplos de ello. Establecer en orden prioritario los objetivos de la organización, permitirán una mayor maximización de ganancias y rendimiento.

Cuadro 1. Procedimientos de control de inventario en las pymes.

Compra	Recepción	Existencia	Producción	Consumo	Ventas
Solicitar diferentes cotizaciones en el momento de adquirir los productos	Inspeccionar el producto recibido	El acceso al área de almacenamiento de la mercancía debe ser limitado (solo personal autorizado)	Evitar la pérdida de insumos, llevar un control donde se justifique el uso del mismo (cantidades, departamentos, otros)	Llevar un control de la mercancía que sale, la misma debe estar autorizada por el jefe de almacén	Verificar que los clientes cumplan con los requisitos legales para comerciar, al momento de realizar la venta.

Establecer específicamente lo que se necesita para llevar a cabo las actividades	Llevar un registro de la mercancía recibida	Realizar conteo físico del inventario periódicamente			Debe existir un documento mercantil que respalde la venta
Puntualizar el momento de la compra		Monitorear la antigüedad de los productos			

Fuente: Ramos y Villamediana (2022)

### Eficiencia de las operaciones

La eficiencia de toda organización está en el manejo adecuado de todas las actividades operativas, de forma que el alcance o las respuestas puedan llegar, solventar y cubrir todas las necesidades del área que lo requiere. Particularmente para el área de inventarios, la eficiencia es posible a través del establecimiento de los controles necesarios para que estos bienes puedan ser controlados, resguardados y administrados de forma correcta de manera que se eviten resultados desfavorables para la organización.

La importancia de un buen manejo de inventarios recae en que tan eficiente pueden ser los controles establecidos para el uso de los recursos, Silva (2020) destaca que la eficiencia operativa "es un reflejo de las acciones que se ponen en práctica en el día a

día, con el objetivo de utilizar los recursos mínimos para entregar productos o servicios de calidad"(p.1), asignar y controlar las actividades de la empresa, establecer las normas, procedimientos y controles necesarios, conducirá a una administración eficiente de este rubro, bajo una relación positiva entre los recursos empleados, los objetivos propuestos y los resultados obtenidos.

Poder controlar, monitorear y planificar el uso de los recursos productivos resulta provechoso y se encuentra directamente relacionado con los procedimientos de control interno aplicados en las pymes. Una gestión eficiente permite, reducir los costes en el proceso productivo y de cierta manera lograr maximizar el alcance de los objetivos propuestos bien sea, mediante el cumplimiento de la demanda en un corto y largo plazo,

además de poder establecer de manera óptima la cantidad o el nivel adecuado de producción y existencias del producto (Rodríguez, 2021)

Requerir de un sistema de control de inventarios permite tomar mayores decisiones y obtener confiabilidad de la información, al respecto Castro (2014) lo define como:

Un mecanismo (proceso) a través de cual una empresa lleva la administración eficiente del movimiento y almacenamiento de las mercancías y del flujo de información y recursos que surgen a partir de esto. Al contar con un sistema para gestionar el inventario se contara con dos agentes importantes de decisión que son: la clasificación del inventario y la confiabilidad en los registros, es decir, es tan importante saber qué cantidad se tiene en existencia como el tener bien identificados cada uno de los productos que manejan la empresa (p.3)

La eficiencia del control interno de inventarios se ve reflejada en cómo se llevan a cabo las actividades, un completo seguimiento de los procesos de control evitara fallas en el área de almacén y podrá establecerse qué cantidad es necesaria producir y en qué

tiempo. Definir el alcance y capacidades, además de las debilidades o deficiencias que presente la organización, aunado al uso de herramientas tecnológicas para un mejor manejo, son elementos que pueden definir las mejores vías para un control eficiente del inventario y permitir que el nivel productivo sea mayor.

### **Eficacia de las operaciones**

Es importante desarrollar un control operacional para garantizar la eficacia empresarial, al respecto Andrade, Alcívar, luna y Salazar (2019) expresan que: “la eficacia persigue en todo momento la maximización de beneficios, pero la eficacia a su vez tiene como base los sistemas de control interno en tanto saben canalizar el proceso de trabajo sobre ciertos principios que garantizan el éxito” (p.77), es decir, la eficacia se debe a una serie de procedimientos organizados donde se generan múltiples beneficios para el desarrollo de las actividades operacionales de la empresa, asimismo, con este factor lo que se genera es una relación entre lo que se propone y lo que se logra (resultados-rentabilidad).

Por consiguiente, el alcance y cumplimiento de los objetivos y los resultados obtenidos van a determinar si una empresa tiene una utilidad y por lo tanto si es rentable, de esta manera, poder controlar los procesos para disminuir el riesgo de pérdidas de los recursos y al mismo tiempo proporcionar directrices para el logro de las metas de una manera eficaz, todo esto con el fin de obtener resultados oportunos (Guerra y Lorenzo 2020)

En este sentido la eficacia del control interno de inventarios, es un factor importante para que las empresas puedan cumplir con la demanda en el mercado, por lo tanto, Martínez (2019) sugiere que:

La gestión de almacén y el control de inventarios son parte de la logística de una empresa cuyo objetivo es organizar, planificar y controlar la existencia del almacén. Un buen control de inventarios pasa por conocer cada producto del almacén, cuál es su valor, cuales se venden mejor y cuáles no, y cuando es el mejor momento para comprar productos, sin duda optimizar este proceso es la solución más eficaz para aumentar las

ganancias de la empresa.

(p.2)

Administrar inventarios implica un análisis y monitoreo constante del entorno organizacional, teniendo total control, seguimiento y sincronía en las operaciones de este activo (compras, transporte y almacenamiento). Desde esta perspectiva, se pretende que la eficacia en el control interno de inventario se perfila como una acción gerencial, porque permite presentar alternativa que pueden implementarse, como una manera de alcanzar los mejores beneficios y lograr la meta u objeto planteado.

### **Confiabilidad de los informes financieros**

La confiabilidad, se ha considerado un principio en el área contable para dar fe a una documentación en el ámbito financiero, asimismo la esencia de la contabilidad es producir información a través de informes para ser presentada a personas u organizaciones en un momento dado, por lo tanto, esta será confiable si la misma se puede corroborar y goza de objetividad siempre y cuando la empresa cuente con un sistema de control estable. Es de suma importancia para el resguardo

de los recursos de una empresa y la toma de decisiones en este ámbito.

Por consiguiente, la importancia de este objetivo de control interno en los inventarios es, que si no se aplican las regulaciones necesarias a este activo puede generar inconsistencia o datos ficticios en esta cuenta, lo cual no genera credibilidad en la información financiera que se presenta, es por ello, que es necesario un método para controlar los inventarios (Promedio o FIFO) que se usaran para regular internamente esta cuenta (Sánchez, 2015).

Las pymes requieren un sistema de inventarios para llevar el registro oportuno de las cantidades y costo de la mercancía existente y vendida, al respecto, Valera (2010) indica que: Existen básicamente dos sistemas para llevar a cabo el registro de inventarios: sistema periódico y sistema perpetuo. Periódico: el costo de los artículos vendidos se determina al final del periodo contable cuando se realiza un conteo físico del inventario existente. Perpetuo: se llevan registros continuos, corrientes y diarios del inventario y del costo de los artículos vendidos. (p.6).

De esta manera, se contempla como mostrar la información financiera estableciendo los controles internos pertinentes a la cuenta de inventarios, a través de la utilización de estos sistemas y así darle confiabilidad a las operaciones y actividades que en este se realicen, asimismo estos sistemas generan información de uso interno y de forma oportuna para la toma de decisiones sobre este importante activo, bien sea establecer la demanda de ciertos productos, conocer con exactitud los costos de producción entre otras medidas.

### **Cumplimiento de las normas y regulaciones en los inventarios**

Las leyes, regulaciones y normas, son un conjunto de factores que han existido en cualquier ámbito de la vida del hombre para organizar y establecer de una forma equilibrada el quehacer de una sociedad, es así como en las empresas el cumplimiento de una ley es formulado a través, de un procedimiento interno para coordinar, regir y controlar en un momento dado las actividades y el personal que hace vida en estas organizaciones.

Es importante que las empresas cuenten con una serie de normativas

en sus distintas áreas, con el fin de controlar y velar por el bienestar de la empresa y quienes la integran, en este sentido Álvarez, Arévalo y Artola (2010), comentan que: “la gerencia tiene la responsabilidad de establecer criterios para prevenir los riesgos y su posible ocurrencia a través de mecanismos de control” (p.21), de esta manera, se establecen los objetivos de cumplimiento para seguir las políticas y criterios establecidos por la empresa.

El cumplimiento de las normas y regulaciones en los inventarios, se debe desarrollar en cada organización según las políticas determinadas para llevar a cabo las operaciones del mencionado activo, por lo tanto la estructura que ofrece el control interno para el manejo del personal que labora en el área de almacén es la más viable para el cumplimiento de los objetivos de una empresa, pues de este se genera una serie de procedimientos organizados que conllevan a seguir las normas de una manera oportuna (Vasconez, 2022)

### **Optimización de los recursos**

Un manejo correcto de inventario viene determinado por una gestión completa

y suficiente de los procesos de control interno, acompañado de la elaboración de manuales para realizar los movimientos en el inventario, evaluación de los posibles riesgos y plan de acción para afrontarlos, establecer buenos sistemas de comunicación y sistemas tecnológicos para el control de la información. De esta forma, las pymes obtendrán beneficios con los recursos invertidos en sus inventarios y simultáneamente desarrollaran la capacidad de alcanzar todos los objetivos trazados a un menor costo.

En lo que se refiere a optimizar, Granizo (2018) describe lo siguiente:

El análisis detallado de las actividades que integran al proceso, con el fin de buscar las condiciones, los medios y la mejor ruta, para lograr el máximo rendimiento, y la mejor utilización de los recursos y así cumplir con los objetivos establecidos (p.11)

Optimizar está referido a la búsqueda de la mejor opción, a partir de la mínima inversión de recursos. Esto es posible mediante al establecimiento de metas a corto y largo plazo, fijación de objetivos en un periodo determinando,

evaluaciones minuciosas del entorno, entre otros. Basado en la eficiencia y eficacia, la optimización tiene como objetivo determinar (en lo referente a este caso de estudio) mejores resultados en las actividades relacionadas a la elaboración del producto, distribución y salida. Las pymes, al controlar sus inventarios, les brinda a los administradores una mayor confiabilidad y capacidad de cumplimiento para la toma de decisiones.

Los resultados de la aplicación de los componentes y objetivos del control interno, sobre la utilización y reposición de inventarios en las pymes, impactará directamente en un aumento de recursos empresariales. Motivo por el cual, es de vital importancia promover y vigilar toda la normativa de control aplicable en esta área, y prestar especial atención a la veracidad y racionalidad de la información financiera presentada. La gerencia debe vigilar con regularidad que los datos suministrados de los inventarios coincidan con sus finanzas, de esta forma guardarán los activos organizacionales. (Robalino y Virueza, 2020).

A partir del uso de los procesos de control, el manejo de inventarios es cada vez más flexible, íntegro y seguro para las organizaciones, particularmente a las Pymes ha permitido en los responsables el ahorro de tiempo, materiales y mejoras en la calidad del servicio, lo cual radica en la optimización de recursos. Sin duda alguna, cuando una organización aplica control interno a los inventarios se obtiene grandes resultados que unifican procedimientos aplicables en el día a día, de fácil adaptación y entendimiento que promueven el alcance de las metas empresariales.

### **Conclusiones**

En relación con el objeto general de esta investigación, el control interno de inventarios va más allá de la aplicación de una normativa; es un proceso complejo que requiere para su ejercicio la comprensión del funcionamiento del área del almacén. Por lo tanto, la calidad y desempeño de una pymes muchas veces está influenciada por los procedimientos, instrucciones o indicaciones que se le hacen al personal que maneja este activo, la actitud de los empleados debe estar orientada al cumplimiento de los

programas establecidos, de modo que se pueda lograr la optimización de los recursos en este tipo de organizaciones.

Por lo tanto, que una pyme optimice sus recursos basado en la aplicación efectiva del control interno en sus inventarios, estará reflejado en un mayor rendimiento, liquidez y resultados positivos para la misma. Caracterizado por ser un proceso continuo y sistemático, el control interno permite evaluar y prevenir posibles riesgos o errores en todas las etapas del proceso, interviene en la toma de decisiones y brinda posibles soluciones a través de la planificación, determinación y desarrollo de una estructura organizacional constituida por políticas, estrategias y determinación de recursos, para finalmente poder cumplir con los objetivos establecidos de forma eficaz, con el uso de recursos de forma práctica y el desarrollo de las actividades productivas (en el área de inventarios) a un bajo costo en un espacio y tiempo determinado.

Sin embargo, el control interno por sí solo no determinara el éxito de una

organización, es aquella herramienta que sirve de apoyo al sistema organizacional que permite dar respuesta a los momentos críticos que se presenten durante el ejercicio de las actividades. Es por esto que, debe existir un ambiente laboral estable de compromiso en todas las áreas operativas, además apearse a las políticas, normas y procedimientos y presentar la información de forma oportuna y objetiva, serán elementos que sin duda alguna impulsaran y determinara el curso de la organización, la aplicación de un control interno adecuado permite lograr la eficiencia y cumplimiento desde el momento de entrada hasta la salida del producto.

### Referencias

- Alcivar, Florida; Andrade, Carmen; Luna, Grace y Salazar Janeth (2019). Los sistemas de control interno y su incidencia en la eficiencia y eficacia empresarial. Primera Edición. E-IDEA Omwin S.A, Ecuador
- Álvarez Claudia, Arévalo, Ever y Artola Miriam (2010) Diseño de control interno con enfoque costo para mejorar la gestión del inventario en las tiendas de mayoreo que se dedican a la venta de productos de

- primera necesidad en ciudad barrios departamento de san miguel. [Trabajo de grado] Disponible en: <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/11957>
- Blanco (2012) Control interno de inventarios. [Mensaje en un blog] Recuperado de: <http://1library.co/article/control-interno-inventarios-justificaci%C3%B3n-importancia-investigaci%C3%B3n.yeverkez>
- Chacón, Wladimir (2002) . Conceptos de control interno. [Artículo en línea] Disponible: <https://www.gestiopolis.com/conceptos-de-control-interno/>
- Castro, Julio (2014) Beneficios de un sistema de control de inventarios [Artículo en línea] Disponible en: [http://blog.corponet.com/beneficios-de-un-sistema-de-control-de-inventarios?hs\\_amp=true](http://blog.corponet.com/beneficios-de-un-sistema-de-control-de-inventarios?hs_amp=true)
- Duran, Yosmary (2012) Administración del inventario; elemento clave para la optimización de las utilidades en la empresa [Artículo científico] Disponible en: <http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf&ved=2ahUKEwjwqd6Syf76AhU7SzABHaJbCvUQFnoECEQQAQ&usg=AOvVaw0dB9ZpNen-FaAq7UzjrVxb>
- Estupiñan, Rodrigo (2011). Control interno y fraudes, con base en los ciclos transaccionales. Análisis de informe Coso I y II. Segunda Edición. Ecoe Ediciones, Colombia
- Fernández, Antonia (2017) Gestión de inventarios. Primera edición. Editorial Ic. España [Libro en línea] Disponible en: [http://books.google.co.ve/books/abouT/Gesti%C3%B3n\\_de\\_inventarios\\_COML0210.html?id=s1cpEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&hl=es&redir\\_esc=y](http://books.google.co.ve/books/abouT/Gesti%C3%B3n_de_inventarios_COML0210.html?id=s1cpEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y)
- Fillet, Felipe (2010) Sistema de administración de inventarios m.r.p. Planificación de los requerimientos de materiales [Artículo en línea] Disponible en: <http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.opes20156.unlu.edu.ar/pdf/mrp.pdf&ved=2ahUKEwiHruC80Pv6AhUrmYQIHfUGAjcQFnoECBoQAQ&usg=AOvVaw25HpRsCtNwSc-8GJcSnMIR>
- Granizo, Christian (2018). Optimización de los procesos de una empresa comercial. [Artículo científico] Recuperado de : <http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2481/1/76759.pdf&ved=2ahUKEwiKycTw65X5AhXVsDEKHT-tB6sQFnoECA8QAQ&usg=AOvVaw2EfnCGCz2IHWTq3NPFDeuO>
- Guerra, Barrera; Lorenzo, Juan (2020) Control interno, su vínculo con la eficiencia operativa y la rentabilidad [Artículo científico] Disponible en: [http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6\\_1/57%2520BARRERA.pdf&ved=2ahUKEwjz7izv76AhXgmlQIHY8UDRUQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw1ounaObLSmsfVSbeYOpkvk](http://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_1/57%2520BARRERA.pdf&ved=2ahUKEwjz7izv76AhXgmlQIHY8UDRUQFnoECBYQAQ&usg=AOvVaw1ounaObLSmsfVSbeYOpkvk)
- Martínez (2019) Control de inventarios; ¿Qué es y cuál es su importancia? [Artículo en línea] Disponible en: <http://www.jasminsoftware.es/blog/control-de-inventario/>
- Robalino, Rosa y Vinueza, Johanna (2020). La optimización y el control interno en el uso de los recursos públicos en la mejora de la gestión administrativa. Revista FIPCAEC, 5 (16) , 14-38.

- Rodríguez, Beatriz (2021) Gestión de inventarios eficiente por la aplicación de control interno [Artículo científico] Disponible en: <http://vinculategica.uanl.mx/index.php/v/article/download/21/21/351>
- Sánchez, Valeria (2015) El control de los inventarios y su aporte en los estados financieros de la empresa [Artículo científico] Disponible en: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/3100>
- Silva, Luciana (2020) Descubra que es la eficiencia operativa, como aumentarla e indicadores importantes [Artículo en línea] Disponible en: <http://blog-es.checklistfacil.com/eficiencia-operativa/>
- Torres, Villamil (2015). La implementación del control interno de inventarios. [Artículo científico] Recuperado de: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13906/TRABAJODE%20GRADO.pdf;sequence=>
- Valera, Lisbel (2010) Procedimientos contables para el control de los inventarios de la empresa. [Artículo en línea] Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/procedimientos-contables-para-el-control-de-inventarios-de-la-empresa/>
- Vasconez Karla (2022) Normas de control interno para el área de inventarios de la comercializadora Milenium. [Artículo científico] Disponible en: <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/3506>

## **APPLICATION OF THE PROFESSIONAL CODE OF ETHICS OF THE PUBLIC ACCOUNTANT, BEFORE THE VIRTUAL WORK MODALITY**

Daniela Criollo y Yarellys Centeno

### **Summary**

Working virtually became a viable option for the public accountant due to the constant changes that arise from external factors, including the COVID-19 pandemic; This caused professional accountants to look for new alternatives to continue fulfilling their functions. By virtue of these changes, it is necessary to consider the risks that the implementation of virtuality entails and how it can be carried out without violating the fundamental ethical principles that a public accountant must employ such as: integrity, objectivity, professional competence and due care, confidentiality and professional behavior. The purpose of this writing is to describe and analyze the use of these principles in their professional practice from virtuality, guaranteeing that the financial information provided has added value for an individual, or the companies that will use it in decision-making; making contributions that allow us to understand the importance of public accountants having ethical manuals that they can use in any work environment, in this case the virtual one. The methodology consisted of a survey of documentary sources that served as a foundation for the topic addressed. The use of technology is an advantage that offers great opportunities if it is used correctly; in professional practice, its proper implementation will depend in part on the ethics of the accountant. In addition, a public accountant must evolve and develop their potential by broadening their horizons, in order to strengthen the profession and the role it plays in society.

Keywords: Code of professional ethics, public accountant, ethics, professional ethics, virtual work.

## **APLICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA PROFESIONAL DEL CONTADOR PÚBLICO, ANTE LA MODALIDAD DE TRABAJO VIRTUAL**

### **Resumen**

Trabajar de forma virtual se convirtió en una opción viable para el contador público debido a los constantes cambios que surgen de factores externos, destacando entre ellos la pandemia por COVID-19; esta originó que los contadores profesionales buscaran nuevas alternativas para continuar el cumplimiento de sus funciones. En virtud de dichos cambios, es necesario considerar los riesgos que conlleva la implementación de la virtualidad y cómo se puede llevar a cabo sin violar los principios fundamentales éticos que debe emplear un contador público como: la integridad, objetividad, competencia profesional y cuidado debido, confidencialidad y comportamiento profesional. El propósito de este escrito es describir y analizar la utilización de estos principios en su ejercicio profesional desde la virtualidad, garantizando que la información financiera suministrada disponga de valor agregado para un individuo, o las empresas que la emplearán en la toma de decisiones; realizando aportes que permiten comprender la importancia de que los

contadores públicos posean manuales éticos que puedan emplear en cualquier ambiente laboral, en este caso el virtual. La metodología consistió en un arqueo de fuentes documentales que sirvieron como fundamento para el tema abordado. El uso de la tecnología es una ventaja que ofrece grandes oportunidades si se aprovecha de manera correcta, en el ejercicio profesional su implementación adecuada dependerá en parte de la ética que posea el contador. Además, un contador público debe evolucionar y desarrollar su potencial ampliando sus horizontes, para así fortalecer la profesión y el papel que cumple en la sociedad. Palabras claves: Código de ética profesional, contador público, ética, ética profesional, trabajo virtual.

### **Introducción**

La ética contribuye a la formación de seres humanos capaces de razonar sobre lo que es correcto en todos los ámbitos de la vida, permitiendo así adquirir independencia de criterio y juicio propio, a través de la reflexión racional. Esta puede dividirse en diferentes ramas, siendo la ética aplicada la que se aborda en el presente estudio, la cual se basa en principios normativos y se aplica a situaciones concretas, siendo en este caso específicamente la ética profesional del contador público. La disciplina en la contaduría es uno de los pilares que sostiene la profesión; la misma se sustenta y es regida a través de la ética sirviendo de guía para el comportamiento y conducta debida en los diferentes aspectos del ejercicio profesional.

Los contadores públicos cuentan con códigos de ética afines a la profesión que rigen la adecuada conducta de los profesionales en el ejercicio de sus actividades, los cuales son aplicables en todos los ámbitos, es decir, bajo relación de dependencia o en el ejercicio independiente de su profesión. Dichos códigos deben ser cumplidos a cabalidad para garantizar los principios fundamentales que debe poseer un contador. La ética del profesional contador se puede ver afectada por distintos factores, siendo la pandemia por COVID-19 uno de ellos, en donde los contadores públicos se vieron en la necesidad de recurrir a otros medios para dar continuidad a sus labores, siendo el trabajo virtual la mejor de las opciones.

El trabajo virtual es una modalidad que se perfila dentro de diferentes campos profesionales que involucra las

tecnologías y comunicaciones, permitiendo la adaptación a la globalización y a los cambios externos, convirtiéndose así en una herramienta fundamental para el ejercicio profesional del contador público, en consecuencia los recursos utilizados para tal fin son imprescindibles para garantizar el correcto desarrollo de las actividades procurando siempre el cumplimiento de una conducta excelente basada en los principios fundamentales de su código ético.

### **Ética**

Comprende el conjunto de cualidades que al ejecutarse sirven de indicador de lo que está bien o está mal dentro de cualquier ámbito, y se vincula con los valores morales aceptados como normas para una sociedad en específico, con el objetivo de establecer los parámetros o modelos de las conductas positivas a seguir, para alcanzar beneficios de convivencia de forma inmediata y a largo plazo para todos los integrantes de la misma.

En este sentido, la definición de ética es abordada por Aristóteles (2012), quién mencionó, que se consideraba virtudes y es breve en señalar que “son

términos medios y hábitos, que por sí mismas tienden a practicar las acciones que las producen, que dependen de nosotros y son voluntarias, y actúan de acuerdo con las normas de la recta razón” (p. 41). Por lo tanto, poseer virtudes está determinado por la capacidad individual que se tenga para ejecutarlas.

También, sumando a la definición de ética, Ronquillo (2018), señala que:

...es una ciencia social que se sustenta en los principios de la filosofía para búsqueda y construcción metódica del conocimiento relacionado con la moral y la conducta moral de los seres humanos en su interrelación social en el ámbito y tiempo en que viven. (p.25)

Además, es un proceso constante obtener el conocimiento de la ética y poder establecer patrones moralmente aceptados, que funcionen para delimitar las conductas de las personas independientemente del ambiente dónde se encuentren; tomando en consideración los factores externos que puedan influir en la adopción de buenos hábitos de conducta en la vida de todos los individuos. Es una realidad

que los cambios conllevan a nuevas situaciones que ameritan alinearse a ellos, por eso es necesario desplegar valores a diario que contribuyan a la aceptación de los mismos.

### **Ética profesional**

Es el conjunto de principios morales que rigen el ejercicio de una profesión y podría estar formulada y normada mediante códigos a nivel global, nacional, estatal, municipal, organizacional entre otros. Se ajusta a las necesidades del entorno, respetando a los individuos de una sociedad que requieran los servicios de un profesional. Es de suma importancia contar con estos lineamientos, para obtener un buen funcionamiento y excelencia en cualquier proceso llevado a cabo desde una profesión como la contaduría pública.

Así pues, contribuyendo a la definición de ética profesional, Patiño (2016), señala lo siguiente:

Un ciudadano que construye con el sentido ético de su profesión será leal a ella con dedicación y sapiencia para enfrentar los retos y exigencias del trabajo comunitario, porque la dimensión ética en su proyección social tiene un

doble compromiso: con nosotros y con los otros, como la realización de un bien que trasciende y recae sobre los otros. De ahí que la vocación de servicio constituye un poder mayor para el bien común desde la profesión. (p. 76)

Es decir, que la ética profesional se diseña y aplica pensando en el bienestar de la sociedad donde se ejerza la profesión. Desde el conocimiento científico se aportan grandes beneficios bien sea a un país, una empresa, un individuo entre otros; cuando funciona en simultaneo con todos los códigos de ética existentes en su profesión y con los valores individuales que posea y despliegue a diario, se fortalecerán las relaciones profesionales. En este caso particular con la contaduría pública, que busca la formación de profesionales bajo principios éticos, que posean la capacidad para generar, analizar e interpretar información financiera que se empleará en la toma de decisiones en las organizaciones.

### **Código de ética profesional del contador público**

Se entiende por el conjunto de principios morales que sirven como

patrón, para ajustar la conducta de todos los miembros del gremio de la contaduría pública, a un proceder de excelencia en su ejercicio profesional, aislado del hecho de que algunos profesionales lo cumplan porque les nazca hacer el bien y otros por el temor de alguna sanción, enmarcados en el contexto de cumplimiento obligatorio, sin excepción alguna. Por esto, se norma para asentar las bases legislativas que los regirán en cualquier situación.

De tal manera, el Código de ética profesional del contador público venezolano, PLR-3 emitido por la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (1996), en su artículo 1 señala que:

Este código normará la conducta del contador público en sus relaciones con el público en general, con su clientela, con sus colegas y con el gremio y le será aplicable cualquiera que sea la forma que revista su actividad o especialidad, tanto en el ejercicio independiente o cuando actúe como funcionario o empleado de instituciones públicas o privadas.

Asimismo, será aplicable a los contadores públicos que además de ésta, ejerzan otras profesiones, en las

cuales, su actuación pública o privada, derive de actos lesivos a la moral, a la ética y a los intereses del gremio de los contadores públicos. (p.7)

Se aprecia la importancia de contar con una normativa que contemple el actuar del ejercicio del contador público, que funcione como referencia de lo que se necesita y se espera en cualquier situación, para que prevalezca en su desempeño profesional, armonía, funcionalidad, respeto, honestidad, objetividad, confidencialidad, entre otros, condenando los actos de perjuicio en cualquier ámbito de su proceder profesional; esto se realiza con el objetivo de realzar siempre el interés público.

Por otra parte, la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela, a través del Comité Permanente de Ética Profesional, y actuando en consecuencia con el plan de adopción de estándares internacionales, revisó el código de ética profesional preparado por la Federación Internacional de Contadores (IFAC), y producto de ello procedió al estudio, análisis e investigación de dicho código, conjuntamente con el existente Código de Ética Profesional del Contador

Público, dando como resultado la emisión y aprobación del Código de Ética para Regular el Ejercicio Profesional del Contador Público (2013).

Es menester e importante acotar que este último código aprobado, no deroga el emitido previamente en el año 1966 ni lo solapa, siendo ambos instrumentos éticos complementarios entre sí. Allí se abordan los principios fundamentales de ética para los

contadores públicos, estos deben predominar en su actuar; es decir, que no pueden ejercer su profesión violando la aplicación de los mismos, porque en ellos recae el punto de origen de cualquier norma de regimiento ético para su ejercicio. Se describen y analizan en la parte A del Código de Ética para Regular el Ejercicio Profesional del Contador Público (Ver tabla 1).

Tabla 1. Principios fundamentales de ética del profesional de contaduría pública

Principio	Definición
Integridad	Un Contador Público deberá ser recto y honrado en todas sus relaciones profesionales.
Objetividad	No permitir que sesgos, conflictos de intereses o influencia indebida de otros predominen sobre los juicios profesionales.
Competencia profesional y cuidado debido	Deber continuo de mantener el conocimiento y la habilidad profesionales al nivel que se requiere, con el fin de asegurar que un cliente o empleador reciba un servicio profesional competente que se base en desarrollos actuales de la práctica, la legislación y las técnicas. Un Contador Público deberá actuar de manera diligente y de acuerdo con las normas técnicas y profesionales aplicables cuando preste servicios profesionales.

Confidencialidad	Respetar la confidencialidad de la información obtenida como resultado de relaciones profesionales y no deberá revelar nada de esta información a terceros, sin autoridad apropiada y específica, a menos que haya un derecho, deber legal o profesional de hacer la revelación.
Comportamiento profesional	Cumplir con las leyes y regulaciones relevantes y deberá evitar cualquier acción que desacredite a la profesión.

Fuente: Código de Ética para Regular el Ejercicio Profesional del Contador Público (2013)

Aunado a esta información, se percibe la importancia de la aplicación de estos cinco principios por parte del contador público, ya que es vital la honestidad, rectitud, poseer alta capacitación profesional y mantener la disposición de aprender los nuevos conocimientos de la profesión, brindar protección de privacidad por todos los medios a la información que se maneja, demostrar imparcialidad al emitir los juicios profesionales y organizacionales, y cumplir en todos los aspectos las regulaciones y normas establecidas, para evitar desacreditar su profesión. Al considerar las funciones ejercidas por los contadores públicos, Maida y Pérez (2011) mencionan que: “el rol del contador sea de elaborador, analista, evaluador y comunicador de la información, transformándose ésta en

un apoyo fundamental para lograr la eficacia y eficiencia y sustentabilidad del proceso de toma de decisiones y de control de gestión” (p. 8). Tomando en cuenta el ámbito en el cuál realicen sus labores, en este caso aplica a la relación de dependencia y cumplirá diferentes facetas y suministrará información relevante para la toma de decisiones.

En otro orden de ideas, los servicios que realizan los contadores que ejercen la profesión de manera independiente están consagrados en la Ley del Ejercicio de la Contaduría Pública del año (1973), entre las cuales se encuentra la figura del comisario, actuar como peritos contables, y destacando por excelencia la auditoría externa, la cual se basa en examinar libros, registros contables, balances,

estados financieros, entre otros, con el propósito de emitir una opinión y dar fe pública a terceros sobre la razonabilidad de las cifras.

Al evaluar los cambios que afectan a las organizaciones y a los profesionales, se comprende que un gran porcentaje deriva de factores externos y se debe contar con una buena disposición y preparación para afrontarlos. En el año 2020 el mundo fue golpeado por la pandemia de COVID-19, afectando el funcionamiento normal de todo. Por esto, todas las áreas tuvieron que reinventarse y aplicar nuevas modalidades de trabajo, es por ello que se afianza el trabajo virtual y los contadores públicos no escaparon de esta realidad. Se hace bien en analizar las definiciones y funciones del trabajo virtual, en el ámbito de la contaduría pública.

### **Trabajo virtual**

Es aquel que se realiza fuera del ambiente laboral, por lo general conectándose a través de herramientas informáticas o digitales. También es conocido como teletrabajo y se caracteriza por emplear el uso de las

redes de telecomunicación vía internet, para ello se utilizan aparatos tecnológicos y las herramientas de los sistemas computarizados; además, este tipo de trabajo es un hecho viable y de fácil aplicación en muchas actividades a nivel mundial.

En este sentido, Eurofound y Organización Internacional del Trabajo (2019) señalan que el teletrabajo se puede definir como “el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones –como teléfonos inteligentes, tabletas, computadoras portátiles y de escritorio– para trabajar fuera de las instalaciones del empleador” (p. 3). Es decir que el teletrabajo es un concepto que se ha expandido de forma acelerada, esto como consecuencia de que cada vez más empresas se unen a esta nueva estructura de negocio, generando así cambios significativos en el campo laboral.

Con respecto a la implementación del trabajo virtual en la contaduría pública, El Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores (2020), publicó en su informe “COVID-19:

Consideraciones sobre Ética e Independencia”, lo siguiente:

En las circunstancias de la pandemia, muchas organizaciones y empresas empleadoras han hecho la transición a modos virtuales de trabajar para mantener la continuidad del negocio. Es importante para los contadores públicos en los negocios y en la práctica pública estar alerta al aumento de los riesgos de seguridad para la confidencialidad de los datos de las organizaciones o clientes cuando estén utilizando herramientas tecnológicas en un entorno de trabajo desde el hogar o transfieren los datos a las computadoras de su hogar.

(p. 3)

Por lo tanto, es relevante comprender las amenazas que conlleva el teletrabajo, al insertar la tecnología al ejercicio del contador público, la información podría estar expuesta a otras personas. Es necesario fijar una lista de verificaciones y normas individuales que garanticen la discrecionalidad de todos los datos de los clientes y las empresas. Además, tomar medidas como no utilizar servicio de internet libre, no dejar abiertos los archivos del trabajo, destinar un equipo con una contraseña para que la información no se filtre, entre otras medidas.

Al laborar a distancia el contador público adquiere una mayor libertad en la administración de su tiempo. Como establece el principio de competencia profesional y cuidado debido, el contador debe estudiar todas las actualizaciones que surjan en su profesión, para brindar un servicio de calidad. Si bien es cierto, el uso de la tecnología es un recurso invaluable que abre un sinfín de oportunidades para adquirir conocimientos científicos desde la comodidad del hogar, no obstante, depende del buen juicio del profesional aprovecharlo o no.

En cuanto al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en esta nueva modalidad de trabajo para los contadores públicos, Gómez y Salas (2013), la consideran de la siguiente manera:

..las aplicaciones de las TIC's en el área contable, como el teletrabajo constituye una alternativa de apoyo que complementaría el desarrollo de las actividades que desempeñan estos profesionales en los puestos de trabajo en esta nueva sociedad, interconectada, virtual y digitalizada, que permiten cambiar los modos de trabajo, las relaciones y el proceso de aprendizaje, pues no solo se trabaja con

personas que manejan un solo idioma, motivo que fuerza al contador público virtual a reforzar y ampliar los tipos de lenguajes que maneja para comunicarse. (p. 20)

De manera que, las TIC son un recurso valioso que sirven de soporte para la ejecución del trabajo virtual del contador público. A pesar de esto, el contador público está en el deber de analizar y evaluar los riesgos que puedan surgir con la implementación del mismo; ya que, cualquier modalidad de trabajo debe cumplir con exactitud su código de ética, iniciando por sus principios fundamentales. El trabajo virtual traspasa las barreras fronterizas y en algunos casos amerita el uso de otros idiomas, el profesional en el área contable que esté capacitado y cumpla con los estatutos legales del país donde vaya a ejercer su profesión, podría trabajar en cualquier organización indistintamente del país en el que se encuentre.

En este aspecto, para comprender la importancia de la integridad se debe asumir su vínculo necesario con la justicia y el comportamiento recto, lo cual en el ejercicio profesional del contador dicho vínculo se sostiene a

través del código de ética. Para el cumplimiento de la ética en el teletrabajo, se debe iniciar sobre la base de la integridad, la cual ha de estar presente en cada una de sus labores siendo esta la representación de una persona recta que actúa bajo la premisa de lo correcto, lo que implica realizar su trabajo minuciosamente de manera tal que la información que pueda proporcionar a terceros sea confiable. (Bosch y Cavallotti, 2016)

Por ende, el trabajo virtual es una opción novedosa para el contador público y aporta grandes beneficios cuando se ejecuta en simultáneo tomando como referencia sus códigos éticos, representados en parte por sus principios fundamentales. Es de gran utilidad disponer de un horario flexible, estar en un ambiente cómodo que no necesite trasladarse a las instalaciones de una empresa, optar a puestos laborales alrededor del mundo; nace un ambiente dónde los cambios externos como: cuarentenas, escasez de combustible, fallas con el transporte público, largas colas entre otras; no pueden afectar el desempeño laboral porque lo que se necesita es suministro

eléctrico, internet y aparatos electrónicos ya que se realiza desde casa.

Cada uno de estos elementos mencionados, más que principios deberían ser vistos como un deber personal y profesional que todo contador público debe asumir como un compromiso tanto con el gremio como consigo mismo. La importancia de los mismos para el presente estudio radica en los avances contables y nuevas formas de trabajo a las cuales se debe adaptar el contador para el cumplimiento de sus obligaciones, teniendo siempre presente su ética tanto personal como profesional, lo cual le permite mantenerse actualizado y en concordancia con las disposiciones que deba aplicar en su trabajo y en capacidad para afrontar los nuevos retos que puedan surgir a lo largo de su ejercicio como profesional.

### **Conclusiones**

Los contadores públicos están obligados a cumplir normas de conducta durante su trabajo y en sus relaciones con las personas que los rodean. A fin de preservar la confianza de la sociedad, su conducta debe ser incorruptible y estar a la altura de su

profesión, para ello se fundamentan de códigos de ética que rigen y regulan su comportamiento a través de ciertas normas basadas en el cumplimiento de los principios fundamentales establecidos para ellos. Una de las características que debe poseer un contador es la adaptación a los cambios que se generen en el transcurso de su ejercicio profesional, para lo cual debe tener presente siempre su ética y así garantizar un servicio profesional competente basado en los desarrollos modernos.

La pandemia producto del COVID-19 fue uno de los cambios que tuvieron que afrontar los contadores públicos, viéndose en la necesidad de buscar nuevas alternativas para cumplir con sus obligaciones, en donde el trabajo virtual representaba la mejor y más segura de las opciones. En consecuencia, los profesionales han tenido que replantear sus formas de trabajo para garantizar un comportamiento adecuado y acorde al cumplimiento de los principios fundamentales. Para un contador, entre los principios, la integridad debe ser el valor central del Código de Ética, siendo este la base para la aplicación

correcta de sus funciones, garantía de criterio y honradez.

De igual manera, el trabajo virtual trajo consigo mayores riesgos en cuanto a la confidencialidad de la información. No obstante, el contador público venezolano realmente íntegro que actúa cumpliendo con los dos códigos de ética, tanto el PLR-3, como el emitido por la IFAC, y que además se guíe por el imperativo categórico (concepto del filósofo alemán Immanuel Kant), tiene presente que debe cumplir obligatoriamente con los cinco principios, no por el hecho de evitar la sanción que causaría su incumplimiento, sino porque reconoce que es un acto inmoral e indebido. Por consiguiente, resultaría beneficioso que hoy en día las universidades que ofrecen estudios de contaduría pública se enfoquen mucho más en la preparación de los estudiantes en cuanto a su formación ética y en la enseñanza de las TIC y la virtualidad.

## Referencias

Aristóteles, (2012). *Ética a Nicómaco*. Clásicos políticos. Libro en línea. Recuperado: <https://filosevilla2012.files.wordpress.com/2014/10/etica-a->

[nicomaco-cepc-bilingue-aristoteles.pdf](#)

Bosch, Magdalena y Cavallotti, Rita (2016). ¿Es posible una definición de integridad en el ámbito de la ética empresarial? *Revista Empresa y Humanismo*, XIX (2), 51-68.

Eurofound y Organización Internacional del Trabajo (2019). *Trabajar en cualquier momento y en cualquier lugar: consecuencias en el ámbito laboral*.

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms\\_723962.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_723962.pdf)

Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (2013). Código de Ética para Regular el Ejercicio Profesional del Contador Público. Caracas: Publicaciones Legales y Reglamentarias

Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (1996). Código de Ética Profesional del Contador Público. PLR - 3. Caracas: Publicaciones Legales y Reglamentarias

Gómez, María y Salas, Dayana (2013). *Alternativa del teletrabajo como apoyo de innovación para las oficinas contables del estado Táchira \_ Venezuela*. Trabajo de grado publicado. Universidad de los Andes. Táchira

Informe IESBA. (2020). *COVID-19: Consideraciones sobre ética e independencia*.

<https://www.ifac.org/system/files/publications/files/IESBA-Staff-Q-A-COVID-19-Ethics->

[Independence-  
Considerations.pdf](#)

Ley del Ejercicio de la Contaduría Pública (1973). *Gaceta Oficial de la República de Venezuela* 30.273. Diciembre 05, 1973. Caracas.

Maida, Andrea y Pérez, Gisela (2011). *La formación del criterio profesional del contador y su importancia en el campo laboral*. Trabajo de Investigación. Universidad Nacional de Cuyo. Argentina.

Recuperado:[https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/5296/](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5296/)

maida-  
laformacindelcriterioprofesional.  
pdf

Patiño, Patricia (2016). Ética profesional para la realización personal. En J. Acosta; A. Alfieri; G. Martínez; M. Pacheco; T. Ramírez; V. Salazar; I. Sánchez y P. Zavala, (comp). *Un acercamiento a la ética profesional* (pp 71-80). Edición de la Universidad de Aguascalientes. México.

Ronquillo, Luis (2018). *Ética general y profesional*. Editorial Mar y Trinchera, Ecuador.

## RECYCLING OF PLASTIC WASTE AND COSTS IN COMPANIES

Reimar Demey

### Summary

We live in a world in which much more of everything is produced and that "everything" is not what we really consume. The objective of this research is to describe the current waste situation, especially plastic, as a real and viable option to reduce costs, while at the same time mitigating the environmental situation, a situation driven by the more arduous exploitation of finite resources, in addition to contributing to an environmental devastation due to accumulated garbage made up of waste that, for the most part, can become part of the production process, reducing costs. For this, a documentary investigation is carried out. Allowing to see that majority as an opportunity to generate economic benefits, based on a diagnosis, case study Venezuela, in which the capacity of companies that are dedicated to recycling is low compared to the generation of waste. In the same order of ideas, the percentages of waste that can generate savings when being used again are analyzed and, finally, proposing different alternatives that allow the entity to perceive benefits, without significantly compromising the environment. Each entity, regardless of its nature, has the opportunity to reduce costs with efficient management, which in turn provides an increase in income.

Keywords: waste, costs, environment, savings.

## RECICLAJE DE DESECHOS PLÁSTICOS Y LOS COSTOS EN LAS EMPRESAS

### Resumen

Se vive en un mundo en el que se produce mucho más de todo y no es ese "todo" lo que consumimos realmente. El objetivo de esta investigación es describir la situación actual de desechos, especialmente el plástico como una opción real y viable para disminuir costos, a la par que atenúa la situación medio ambiental, situación impulsada por la explotación más arduamente de recursos finitos, además de contribuir a una devastación ambiental por basura acumulada compuesta de desechos que, en su mayoría puede volverse parte del proceso de producción, disminuyendo costos. Para ello, se realiza una investigación documental. Permitiendo ver a esa mayoría como oportunidad generadora de beneficios económicos, partiendo de un diagnóstico, caso de estudio Venezuela, en el que la capacidad de las empresas que se dedican al reciclaje es baja en comparación a la generación de residuos. En el mismo orden de ideas, se analizan los porcentajes de desechos que pueden generar ahorros al ser aprovechados nuevamente y, por último, planteando diferentes alternativas que le permita a la entidad percibir beneficios, sin que se vea comprometido el medio ambiente de manera significativa.

Cada entidad independientemente de su naturaleza tiene oportunidad de reducir costos con una gestión eficiente a su vez le proporcione un aumento de ingresos. Palabras clave: desechos, costos, medio ambiente, ahorro.

## **Introducción**

A nivel mundial los diferentes tipos de empresas generan grandes cantidades de desechos plásticos que son manipulados inadecuadamente y dispuestos en tierra, que de alguna u otra manera terminan en los océanos, ocasionando alto grado de contaminación tanto en los suelos como en el mar. Greenpeace calcula que se vierten el océano aproximadamente 8 millones de toneladas de plástico, además, la Fundación Ellen MacArthur proyecta que para el 2025 los océanos tendrán 1 tonelada de plástico por cada 3 de peces y en 2050 habrá más plástico que vida marina. Estas cifras requieren no sólo de un cambio radical en la gestión de los desechos plástico, sino que también una campaña de concientización para minimizar la contaminación y su impacto ambiental y a la salud del ser humano.

Venezuela es un país en donde no existe una cultura arraigada para el reciclaje de desechos plásticos, esto

evitaría en gran medida el impacto ambiental y la salud de la población, además presenta una oportunidad en las empresas al disminuir sus costos de operación reciclando parte de su desechos plásticos como por ejemplo la materia prima que reingresa a sus procesos productivos. Son pocas las empresas que tienen implementado un sistema de reciclaje, donde parte de sus desechos plásticos que se generan en la producción son reutilizados reingresando al proceso, es por ello que surge la necesidad de elaborar el presente trabajo de investigación a fin de comunicar la problemática planteada, describirla y proponer alternativas factibles para la preservación del ambiente y el aumento en la rentabilidad de las empresas involucradas.

El plástico es un material elaborado a partir de materiales orgánicos, sintéticos o semisintéticos, se componen de elementos como carbono, hidrógeno, oxígeno, nitrógeno, cloro o azufre. Los compuestos empleados para producir

plástico se llaman polímeros y pueden ser naturales o de origen sintético; entre los de origen natural, el almidón, la celulosa y polihidroxialcanoatos generados por microorganismos, son los más utilizados, sin embargo la mayoría de los plásticos que se usan tienen origen sintético a partir del petróleo; así mismo se les añade ciertos aditivos que permiten obtener las propiedades deseadas en el producto final, como los estabilizadores que protegen el material de agentes externos, otros como los plastificantes otorgan flexibilidad al polímero, y los pigmentos añaden color a los plásticos. Siendo un material con tantas ventajas, se ha expandido su uso en todas las actividades cotidianas, teniendo un efecto dominó en la producción de dicho material, así, más demanda más oferta, lo que lleva a generar más residuos y contaminación. Luego de cumplir con su función, el plástico, en muchos casos de un único uso, termina como parte de los desechos plásticos. El desecho plástico no está compuesto sólo del producto final que termina en espacios destinados a la basura, sino que, además, está compuesto de esos

desechos que se generan en el proceso de manufactura de ese producto final, y es en ese punto en donde se desprende el aporte que puede suponer el manejo de esos desechos como parte de un reintegro en el sistema de producción y que económicamente sea viable. En relación a lo anterior, surge la oportunidad de transformar esos desechos en materias primas recicladas, éstas últimas trabajadas de manera distintas dependiendo del proceso que se necesite para lograr un uso eficaz en las empresas, conducen a los costos subyacentes en los que se incurrirá la incorporación de materias primas recicladas en el sistema de producción. Teniendo en cuenta que los costos son los recursos usados directamente en la producción de un bien o la prestación de un servicio, según Ramírez y García (2010) “los costos de los recursos que utilizan o invierten en la producción de los mismos están constituidos por consumos de materias primas y/o materiales y otros insumos, trabajos de personas, usos de instalaciones, maquinaria y/o activos tecnológicos”.

Esto permite la valuación de inventarios y controlar la eficiencia de las operaciones, de la misma forma proporciona información a la administración para fundamentar la planeación y la toma de decisiones (análisis y estudios especiales), que en este caso pueden estar orientados a objetivos que le concedan a la entidad encaminarse a la sustentabilidad sin poner en riesgo la actividad económica de la empresa.

La contabilidad de costos mide, analiza y reporta información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquisición o uso de los recursos dentro de una organización, incluyendo diferentes enfoques y métodos en los que basar la toma de decisiones, esto permite proveer un alto valor a la entidad en el momento de aplicar una u otra estrategia de manera eficaz. Sin embargo, continuamente las entidades se enfrentan a las presiones de reducir costos de los productos que ofrecen, consecuencia de la competencia global, lo que lleva a decidir la mejor relación costo-beneficio para la entidad.

En la perspectiva que aquí se desea manejar, se considera la relación costo-

beneficio como un lineamiento para la toma de decisiones estratégicas y operacionales, según (Charles T. Horngren, Srikant M. Datar, Madhav V Rajan 2012) “los recursos se tienen que gastar si los beneficios esperados para la organización superan los costos deseados”, es por ello que se presenta un análisis basado en la situación de desecho plástico en Venezuela en el que se considera el incremento porcentual de desechos en una entidad, sopesando los costos que ocasiona el manejo de materia primas.

### **Diagnóstico**

En Venezuela al no existir una cultura de reciclaje o aprovechamiento de los desechos de diversos tipos, especialmente el plástico, se genera una problemática nacional afectando al medio ambiente, a la población y elevando los costos de operación de las empresas generadoras de este tipo de desecho. En este sentido, de acuerdo al reportaje publicado por la Asociación Civil sin fines de lucro (VITALIS, 2022), señala que en el país no existen políticas, estadísticas oficiales, metas para incentivar el reciclaje, en mediano o largo plazo, por lo que, menos del 15% de la basura es

reciclada actualmente produciendo pérdidas socioeconómicas importantes.

Uno de los tipos de desecho más peligrosos por el alto grado de contaminación y su tiempo de biodegradación va más allá de los 250 años, es el plástico. La gran mayoría de las empresas utilizan materia prima cuyos componentes principales son los polímeros, y de ellas son pocas las que reutilizan, un porcentaje (35%), de sus desechos plásticos del proceso. De igual manera, son pocas las empresas que existen en el país que se dedican exclusivamente al reciclaje de los desechos plásticos, entre ellas se encuentran:

- Plastetic Group que se dedica a coleccionar, clasificar, limpiar y reciclar PET de un solo uso con un sistema r-Pet integrado.
- Venrecicla procesa en su planta los residuos hacia materias primas secundarias principalmente en dos líneas de productos en las que se encuentra el plástico como lo son: Polietileno (PE), Polipropileno (PP), Polietileno tereftalato (PET), Policloruro de vinilo (PVC),

Acrlonitrilo butadieno estireno (ABS), Butiral de polivinilo (PVB), Poliestireno (PS), Policarbonato (PC) y otros. La planta tiene actualmente una capacidad de procesamiento de 20.000 TM por año.

- ECOPLAST crea nuevos productos a base de PET reciclado o a partir de una «polimezcla» llamada así por ellos mismos, que es una combinación de polietileno y polipropileno.

Las capacidades de las empresas que se dedican al reciclaje son bajas en comparación a la generación de residuos, lo cual ocasiona que muchos proyectos e iniciativas de reciclaje en el país no sean sustentables en el tiempo por falta de mercado. aun cuando en el país no hay cifras oficiales sobre generación, composición y reciclaje de residuos y desechos, a pesar de unas cuantas iniciativas puntuales que se ha desarrollado estimaciones de datos, los técnicos de VITALIS sugieren que de alrededor de las 19 a 25 mil toneladas de residuos que se producen diariamente en el país, solo entre 10 y 19% pudieran estarse reciclando.

De acuerdo con las estadísticas que maneja VITALIS (Ob. Cit), en Venezuela se recicla alrededor del 95% del aluminio, 90% de hierro, 25% de vidrio, 1% de materia orgánica, 20% de papel y cartón, y alrededor del 2% en plásticos. Este último, representa diariamente quinientos mil (500.000 tn) toneladas diarias que al año alcanzan 182,5 toneladas al año. Con el bajo nivel de reciclaje de plástico presente en el país se realiza un análisis en el cual se parte de ese nivel mínimo de reciclaje para posteriormente, mostrar el beneficio de incrementar el porcentaje de reciclaje en el proceso productivo.

### **Análisis del diagnóstico**

De acuerdo a reportes realizados por la empresa (FX San Martí, 2021), entre los residuos generados los envases de plásticos representan el 65% del total en peso, los beneficios que se logran reciclando por cada tonelada son de 2 metros cúbicos de vertedero, 140 litros de petróleo, 50.000 litros de agua. Todo esto representa un costo de aproximadamente unos 5.000 dólares por tonelada.

Tomando en cuenta estos costos y la situación en Venezuela con relación a

los desechos plásticos, se presenta el siguiente análisis considerando en primer lugar 0,5 tn/día para un reciclado de 2 % (porcentaje de reciclaje en Venezuela); en segundo lugar, un porcentaje de 35%.

Ahorro por reciclar (2%) = 0,5 tn/día \* 5000 \$/tn = 2.500 \$ diarios

Para un total anual de: 2.500 \$/día \* 365 días = 912.500 \$ anuales

Por otro lado, tomando en cuenta que se puede aumentar en un 35% a corto plazo el reciclado de los desechos plásticos, los ahorros resultantes de dicha actividad son los siguientes:

Cantidad de desecho plástico = 35% \* 25 tn/día = 8,75 tn/día.

Por lo tanto, el Ahorro por reciclar (35%) = 8,75 tn/día \* 5.000 \$/tn = 43.750 \$/día

De este modo, existe una diferencia con respecto a la situación actual, de 33% (35% - 2%), percibiendo un total de:

Aumento del ahorro (\$) = 43.750 \$/día - 2.500 \$ = 41.250 \$ diarios. Para un total de ahorro anual de:

Total, Anual (\$) = 41.250 \$ diarios \* 365 días/año = 15.056.250 \$ anuales

De esta manera se tiene un promedio de más de 15 millones de dólares

anuales por concepto de ahorro con la actividad de reciclado de los desechos plásticos en el país, que pueden traducirse en una ventana de oportunidad para ampliar, por ejemplo, la capacidad de la empresa siempre y cuando sea gestionada eficientemente. No obstante, la capacidad para reciclar en el país, pudiera duplicarse o triplicarse en el caso del papel, los plásticos y el vidrio, en tanto que el aprovechamiento de los residuos orgánicos pudiera incrementarse hasta un 100%. Así mismo, el reciclaje de los desechos plásticos por parte de las empresas puede variar de manera positiva, sin afectar la calidad de sus productos y elevando la productividad y rentabilidad de las mismas.

Es importante destacar que los programas que puedan ponerse en práctica para alcanzar beneficios económicos y socio ambientales, están consagrados en la Constitución Bolivariana de Venezuela, que permite atacar los problemas vinculados a la deficiente gestión de los residuos y desechos, aunado a políticas públicas serias y comprometidas por parte del

gobierno nacional, que mejoren su gestión y manejo.

Tomando en cuenta que alrededor del 80% de los residuos domésticos e industriales pudieran ser reciclados, para (VITALIS, 2022), la promoción del reciclaje no sólo pudiera contribuir a resolver el primer problema ambiental del país que es la basura, sino hasta se pudiera generar alrededor por lo menos 250 mil empleos directos y más de 1 millón indirectos en un año. Sin embargo, aclara, que no hay que dejar a un lado la importancia de disminuir la generación de residuos y desechos, y la promoción de la reutilización, tanto a nivel residencial como industrial.

### **Alternativas para considerar**

De los resultados obtenidos en la revisión diagnóstico con respecto al reciclado de los desechos plásticos en general y particularmente en el país, sumado al análisis de los beneficios económicos y ambientales que se pueden obtener, se plantean algunas alternativas para que las entidades puedan maximizar sus ingresos siendo sustentables. Entre ellas se tienen:

- Realizar una indagación en el mercado en donde se comparen

diferentes empresas que provean de materia prima reciclada, con las mejores condiciones que incluya gastos de traslado y embalaje, además del precio.

- Plantear una línea de producción nueva, es decir, que difiera a cualquier otra que la empresa opere originalmente, conlleva un estudio y análisis de todas las áreas involucradas, sin apartar el hecho de que es costoso. Se requiere un análisis en todos los niveles de la cadena de valor, cómo lo son: la investigación y desarrollo que experimenta con las ideas relacionadas a nuevos productos; diseño y proceso del producto en el que se evidencia la participación de la ingeniería en la planeación de los procesos que acompañarían a ese nuevo producto; la producción que incluye la logística de entrada, las operaciones y los recursos para elaborar tal producto; una parte intrínseca es el cliente, por tanto el marketing, promoviendo las ventas a esos clientes interesados en las características de ese nuevo producto; la distribución y el embarque de tales productos; por

último, si es indispensable el servicio al cliente luego de la compra del producto. Todo ello con un acompañamiento contable y financiero, dado que, cada una de esas áreas necesitan una evaluación de recursos.

- Si bien modificar o cambiar por completo la infraestructura de producción o transformación es costoso, y se necesita de un financiamiento que lo permita, la entidad puede aprovechar el sistema a disposición con nuevos mecanismos válidos, dirigidos con eficiencia respaldados con un equipo capaz y comprometido con los nuevos objetivos.
- La entidad debe evaluar sus oportunidades y amenazas, adquiriéndolas cómo fortalezas en su gestión, en este caso, una amenaza para el ambiente es el desecho plástico, pero, para la entidad se convierte en una oportunidad de convertirlo en una parte importante, en la medida que es sustentable.
- Es importante contar con un personal apto y que a su vez compartan la visión de la entidad,

entre ellas, resalta el acompañamiento del asesoramiento que brinda un contador público.

- La funcionalidad en los distintos niveles organizacionales de una entidad va dirigida por una gestión apoyada en las políticas internas de la entidad, en este caso, establecer una gestión de ambiente que abarquen el tratamiento y disposición de desechos, su uso, recuperación y reciclaje.
- Un término que se viene utilizando desde hace pocos años es “la economía circular”, que en esencia es la base de una nueva economía en la que el diseño y la producción respeten plenamente la necesidad de reutilización, recuperación y el reciclaje al elaborar productos sostenibles, esto permitiría a la entidad que adopte ese sistema, la inversión y la innovación en el mercado.
- De lo anterior, se deriva un mercado acostumbrado a consumir de todo, se puede motivar al consumo de bienes de productos reciclados, una iniciativa que va tomando auge en

los últimos tiempos, convirtiéndose en una oportunidad de posicionar a la entidad.

Es importante resaltar que, a nivel mundial, los gobiernos y la empresa privada están uniendo esfuerzos con universidades para realizar estudios que permitan minimizar el impacto ambiental y reducir los costos asociados a dichos daños y al no aprovechamiento de los recursos al no realizar actividades de reciclaje. Uno de los estudios más importantes es el realizado por (Ozkan, 2021), el Uso de Nanopolímeros para el Ahorro de Energía de la Universidad Pública de Riverside, California (UC) que ha desarrollado una forma de reciclar los residuos plásticos, como las botellas de refrescos o agua, en un nanomaterial útil para almacenar energía. Han trabajado por varios años en el desarrollo de materiales mejorados para el almacenamiento de energía a partir de fuentes sostenibles. Con esta última innovación se podría reducir la contaminación que produce el plástico y además acelerar la transición al uso de energía 100% limpia.

## Conclusiones

Los costos son parte fundamental del funcionamiento de cualquier entidad, siendo estos un punto clave para la toma de decisiones. Es por ello que este caso de estudio planteó un aspecto a considerar en el sistema de producción, con base en un reintegro de materias primas recicladas, generado por un ahorro por el incremento porcentual de estos mismos en el proceso de producción. Dentro de ese orden de ideas, distintas entidades con asistencia en las áreas financiera, legal, ingeniería, RRHH y mercadeo, pueden plantearse un proyecto, viable a mediano y largo plazo, en el que se consideren implementar un porcentaje de algún tipo de desecho o incrementar su uso en la entidad, atendiendo de manera inquisitiva la gestión ambiental. Con respaldo en información financiera y con el ahorro planteado en esta investigación, puede resultar beneficioso a las entidades acoplarse a una economía circular en donde a

través de cambios que permitan reducir costos de fabricación y aumentar los ingresos, permita reducir la extracción de materia prima de plástico. Las alternativas son diversas, las propuestas en esta investigación no son únicas y cada entidad de acuerdo a su naturaleza, tiene oportunidades en la creación de nuevos productos con base en desechos reciclados.

## Referencias

- Charles T. Horngren, Srikant M. Datar y Madhav V Rajan (2012). *Contabilidad de Costos*. Decimocuarta Edición. PEARSON EDUCACIÓN. México.
- FX San Martí. (2021). <http://fxsanmarti.com>. Obtenido de [http://fxsanmarti.com/cajas\\_carton\\_plastico](http://fxsanmarti.com/cajas_carton_plastico)
- Ozkan, M. y. (2021). Estudio sobre el Uso de Nanopolímeros para el Ahorro de Energía. UC Riverside USA.
- Ramírez Carlos y García Milton (2010), *Fundamentos y técnicas del costo*. 1era Edición. Cartagena de India, Colombia.
- VITALIS. (2022). <https://vitalis.net/>. Obtenido de Actualidad Ambiental: <https://vitalis.net/actualidad-ambiental/venezuela-no-cuenta-con-politicas-ni-metas-para-incentivar-el-reciclaje/>

## **IMPORTANCE OF MANAGEMENT IN VENEZUELA IN THE FRAMEWORK OF INFLATION AND THE MULTI-CURRENCY SYSTEM**

Daniela Colmenares, Dorvic Hernández y Ricardo Romero

### **Summary**

The objective of the article is to describe the importance of management in the context of inflation, and a multi-currency system. Through a descriptive investigation through three parts: First, the variables of inflation, management and multicurrency systems are analyzed separately, to give an understanding of the complicated panorama that is presented in the administrative and accounting sciences in the country to carry out optimal performance. Second, how inflation has led to the use of a multi-currency system. Third, business management found itself in the need to adapt to the changing environment in the country due to economic variations through the use of different currencies. To conclude, the management in this area in the application of modern mechanisms that internalize a deep objective of maximizing productivity, performance and efficiency to make them more competitive in the markets by sharing intellectual capital as agents of change to adapt to new models. Keywords: Management, Inflation, multicurrency system, Administrative Sciences, Accounting Sciences.

## **IMPORTANCIA DE LA GERENCIA EN VENEZUELA EN EL MARCO DE LA INFLACIÓN Y SISTEMA MULTIMONEDA**

### **Resumen**

El objetivo del artículo es describir la importancia de la gerencia en el marco de la inflación, y un sistema multimonedas. Mediante una investigación descriptiva a través de tres partes: Primero, se analizan las variables de inflación, gerencia y de sistemas multimonedas por separado, para dar a comprender el complicado panorama que se presentan en las ciencias administrativas y contables en el país para llevar a cabo un óptimo desempeño. Segundo, como la inflación ha llevado a generar el uso de sistema multimonedas. En tercer lugar, la gerencia empresarial se vio en la necesidad de adaptarse a el entorno cambiante en el país por las variaciones económicas a través del uso de distintas monedas. Para concluir, la gerencia en este ámbito en la aplicación de mecanismo modernos que interioricen un profundo objetivo de maximización de la productividad, rendimiento y eficiencia para hacer más competitivos en los mercados compartiendo el capital intelectual como agentes de cambios para adaptarse a los nuevos modelos.

Palabras clave: Gerencia, Inflación, sistema multimonedas, Ciencias Administrativas, Ciencias Contables.

## **Introducción**

En las primeras tres décadas del siglo XXI se han producido fuertes alteraciones en la manera de percibir y aplicar los conocimientos administrativos y contables en las empresas en Venezuela, causando reestructuraciones en todos los niveles organizacionales, para poder así adaptarse a los constantes y repentinos cambios debido al deterioro y colapso de la situación económica en la nación. Es por ello que, la estructura organizacional de las empresas hoy en día, han de estar atentas y dispuestas a asumir los retos en cualquier situación de contingencia.

Es por esto que, la adopción de diferentes divisas por parte de la población venezolana, hizo que las empresas y las organizaciones se adapten a un desconocido sistema multimonetario, ofreciendo un sinnúmero de métodos de pago para la adquisición de bienes y servicios, entre los cuales se manejan transferencias en Euros, Dólares Estadounidenses y Criptomonedas, causando una distorsión en los sistemas contables del país y la necesidad de una adecuación a nivel gerencial para cumplir con las

metas de las organizaciones en el actual panorama venezolano.

## **Gerencia**

Los seres humanos a lo largo del tiempo se han dispuesto a crear distintas sociedades que agrupan ciertas características en concreto, lo que, a su vez, ha dado lugar a la creación de subgrupos que varían dependiendo de las actividades que allí se desarrollan. Ejemplos de ello pueden ir desde los estados, las empresas y las organizaciones hasta los grupos de vecinos. La gerencia no refiere a una formación académica particular sino a cambiantes áreas de conocimiento que en su aplicación permiten “garantizar” la optimización de las actividades organizacionales.

Para que cada una de estas sociedades pueda desempeñarse, se han implementado jerarquías, diferentes cargos y puestos organizacionales, cada uno con diferentes responsabilidades y obligaciones. Sin embargo, los puestos de gerencia y en específico, los de alta gerencia, son de los más importantes puesto que en ellos recae la mayor parte del peso en el logro de los objetivos.

El concepto de gerencia hace referencia a la capacidad de administrar recursos humanos y físicos en función de lograr los objetivos de una empresa, adaptándose a diferentes ámbitos y etapas del entorno. Maucher (2003) "La gerencia es el componente básico responsable de la dirección y coordinación de otras partes de la organización, la gerencia provee una dirección organizacional, al establecer metas y definir estrategias, ayuda, asimismo, a interpretar el ambiente externo y a controlar la efectividad de la empresa".

Es importante precisar que este concepto abarca todos los aspectos que se encuentran dentro del desempeño empresarial, por esta misma razón la figura de un gerente debe ser representada en alto con los valores y conocimientos necesarios para mejorar la eficacia de los recursos que se disponen en su entorno.

Desde la perspectiva de Morales (2007), los modelos de gerencia, que se encuentran ligados al desarrollo empresarial son la gerencia por objetivos, gerencia patrimonial y gerencia política. De este mismo modo

denomino cada uno de ellos de la siguiente manera: La Gerencia por objetivos hace referencia a aquella que planifica los objetivos por etapas y organiza métodos para el cumplimiento de los mismos, pero teniendo presente una meta final a la que están encaminados todos los pasos anteriores. La gerencia patrimonial, es aquella de la cual está encargada una persona que forma parte parcial o total de la propiedad de la empresa.

Otro tipo de gerencia es la política el cual se involucran los cargos políticos en la administración y no es tan común. Sin embargo, todos los tipos de gerencia van a tener unas funciones establecidas que van en pro del logro de los objetivos de las organizaciones o empresas y son generales para todos los tipos.

De este modo, Faria (2017) expreso que, en Venezuela, la gerencia también ha presentado ciertos cambios con el tiempo, pero hay aspectos que se encuentran marcados con regularidad en las altas administraciones de las pequeñas y medianas empresas, lo que hace tener en consideración los puntos positivos y negativos como país.

A su vez, también se encuentra condicionada a muchos factores externos e internos que hacen necesario que la personas sean los encargados de desempeñar dicha función, ya sean seres innovadores, creativos, inteligentes y dispuestos a estar recibiendo constantemente nuevos conocimientos y herramientas para ir solucionando las problemáticas que con el paso del tiempo se van encontrando en el día a día de la gerencia.

En relación a lo descrito anteriormente, se han de tomar en cuenta las opiniones de los clientes, trabajadores y al mismo tiempo se pueda cumplir con las expectativas de los dueños o inversores de la empresa, de manera que pueda identificar los detalles a mejorar en el servicio o producto que realiza; de allí que se destinen fondos a la innovación y mantenimiento de las herramientas laborales así como de las estructuras físicas donde se trabaja; que se implementen planes y metas en muchos ámbitos para que todos a su vez funcionen en óptimas condiciones. Los pensamientos de Taylor (1856-1915) en su concepción científica inspirada en la gerencia en Venezuela,

se fundamentan en el precepto de que el principal objetivo de la administración científica es asegurar la máxima prosperidad al empleador, conjuntamente con la máxima prosperidad para el empleado, a través de rendimientos óptimos, costos de producción reducidos y pagos de altos salarios.

Los roles de los gerentes en la administración pública o privada, necesitan restaurar la forma de aplicar modelos y teorías gerenciales para favorecer cambios palpables que obtengan resultados sociales, económicos y políticos, que conduzcan hacia un horizonte de progreso, condicionado por los recursos naturales con los que se cuentan, cuyos principales impulsores potenciales son el petróleo, gas, la minería, la agricultura y el turismo, orientados a una verdadera satisfacción real de las demandas de la sociedad, evitando a toda costa, prácticas de sensación de un país de bienestar utópico y con mayor análisis de lo percibido en las calles, donde se manifiesta una crisis estructural del modelo productivo.

En el entorno debe realizarse una

estructuración desde sus bases en la gerencia de las organizaciones, con mayor aceptación en las de carácter público, con el firme propósito de tomar y corregir las decisiones políticas que afectaron de manera drásticas en los sectores empresariales, los cuales causaron el deterioro de la economía en el país.

Estas percepciones han de servir como punto de reflexión a los gerentes venezolanos, los cuales tienen la responsabilidad de demandar no solo un perfil competitivo para ejecutar cargos gubernamentales y favorecer al Estado. Sus aportes van más allá de una ideología política, una formación profesional integral estratégica es una de las condiciones más relevantes en la toma de decisiones, de allí la importancia de la gerencia venezolana de requerir estrategias que les permitan participar con efectividad en el ámbito nacional para hacer frente a la crisis económica que actualmente emergen en el país producto de una serie de decisiones desacertadas.

Por esta razón, Zavala (2009) señala en su libro la década crítica de la economía venezolana, 1998 -2007,

está marcada por profundas tomas de decisiones desacertadas que van desde los nombramientos de titulares de un gabinete gubernamental desprendidos de una formación intelectual especializada en el área que corresponda, desviando el accionar de las instituciones estables.

Desde una visión objetiva el personal que se forma profesionalmente para ejercer cargos gerenciales en las empresas deben tener no solo la habilidad para analizar las variables contingentes que correspondan a situaciones específicas, si no también la habilidad para crear, inventar y aplicar las estrategias administrativas que sean efectivas, ante las circunstancias que se afronten integrando teoría y práctica por la vía más útil, en el caso de las multimonedas deben estar en un constantes aprendizaje para un buen manejo de la organización. Este complejo panorama que ha llevado la gerencia no es más que el origen de uno de los elementos fundamentales de este artículo que es la inflación que se ha llevado a cabo en estos últimos 10 años, el cual se ha acentuado en los

años 2012 hasta el 2018 en Venezuela.

### **Inflación**

La palabra inflación viene del latín inflatio forma sustantiva abstracta de inflatus, quiere decir inflado, en efecto, Becker (2017), señala que:

La inflación se trata como uno de los indicadores económicos más vitales que han llamado la atención de los países desarrollados y en desarrollo. En la teoría los puntos de vista tradicionales afirman que una inflación baja es necesaria para que una economía impulse el desarrollo económico como política, cada país debe lograr un crecimiento económico sostenible. (p.81)

Es importante destacar que la inflación se describe como un crecimiento permanente en el nivel general de precios en la economía de un país, lo que indica una disminución del poder adquisitivo por el aumento del costo de vida. Es crucial tener en cuenta que el cambio en el nivel general de precios debe ser permanente para ser tratado como inflación.

Una inflación controlada en la economía de un país nos conlleva a elevar los niveles de producción a través de la inversión, por lo tanto,

Morales (2022), expresa que: “La inflación en niveles moderados incentiva el crecimiento económico y motiva a la población a invertir, pues está consciente de que, si no hace esto, su dinero perderá su valor con el paso del tiempo.” Por otro lado, el mismo autor, comenta que el poder adquisitivo de las personas no estaría acompañando al crecimiento económico es decir a un alza de los precios menor es su cantidad de adquisición y su demanda aumenta.

En este mismo contexto, Sevilla, (2016) expreso que “Los tipos de inflación más comunes son: deflación, inflación moderada, inflación galopante e hiperinflación”. La primera, se refiere a cuando los precios en lugar de ir en aumento, van en retroceso de forma generalizada; el segundo, ocurre cuando la subida de precios no supera el 10% anual; el tercero, cuando el nivel de inflación ya es de mínimo dos dígitos (mayores al 10%) hasta los tres dígitos anuales; y la hiperinflación ya hace referencia al aumento sostenido de los precios de los bienes y servicios en un porcentaje mayor al 1000% anual.

Existen algunas entidades internacionales como el Fondo

Monetario Internacional (F.M.I.) que se ocupa de promover la cooperación monetaria internacional, garantizar la estabilidad financiera, facilitar el comercio internacional, promover un empleo elevado, un crecimiento económico sostenible y reducir la pobreza en el mundo entero, la finalidad de la F.M.I es garantizar la estabilidad del sistema monetario internacional, es decir, el sistema de pagos internacionales y tipos de cambio que permite a los países y a sus ciudadanos efectuar transacciones entre sí. Cumple dicha finalidad realizando el seguimiento de la economía mundial y las economías de los países miembros, concediendo préstamos a los países que enfrentan problemas de balanza de pagos, y prestando ayuda práctica a los miembros.

Por otra parte, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) es el organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas responsable de promover el desarrollo económico y social de la región; cada una de estas organizaciones se encarga de velar por

los intereses económicos de cada una de las naciones que la conforman, la finalidad de la CEPAL es ayudar al desarrollo económico y social de sus respectivas regiones y fortalecer las relaciones económicas de sus países miembros, tanto entre sí como con otros países y regiones del mundo, todo esto en los marco regulatorios y referenciales que tengan las entidades financieras del país anfitrión del cual se esté colaboraron a su fortalecimiento económico.

En el caso de Venezuela, esta función la cumple el Banco Central de Venezuela (BCV) que es el organismo responsable, como principal autoridad económica, de velar por la estabilidad monetaria, de los precios en el país y por ser el único autorizado para emitir la moneda de curso legal en Venezuela.

En el caso de la inflación que se deriva de ella es la hiperinflación, es cuando los procesos inflacionarios comunes ocurren fenómenos que originan que esa inflación se dispare a niveles superiores y no tengan ningún tipo de control a corto plazo y las tasas anuales se enaltecen de manera exorbitante

subiendo más del 1000% anual.

La hiperinflación comúnmente ocurre cuando hay un aumento significativo en la oferta monetaria que no está respaldado por el crecimiento económico. El aumento de la oferta monetaria a menudo se debe a que el gobierno imprime o inyecta más dinero en la economía nacional o para cubrir los déficits presupuestarios. Cuando se coloca en circulación más dinero, el valor real de la moneda disminuye y los precios suben. En general la inflación se denomina hiperinflación cuando la tasa de inflación crece más del 50% por mes.

Bajo el criterio de León, (2016) “La hiperinflación es el resultado de un largo periodo de elevada inflación, en la que los precios aumentan sin control y la moneda pierde su valor”. En épocas de hiperinflación la actividad económica de cualquier país se ve restringida ante tantas adversidades para su normal desenvolvimiento, lo que hace generar pérdidas de distintos tipos para cada una de las empresas, esto hace que la producción se estanque, aumente el nivel de pobreza y el poder adquisitivo sea cada vez menor.

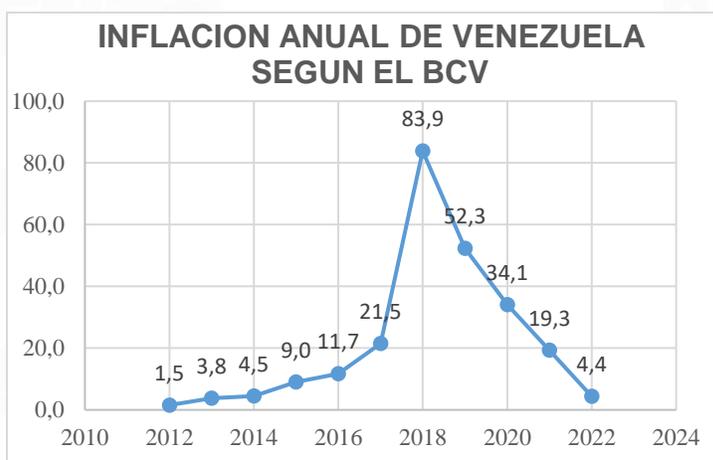
Por ello, se ha presentado como una responsabilidad de la gerencia de las empresas adaptarse, ser creativos y comenzar a emplear herramientas de pago en monedas internacionales para sustentar la controvertida economía venezolana, para poder sobrevivir al huracán económico que han sido entre los años 2017 al 2021. Sin embargo, a pesar de no seguir estando en hiperinflación, según el mismo BCV, el 2021 cerró con una inflación acumulada anual del 686,4%, lo que sigue haciendo que Venezuela tenga una de las tasas de inflación más altas del mundo.

Hasta enero del presente año 2022, cuando se cumplieron los doce meses consecutivos con una variación intermensual por debajo del 50%. La etapa más alta de la hiperinflación lo encontramos en el año 2018 con un nivel del 65.374,08%, y luego de ese año, fue que el país comenzó a descender estos niveles de inflación debido a varios cambios en el sistema económico aplicados por el ejecutivo nacional

El BCV dio a conocer que la inflación mensual registró un aumento significativo, pasando de 1,7% en

febrero a 10,5% en marzo de 2022. Así fue comunicado el 4 de abril tras recopilar los datos obtenidos el último mes. Se trata del primer incremento desde julio de 2021, ya que desde tal momento la tasa de inflación había estado bajando mes a mes. Un periodo

de baja consecutiva que duró siete meses en total y se rompe con el índice recogido en marzo de 2022. Esto se puede ver en el siguiente gráfico, donde se evidencia un quiebre prolongado en descenso.



Fuente: Banco Central de Venezuela (BCV) (2022).

Como se puede evidenciar en la gráfica la inflación tuvo un acenso abrupto a mediados del 2017 hasta el 2018 dejando así una época de mucha escases y altos costos de los pocos productos que se conseguían, no fue hasta finales del 2018 cuando comenzó a descender la inflación a pasos moderados gracias a inyección de capital de del ejecutivo nacional y de entidades financieras para así controlar los índices inflacionarios que se estaban observando en el país.

Según el Observatorio Venezolano de Finanzas (O.V.F) con este último dato, la tasa anual de inflación en Venezuela pasa a ser de 251%, una cifra también mayor a febrero cuando se ubicaba en 246%. Entre los rubros que registraron los mayores aumentos están los renglones equipamiento del hogar (105,9%), servicios (15,9%), comunicaciones (8,7%) y alimentos (3,1%), todos estos datos están sustentados bajo los estudios

presentados por BCV, F.M.I y la CEPAL.

En resumen, se podría decir que las principales causas de la hiperinflación venezolana han sido: Una economía históricamente dependiente de recursos naturales, en especial del petróleo, que cuando el precio del barril es elevado hay época de bonanza, pero cuando cae, al no existir ahorro, se entra en crisis.

Todos estos niveles de inflación, han dejado una serie de consecuencias en nuestra controvertida economía y una de las más palpables es la del uso de facto de nuevas monedas y la ampliación de los métodos de pagos aceptados en diversos negocios y empresas a nivel nacional, todo esto conlleva a una nueva etapa producto de la inflación en el cual las personas buscaron nuevos métodos de pagos en sus transacciones de vida diaria, esto le da origen a los sistemas multimonedas que se convirtió en un seguro de compra para las personas ante la devaluación de la moneda en Venezuela.

### **Multimoneda**

Sistemas multimonedas o multimonedas según Salazar (2021) se

presentan como un sistema de cambio, el cual circulan en un país de manera libre y sin restricciones, dando la facilidad de ahorrar dinero en monedas extranjeras y a su vez también el pago de bienes y servicios en cualquier entidad económica o financiera, para mejorar el desarrollo del país y como subsistir en medio de una economía cambiante. El sistema multimonedas, también ha sido definido, según el F.M.I (2004), como un sistema fiscal intercontinental que se centra no en una sola moneda de una nación si no en grupo de ellas.

La dolarización del sistema financiero interno llevo a un desarrollo de múltiples monedas, que a partir del cuarto trimestre de 2018 fue cuando se empezó a permitir los depósitos en divisas en la banca local, dando cavidad a la diversidad de multimonedas en el desarrollo del país, todo esto debido al flujo de personas que migraron hacia otros países y a las remesas que enviaban las a sus familiares para poder sustentar las precarias condiciones en las que se encontraban muchas familias venezolanas.

En Venezuela, trabaja bajo una

economía bimonetaria en vías de un posible afianzamiento, donde el rol de la moneda nacional está perdido, en buena medida, las funciones del dinero, los países donde circulan diferentes monedas como medio transaccional y financiero tienden a resistir y a sustituir plenamente la moneda nacional por monedas extranjeras está íntimamente asociada a las implicaciones que sobre la política económica y la gestión fiscal. Ahora bien, tenemos un proceso de co-circulación multimonedas (que quiere decir esto que en el desarrollo de las actividades económicas circulan distintas monedas en distintos lugares del país). Casos como los estados occidentales Mérida, Trujillo, Táchira y Zulia, donde circulan el peso colombiano más que el dólar estadounidense o el euro; Para el centro del país se ven más operaciones en dólares; hacia el sur se van a conseguir más personas, operan con reales brasileños o incluso en oro directamente; hacia la zona insular Nueva Esparta básicamente las transacciones son en euros y dólares por la cercanía con islas que tienen que ver con Europa. De esta manera,

también hay muchas personas que han resuelto su problema de medios de pago con cuentas en el exterior (Zelle) e incluso utilizando criptoactivos.

Es de allí que, Chirino (2021) resalta que el deterioro de la economía venezolana a mirado el valor del bolívar hasta el punto de convertirse en un actor mínimamente frecuente en las transacciones que ocurre en el país suramericano, su colapso, indican los expertos, ha dado paso a un sistema multimonedas un sinfín de métodos de pagos.

No existe ninguna evidencia que contenga la relación de las multimonedas con la bonanza económica, y menos aún que esta sea un sustituto de otras reformas económicas estructurales. Hay que enfatizar que la multimonedas no elimina los riesgos de sufrir crisis externas, ni incrementa la sostenibilidad fiscal, no soluciona los problemas en el sistema financiero ni contribuye a resolver la crisis de la deuda externa. El bolívar ha sufrido una depreciación progresiva a consecuencia de la hiperinflación. Es por ello que se implanta un sistema de

multimonedas en el país, tanto a nivel empresarial como personal.

Es importantes que las empresas tengan personas capacitadas en el área administrativo y contable capaces de elaborar los estados financieros, bajo las NIIF, el uso de sistema multimonedas afecta la situación de los estado de situación financiera, al estado de resultados y al estado de flujos de efectivo, ya que el mecanismo de moneda local tiende hacer volátil por su inestabilidad, es por ello que existen las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), es el conjunto de estándares internacionales de contabilidad promulgadas que establece los requisitos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar sobre las transacciones y hechos económicos que afectan a una empresa y que se reflejan en los estados financieros para obtener información razonables para la toma de decisiones a nivel gerencial.

Los estados financieros que se preparan para efectuar el análisis de su moneda funcional basado en las Normas Internacionales de Información Financiera, específicamente la Norma

Internacional de Contabilidad N° 21 “Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera” (NIC 21) tiene el objetivo de prescribir como se incorporan en los estados financieros de una entidad, las transacciones en moneda extranjera y los negocios en el extranjero y como convertir los estados financieros a la moneda de presentación elegida.

La adaptación de las NIIF nos proporciona la oportunidad de realizar los estados financieros de una forma más adecuada tanto la moneda local como cualquier otro tipo de moneda, a través del uso permanente de las políticas contables, logrando beneficios potenciales, es de esta manera que la gerencia se adapta a este entorno tan cambiante para la toma de las mejores decisiones.

Asimismo, la inflación y los sistemas multimonedas buscan por medio de la gerencia generar un buen manejo en las áreas administrativas y contables. Desde un punto de vista gerencial, la inflación conlleva directamente el desarrollo de las multimonedas como un elemento importante para sobrellevar el alza de los precios y así poder generar una estabilidad

financiera a las empresas. Como reflexión a lo anteriormente expuesto cabe destacar que en un mundo donde la carrera por sustituir el dinero físico por el dinero digital parece ir a velocidad creciente, muchos países se jactan del grado de desarrollo de los medios de pago disponibles en sus economías.

### **Conclusión**

Tomando en cuenta que el conocimiento administrativo es un recurso evaluable, la exigencia social de una administración eficiente se plantea como un gran reto en las organizaciones, es por esto que si hablamos de la gerencia en el punto de las organizaciones como aquella que toma las decisiones en ambientes estables e inestables el cual busca el objetivo de las organizaciones, es así como un elemento externo como la inflación afecta directamente la toma de decisiones y de este modo la gerencia toma mayor instancia.

Es de allí, la mala implementación de las políticas económicas, fiscales y monetarias en Venezuela ha generado una inflación incontrolable convirtiéndose en una hiperinflación

trayendo como consecuencia que la moneda nacional haya sufrido una devaluación, lo cual dio a entrada a nuestro país la implementación de un sistema multimonedas, que ha permitido que las relaciones comerciales sean en moneda extranjeras como el dólar, euro, pesos, entre otros.

Debido a la situación que se presenta en Venezuela, por el uso del sistema de multimonedas, la Gerencia debe estar alerta y buscando constantemente estrategias efectivas, que puedan hacer frente a esta economía tan vulnerable, andar sobre la marcha de las diversas políticas implementadas por el Gobierno Nacional y también por las políticas internas de la organización por el entorno tan cambiante.

En cuanto a la información financiera y contable en un país donde se encuentra un sistema de multimonedas, las empresas deben contar con personas con gran conocimiento, financieros, administrativos y contables de igual manera la información se genere tanto en nuestra moneda nacional, como en cualquier otro tipo de moneda.

“La gerencia es el arte de manejar el riesgo en tiempos de incertidumbre.”

Luther King.

## Referencias

Acevedo Fernández, Ernesto Inflación y crecimiento económico: una relación no lineal Economía Mexicana. Nueva Época, vol. XV, núm. 2, segundo semestre, 2006, pp. 199-249 Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C. Distrito Federal, México <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32315202>

Álvarez, Maximir (2002) Dinero electrónico y política monetaria. Una primera aproximación. Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura, vol. VIII, núm. 2, julio-diciembre, 2002, pp. 185-194 Universidad Central de Venezuela Caracas, Venezuela.

Contreras, José J.; Crespo, Miguel Francisco ¿Hacia un nuevo sentido de la gerencia? Revista Venezolana de Gerencia, vol. 10, núm. 32, octubre-diciembre, 2005, pp. 583 - 604 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29003204>

Durán, Yosmary Contabilidad bajo el enfoque de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC`s). Estudio basado en la Pyme. Visión Gerencial, núm. 1, enero-junio, 2015, pp. 53-88 Universidad de los Andes Mérida, Venezuela

Hernández, José Luis (2005). Análisis Financiero. Perú. Disponible en: [www.gestiopolis.com/canales5/fi/anfinancier.htm](http://www.gestiopolis.com/canales5/fi/anfinancier.htm). Consulta: 07 de septiembre de 2008.

Hornngren, Charles T.; Sundem, Gary I.; Stratton, William o.(2006) Contabilidad Administrativa; Toma de Decisiones; Contabilidad de Costos; Contabilidad.

Risquez, Justino Venezuela: un caso de Inflación mediana. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. VIII, núm. 2, mayo - agosto, 2002, pp. 228-233 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28080203>

Rubio D., Pedro (2007). Manual de Análisis Financiero. España: Universidad de Málaga. Edición electrónica. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2007a/255>. Consulta: 31 de Julio de 2008.

## **PURCHASE DECISIONS OF CONSUMERS BEFORE INFORMATION SYMMETRIES IN DIGITAL MARKETING**

María Gómez y Samira Cedeño

### **Summary**

The purpose of this article is to analyze consumer behavior when making purchase decisions in the presence of information asymmetries within e-commerce and how companies can minimize them through digital marketing strategies. The research responds to a documentary review whose purpose is, first of all, to describe consumer behavior and information asymmetries in e-commerce. Secondly, to analyze the behavior of consumers within digital media as an influence on digital marketing strategies through signaling theory and knowledge management, and thirdly, a review of digital marketing trends is made. global consumption and it is concluded that the presence of digital marketing is increasingly relevant when purchasing products and minimizing consumer mistrust caused by information asymmetries.

Keywords: consumer, trust, asymmetries, marketing, e-commerce.

## **DECISIONES DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES ANTE SIMETRÍAS DE INFORMACIÓN EN MARKETING DIGITAL**

### **Resumen**

El presente artículo tiene como objetivo analizar el comportamiento del consumidor al tomar sus decisiones de compra en presencia de asimetrías de información dentro de los e-commerce y como las empresas pueden minimizarlas mediante estrategias de marketing digital. La investigación responde a una revisión documental que tiene como propósito, en primer lugar, describir el comportamiento del consumidor y las asimetrías de información en los e-commerce. En segundo lugar, analizar el comportamiento de los consumidores dentro de los medios digitales como influencia en las estrategias de marketing digital por medio de la teoría de la señalización y la gestión del conocimiento, y en tercer lugar, se hace una revisión de las tendencias del consumo globales y se concluye que la presencia del marketing digital es cada vez más relevante al momento de adquirir productos y minimizar la desconfianza de los consumidores ocasionadas por las asimetrías de información.

Palabras clave: consumidor, confianza, asimetrías, marketing, e-commerce.

### **Introducción**

El consumidor al momento de hacer sus elecciones de compra tiene una

meta clara: satisfacer sus necesidades.

Con esto en mente, las empresas buscan la mejor manera de ponerse en

el radar del consumidor y compiten entre sí para ver quien capta la mayor cantidad de compradores. En un principio se trataba de quién podía ofrecer productos de mejor calidad a un mejor precio; aunque esto no cambia y siguen siendo ítems importantes para el consumidor al momento de adquirir un bien, la evolución de la tecnología, en especial de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) han puesto de manifiesto la necesidad de, no solo hacer un buen producto a un precio que sea competitivo, sino de conocer mejor al consumidor para llegar de forma más efectiva a este.

El mundo del internet ha permitido que muchos procesos complejos puedan ser simplificados, entre ellos las compras. La facilidad de poder acceder con un sólo clic al catálogo completo de una tienda y del mismo modo poder preguntar en tiempo real acerca de cualquier producto, puede ser algo bastante tentador para muchos. Sin embargo, en los medios digitales siguen existiendo asimetrías de información las cuales conllevan a costos de transacción que pueden

dejar en entre dicho la credibilidad del oferente del producto.

Las asimetrías de información implican un problema en ambos sentidos, ya que al efectuar transacciones por medio de la web se corre el riesgo de que se cree un escenario de incertidumbre para las partes debido a que la identidad de estas en el e-commerce B2C (Business to consumer) puede ser difícil de determinar y/o comprobar, en especial para el consumidor. Es allí donde las estrategias de marketing digital juegan un papel fundamental, puesto que, mediante estas se puede crear la confianza para que el consumidor desee comprar a través de los medios digitales.

### **Comportamiento del consumidor: el dilema de la confianza**

Al hablar del comportamiento del consumidor, Schiffman y Lazar (2010, p. 5) lo definen como las características que determinan la forma en la que los individuos toman sus decisiones de compra; sus gustos y preferencias, cómo busca información de los bienes y servicios que desea adquirir, cómo analiza sus opciones de compra en el mercado (cómo las evalúa y descarta)

y cómo los utiliza una vez realizada la compra.

El análisis del comportamiento del consumidor no solo abarca al individuo, sino a como “la evolución de los mercados ha hecho que en los individuos surjan nuevas necesidades que pueden incluso estar ligadas a tendencias o deseos, lo que implica en que siempre habrá un nuevo consumidor al cual complacer” (Rey & Barrientos, 2020) con lo cual, nos encontramos con un panorama cada vez más intrincado para prever los comportamientos que puedan asumir los individuos al comprar, ya que “a menudo los propios consumidores no saben exactamente qué variables afectan sus compras” (Kotler & Armstrong, 2012, p.134)

Sin embargo, Mollá, Berenguer, Gómez, y Quintanilla (2006, como se citó en Rey & Barrientos, 2020) distinguen tres características que inciden en el comportamiento de los consumidores. Para estos autores el comportamiento del consumidor es dinámico, ya que, basado en su criterio y el conocimiento obtenido de experiencias previas, tomará sus

decisiones de compra y se definirá su comportamiento en “todas las actividades que van antes, durante y después de la decisión de compra y como el consumidor reacciona basado en sus acciones” (Rey & Barrientos, 2020).

Este también posee un comportamiento motivado, que reacciona en base a estímulos internos o externos, por lo que “las decisiones de compra siempre estarán ligadas a la motivación que presente el consumidor en su momento, aunque es preciso aclarar que esa motivación (en la cual se involucran deseos, impulsos o disposiciones) pasará a convertirse en el reconocimiento de un problema que el individuo deberá resolver” (Raiteri, 2016, como se citó en Rey & Barrientos, 2020).

Otro factor determinante es el sistema psicológico del individuo, puesto que, tanto el entorno en el que se desenvuelve el consumidor, así como otras situaciones a las que este se encuentre sujeto privaran sobre su personalidad y, por tanto, sobre la manera en la que deciden (Domínguez & Fernández, 1999). Además de estas

características, Kotler y Armstrong (2012, p.135) distinguen otros factores que también influyen en el comportamiento del consumidor, como lo son la cultura, la sociedad donde se desenvuelven, su clase social, grupos o las redes sociales.

Aunque en los mercados digitales el proceso de compra no es distinto, si lo son los consumidores, las e-commerce se enfrentan a “un usuario más activo, informado, que tiene un amplio conocimiento del mercado y con una claridad mayor de lo que espera de su entorno. Estos nuevos consumidores son cada vez más exigentes, quieren mayor reconocimiento personal y una mejor experiencia con respecto al servicio o productos que consumen” (Pérez, 2017), no obstante, este proceso de búsqueda, negociación y transacción implica, bien sea en el mundo digital como en el mundo físico, costos de transacción y “así, nos encontramos con barreras como la desconfianza, la poca privacidad o la inseguridad por parte del agente cliente” (Rodríguez, et al, 2003 p.5) es allí donde las empresas deben encontrar la forma de minimizar estas

barreras para volverse más atractivas en el mercado.

Uno de los retos a los que se enfrentan las e-commerce, en especial las B2C, es como fomentar la confianza de los consumidores hacia sus medios, porque si bien, el internet reduce el tiempo de búsqueda de la información, la comparación de los precios y de productos, esto no es condición suficiente para eliminar la existencia de riesgos en las negociaciones que puedan surgir por la aparición de asimetrías de información, ya que la existencia de éstas en un mercado pueden complicar las transacciones entre los individuos hasta llegar al punto de volverlas irrealizables. Es así como abordaremos el concepto de asimetrías de información.

### **Las asimetrías de información**

Las asimetrías de información se generan cuando una de las partes en una negociación, bien sea comprador o vendedor, posee más o mejor información acerca del trato que se está llevando a cabo y éste la utiliza en su beneficio. Esto genera, como señalan Arbi, Kausar y Salim (2017), un desequilibrio de poder durante la transacción, lo que en el peor de los

casos puede conducir a una falla de mercado, perdiendo eficiencia y ocasionando una caída en el trato comercial justo. Las asimetrías de información pueden ocurrir de dos formas: a través de la selección adversa o mediante el riesgo moral.

La selección adversa es un problema de asimetría de información ex ante, es decir, que se da antes de la negociación. Akerloff (1970) en su artículo sobre el mercado de los autos usados, afirmaba que el vendedor siempre posee más información que el comprador. En el mercado de los autos usados, había tanto, buenos autos como malos autos y el vendedor lo sabía, aun así el vendedor ocultaba esta información al momento de la negociación, de esta forma el comprador estaba sujeto a una selección adversa ya que estos no podían saber con certeza cuales autos eran de buena calidad y cuales eran de mala calidad, por lo que finalmente estos terminarían valorando a todos los autos a un precio bajo, de esta forma los vendedores de autos en buenas condiciones saldrían del mercado por no poder vender a un precio

satisfactorio, afectando el mercado por la presencia de solo malos vendedores. Por otro lado el riesgo moral es una situación de asimetría de información ex post, es decir, que se da después de terminadas las negociaciones. Esta situación es mas fácil de ver con el mercado de los seguros, donde una vez cerrado el contrato, la aseguradora no tiene forma de saber cual será el comportamiento del individuo, por lo que corre el peligro de que estos asuman “más riesgos que los que normalmente asumirían porque las consecuencias negativas de sus actos no son asumidas por ellos sino por otros” (Navarro, 2019).

### **¿Cómo minimizar las asimetrías de información?**

Las asimetrías de información desequilibran los mercados, cambiando rasgos de su comportamiento y creando vacíos que, como afirma Spence (2002), “pueden modificar algunas de las características del funcionamiento, por no mencionar la estructura institucional, de los mercados en los que aparecen”. Si bien, las asimetrías de información no se pueden eliminar por completo, si se

pueden minimizar y algunas de las teorías más resaltantes para este fin son la de la señalización (Signaling theory) y la gestión del conocimiento (Knowledge Management).

La señalización consiste en, precisamente eso, señalar las características y ventajas que posee un bien o servicio en el mercado y que lo puede diferenciar y volverlo más atractivo para el consumidor de este. Así como el oferente puede tener información acerca del bien que ofrece que le conviene guardar para sí, también puede ser el caso contrario, este conoce rasgos de su producto que lo pueden volver más competitivo en el mercado y a través de la señalización puede mostrarlo. Este es el caso del mercado laboral.

Spence (1973) hizo un estudio acerca de la señalización en los mercados laborales, donde se percato que al momento de las contrataciones, como lo empleadores no podían estar seguros acerca de las características de los solicitantes, fijaban un salario por debajo de lo que debería recibir un trabajador capacitado, debido al riesgo de contratar a una persona poco cualificada, tal como pasaba en el

mercado de los autos usados. Este salario por debajo expulsaba del mercado a aquellos candidatos más aptos y se daba una selección adversa. Sin embargo, estos trabajadores más capaces podían buscar la forma de destacar sus atributos mediante la señalización de alguna actividad que informara al empleador sobre sus cualidades y así disminuir la asimetría de información.

En los mercados digitales, y los mercados en general, la señalización de las características de los bienes y servicios ofrecidos, viene sujeta del marketing, por lo que una buena estrategia puede reducir la desconfianza del consumidor al momento de hacer una transacción por medios digitales. No obstante, la señalización no reduce todos los riesgos, solo brinda mayor información al consumidor acerca del producto o servicio que desea adquirir. La gestión del conocimiento, sin embargo, puede brindar otra capa de seguridad que respalde la señalización.

Según Carlota Bustelo y Raquel Amarilla (2001) se puede definir a la gestión del conocimiento como “todo el conjunto de actividades realizadas con

el fin de utilizar, compartir y desarrollar los conocimientos de una organización y de los individuos que en ella trabajan, encaminándolos a la mejor consecución de sus objetivos” estas actividades se pueden clasificar en aquellas “que integran el ciclo de vida del conocimiento o la cadena de valor de conocimiento (como) son las destinadas a identificar, adquirir, desarrollar, compartir, utilizar y retener el conocimiento” (Alfaro, 2011).

Las empresas dentro de los e-commerce pueden utilizar indicadores de confianza en el conocimiento a través de la gestión del conocimiento como la retroalimentación por parte de los consumidores antes y/o después de las transacciones, la clasificación del vendedor y el comprador y el historial de ventas y compras anteriores (Arbi et al., 2017). De esta manera cualquier comprador y/o vendedor antes de tomar una nueva decisión de transacción en línea entra en los detalles de los Indicadores de Confianza en el Conocimiento (KTI, por sus siglas en inglés) desarrollados y obtiene plena satisfacción para llegar al

final y tomar una decisión (Gómez et al, 2005, como se cito en Arbi et al., 2017). Esto da confianza al consumidor ya que puede comprobar la información que se le está dando, además puede revisar las experiencias de consumidores anteriores y en base a ello tomar mejores decisiones. Por parte del empresario, este feedback con el consumidor le puede ayudar a mejorar las características de sus productos y ofrecer una mejor experiencia en consonancia con las tendencias de consumo de su publico objetivo.

### **Tendencias de consumo globales**

Conocer al consumidor es fundamental para las empresas, en especial en el entorno digital, donde la confianza que tengan los compradores sobre los productos y servicios que ofrezca la empresa, significan para esta seguir en el mercado o morir en el intento. Esto se hizo más evidente en medio de la pandemia por COVID-19, donde, como señala KPMG (2022) “los patrones de consumo; pusieron de relieve la necesidad para las empresas de ser más flexibles y ágiles para poder adaptarse con rapidez a los cambios”. Las tendencias de consumo se

mantienen en constante evolución, no obstante, KPMG en el mismo informe resalta que la construcción de confianza a partir de un propósito y la experiencia del consumidor en el centro, son algunas de las más relevantes.

La construcción de la confianza a partir de un propósito solo pone de manifiesto el cambio surgido en medio de la pandemia donde “los clientes esperan que las empresas representen algo más que los productos que venden” (KPMG, 2022) lo que profundiza el sesgo de los consumidores hacia empresas que basen su actividad a un propósito o fin claro, como puede ser el medio ambiente, la sustentabilidad, la equidad, entre otros. Dentro de esta tendencia Deloitte (2022) destaca que el propósito de una empresa puede ser el factor clave para su crecimiento, además señala que la mercadotecnia auténticamente inclusiva puede ser una gran herramienta para ganar y conectar con los clientes.

Por otro lado, la experiencia del consumidor en el centro según una encuesta realizada por Econsultancy (2019, como se citó en KPMG, 2022) muestra que “cerca del 60% de los

líderes empresariales cree que el customer-centricity (centralidad del cliente) representa uno de los factores más preponderantes en la implementación de la nueva cultura digital” ya que, gracias a esta las empresas pueden conocer mejor a sus consumidores y anticipar sus necesidades. De esta forma, pueden mejorar la comunicación con sus clientes, aumentando las posibilidades de fidelizarlos al proveer una mejor experiencia.

Un estudio realizado por IBM (International Business Machines) y NRF (National Retail Federation) mostró que el segmento más grande los consumidores (44%) están motivados por un propósito, eligiendo aquellas marcas o productos que mejor se alineen con sus valores. En el mismo estudio se encontró que la mitad de los consumidores encuestados dicen estar dispuestos a pagar más por la sostenibilidad, aunque aun se mantiene una brecha entre la intención y la acción. Muchos hábitos de compra que los consumidores adoptaron por necesidad ahora son permanentes, ya que se han acostumbrado a la velocidad, la comodidad y la

personalización que brindan las diferentes herramientas en los mercados digitales (IBM & NRF, 2022). En conjunto con las tendencias de consumo y las estrategias de marketing que mejor se ajusten a su propósito, las empresas pueden minimizar la incertidumbre de los clientes logrando fortalecer la confianza de estos.

### **Marketing digital en los e-commerce**

El comercio electrónico o e-commerce es definido por Durmaz & Kiliņç (2017) como la combinación de las posibilidades de acceso masivo a Internet utilizando las amplias posibilidades de los sistemas tradicionales de tecnología de la información (TI) dentro de las cuales se encuentran los elementos de un intercambio de vendedores, proveedores, comerciantes y consumidores con el canal Web utilizado; por otro lado Chaffey y Ellis-Chadwick (2014, como se cito en Barrientos, 2017) lo definen como las transacciones financieras y de información realizadas de manera electrónica entre una organización y cualquier tercero con el que tenga tratos.

Dentro de las estrategias comerciales, Gibson (2018) señala que el marketing digital es una estrategia que brinda a un individuo u organización la capacidad de llegar a los clientes mediante el establecimiento de prácticas innovadoras, combinando tecnología con estrategias de marketing tradicionales. Para Ortegón (2019) las estrategias de marketing digital pasan de ser una novedosa tendencia a transformarse en una inversión para las empresas, así como también para emprendedores, particulares, marcas, starups, entre otros, que abre la posibilidades de crecer.

De esta forma el marketing digital según Durmaz y Efendioğlu (2016) tiene como objetivo atender a los clientes lo más rápido posible y espera orientación de los clientes en lugar de intentar cambiar su percepción como el marketing tradicional; esto convierte al marketing digital en una poderosa herramienta ya que a través de este, los clientes pueden llegar fácil y rápidamente a los productos y servicios y tener una opinión sobre ellos comparando productos similares y, por lo tanto, agilizar el proceso de compra,

lo cual es una de las grandes ventajas del comercio electrónico.

Una buena estrategia de marketing digital según Tello (2014, como se citó en Mena et al. 2019) contempla la utilización de todos los recursos disponibles en la red con la finalidad de poder adentrarse en el gusto del cliente, sobre todo valiéndose del alto grado de penetración de ciertos portales dentro del Internet. El objetivo de todo esto no es solamente tener éxito en los e-commerce, sino que se trata de tener una buena planificación estratégica que permita a la marca o a la compañía distinguirse y dar ventaja frente a la competencia de acuerdo al sector donde compite y atraer al público correcto para lograr fidelizarlo.

Con un crecimiento del comercio electrónico mundial en el 2021 de 26,7 billones de dólares según datos de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) las perspectivas sobre las e-commerce se muestra favorable, sobre todo en la región de Latinoamérica donde en el periodo de pandemia según KPMG (2022) el comercio electrónico tuvo un crecimiento cercano al 37%, en el que

destacaron Argentina, Brasil y México, con un crecimiento del 79%, 35% y 27%, respectivamente. Si bien, parte de este gran crecimiento del e-commerce fue debido a las condiciones de la pandemia, no podemos dejar de lado que esto también fue, tal como lo afirma KPMG (2022) el combustible que le brindó a las e-commerce el impulso para expandirse, añadiendo nuevos y potenciales canales de venta para las empresas.

Aun cuando todavía nos queda camino por recorrer en la inclusión digital y a la mejora de la confianza, las estrategias de marketing digital ofrecen un apoyo a las e-commerce en cuanto a la creación de un entorno más cercano con el consumidor, que le brinda a este una mayor confianza en el vendedor. Las estrategias de marketing digital más utilizadas según Ortegón (2019) son:

- Marketing de contenidos: este tipo de estrategia de marketing digital está vinculada a crear un contenido en la web, que sea de forma persuasiva e intuitiva para los consumidores, además de que, el contenido debe estar redactado de la forma más amigable y familiar posible para que los espectadores

se sientan más cómodos al momento de interactuar con la marca.

- Marketing en buscadores: comúnmente llamado motores de búsqueda, es una herramienta utilizada mayormente por las empresas para posicionar sus páginas web dentro de las primeras posiciones en los buscadores para obtener más visitas y visualizaciones, así los clientes potenciales pueden estar al tanto de los productos y servicios que ofrezca la empresa. El propósito de la optimización de motores de búsqueda (SEO, por sus siglas en inglés) es unir al público objetivo y la página web a través de estos (Durmaz & Efendioglu, 2016)
- Inbound marketing: esta estrategia es considerada como uno de los mecanismos dentro del marketing digital, para atraer, enganchar y deleitar a los clientes. Básicamente, se trata de generar contenido para los consumidores con el objetivo de llamar su atención, captarlos o atraerlos y convertirlos en próximos contactos

con la base de datos que se obtenga con respecto a su información y con la ayuda del proceso de automatización los guía al proceso de compra para transformarlos en clientes, logrando crear buenas experiencias con el producto/servicio.

- E-mail marketing: se trata de contactar a los clientes a través de correos electrónicos para informarles sobre determinados productos y servicios (Korkmaz, 2002, p.38 como se citó en Durmaz & Efendioglu, 2016). Esta estrategia busca crear una relación directa con el cliente dentro de la base de datos. De esta forma, se puede interactuar con el cliente en caso de que este tenga dudas con el producto/servicio que se está ofreciendo y así brindarle el mayor soporte y el mejor servicio de atención al cliente.
- Marketing de redes sociales: este estereotipo de marketing se refiere a todas las herramientas que se pueden utilizar para desarrollar, gestionar y manejar las redes

sociales bien sea Facebook, Instagram y Tiktok que son las que comúnmente se asocian para crear contenido para los seguidores, consumidores de la marca y clientes potenciales generando buenas experiencias de compra y de consumo para que regresen por la buena calidad y la atención hacia los clientes. Los medios sociales de internet son una herramienta que favorece la interacción entre los usuarios, convirtiéndose en un mecanismo que permite a las organizaciones llegar de manera más directa a sus clientes debido a la confianza que tienen sobre la marca (Jiang et al., 2016, como se citó en Guzmán, 2018). No obstante, la naturaleza de las redes sociales como un medio de distracción u ocio hace que la correcta formulación de la estrategia de marketing sea fundamental para el logro de los objetivos de la empresa.

Los datos que se obtienen de estas interacciones con los cliente son los que nos permiten conocerlos más a fondo, indicándonos cosas como: qué les gustaría ver, con qué tipo de

contenido desean interactuar, qué otros productos/servicios quisieran para ofrecerlo en un futuro; así podemos conocer a nuestro público objetivo brindarles toda la información que ellos necesiten para consolidar la transacción y tener la confianza de volver a negociar dentro de un entorno virtual.

### **El consumidor en la era digital: la confianza lo es todo**

Los consumidores se enfrentan a una amplia gama de información a través de páginas web y redes sociales, toda esta información puede jugar a su favor minimizando las asimetrías de información a las que, como consumidores o vendedores nos enfrentamos al momento de cerrar un trato. Sin embargo, la naturaleza de las transacciones web B2C pueden volver a los consumidores inseguros debido a la falta de confiabilidad y credibilidad de la información suministrada al momento del intercambio, ya que, tal como lo indican Gomez, Martens y Turlea (2014, como se citó en Guzmán, 2018) los costos pueden verse incrementados porque la comunicación entre el consumidor y el vendedor no es clara, debido a diferencias lingüísticas,

culturales, institucionales y comerciales; afectando la confianza del consumidor al momento de tomar sus decisiones de compra en posteriores transacciones dentro de los mercados digitales.

Una transacción por medios digitales puede dar como resultado para el consumidor dos posibles alternativas, por un lado, la realización de una compra satisfactoria y exitosa que lo conduzca a una mayor utilización de los medios digitales, por otro lado, puede resultar ser engañado o estafado con lo cual puede verse desincentivado a comprar a través de sitios web o redes sociales; este último efecto es lo que se debe trabajar mediante la correcta utilización de las estrategias de marketing porque los efectos nocivos de las de la desconfianza del consumidor no solo se quedan en esa compra que resultó mal, sino que afecta a los otros vendedores por la selección adversa.

La mayor apertura a los e-commerce en el mundo y el amplio rango de interacción que ofrecen tanto a consumidores como a vendedores, hace que las posibilidades sean

infinitas; sin embargo, la confianza se suma como elemento fundamental en la supervivencia de este nuevo medio que cada vez está más presente en nuestra vida cotidiana. Saber fortalecer este vínculo es indispensable para las empresas o vendedores particulares que incursionan en este formato digital y para el consumidor. La facilidad que ofrece la web social para que los usuarios puedan expresar sus ideas creativas respaldadas por la comunidad permitiendo que la empresa adapte sus productos y/o servicios considerando sus preferencias (Fernandes & Belo, 2016, como se citó en Guzmán, 2018) abre un mundo de posibilidades que poco a poco van cerrando brechas.

### **Conclusión**

En los mercados digitales al igual que en los mercados físicos, siempre existirán asimetrías de información, por lo que las estrategias de marketing son esenciales al momento de reducirlas y crear confianza en los consumidores. El comportamiento de los consumidores resalta en las decisiones de estos ante las asimetrías que se encuentran en los e-commerce,

especialmente los comercios B2C. Los parámetros de decisión van a depender de varios factores como la veracidad de la empresa o vendedor, los comentarios de otros clientes que han realizado una compra y sus experiencias con la marca o el producto, la empresa o el vendedor con el que hizo el trato, entre otros elementos en los que se puedan sustentar tanto las e-commerce para crear confianza, como el consumidor para respaldar sus decisiones.

Entender al consumidor y tener claro el propósito de las actividades realizadas por la empresa pueden llegar a ser determinantes en el éxito de esta ya que, como lo afirma KPMG (2022) “colocar al cliente en el centro es, en definitiva, tener un propósito” por lo que las empresas deben determinar cuál es su misión y que papel quieren jugar en la sociedad en la que se desenvuelve, más allá de lo económico, para volverse más confiables ante los consumidores.

Los riesgos a los que se pueden incurrir al adquirir un producto y/o servicio en la web son elevados, debido a que, se desconoce quién está detrás de esa pantalla promocionando ese producto

y/o servicio, con lo cual cada negociación implica un alto riesgo; disminuir estos sesgos representa el gran reto de los e-commerce ya que la confianza es la base del delicado tejido de la, cada vez mayor, digitalización al que están sujetas las economías.

### Referencias

Akerloff, G. (1970). The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Revista The Quarterly Journal of Economics* 84, 488-500. Recuperado: <https://www.jstor.org/stable/1879431>

Alfaro, H. P. (2011). Implementación de la Gestión del Conocimiento en la empresa. *Revista Éxito profesional* 135, 6. Recuperado: [https://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion\\_135\\_310111\\_es.pdf](https://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_135_310111_es.pdf)

Arbi, K. A., Kausar, D. A. R., & Salim, I. (2017). Minimizing Asymmetric Information in Online Markets through Knowledge Management. *Revista International Journal of Management Excellence*, 8, 8. Recuperado: <https://core.ac.uk/download/pdf/234065365.pdf>

Barrientos Felipa, P. (2017). Marketing + internet = e-commerce: Oportunidades y desafíos. *Revista Finanzas y Política Económica*, 3, 41-56. Recuperado: [http://editorial.ucatolica.edu.co/ojsucatolica/revistas\\_ucatolica/index.php/RFYPE/article/view/1338](http://editorial.ucatolica.edu.co/ojsucatolica/revistas_ucatolica/index.php/RFYPE/article/view/1338)

- Bustelo Ruesta, C., & Amarilla Iglesias, R. (2001). Gestión del conocimiento y gestión de la información. *Revista PH*, 226. Recuperado: <http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/1153>
- Deloitte. (2022). Tendencias Globales de Mercadotecnia 2022. Deloitte Venezuela. <https://www2.deloitte.com/ve/es/pages/technology/articles/tendencias-globales-mercadotecnia-2022.html>
- Domínguez, L., & Fernández, L. (1999.). INDIVIDUO, SOCIEDAD Y PERSONALIDAD. *Revista cubana de psicología*, 16, 1. Recuperado: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rcp/v16n1/06.pdf>
- Durmaz, Y., & Efendioglu, I. H. (2016). Travel from Traditional Marketing to Digital Marketing. *Revista Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 16, 7. Recuperado: <https://journalofbusiness.org/index.php/gjmb/article/download/2049/1951>
- Durmaz, Y., & Kiliñç, N. (2017). The Effect of Asymmetric Information on Consumer Trust in E-Commerce and a Field Work. *Revista International Journal of Research in Business Studies and Management*, 4,9. Recuperado: <https://www.ijrbsm.org/papers/v4-i10/1.pdf>
- Gibson, C. (2018). The Most Effective Digital Marketing Strategies & Approaches: A Review of Literature. *Revista International Journal of Scientific and Research Publications*, 8(2), 5. Recuperado: <https://www.ijsrp.org/research-paper-0218/ijsrp-p7404.pdf>
- Guzmán Duque, A. P. (2018). El S-commerce: La innovación a través de Medios Sociales. *Revista Journal of technology management & innovation*, 13(1), 56-65. Recuperado: <https://doi.org/10.4067/S0718-27242018000100056>
- IBM, & NRF. (2022). Consumers want it all. Reporte enero 2022. Recuperado de: <https://www.ibm.com/downloads/cas/YZYLMLEV>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing (14th ed). Pearson Prentice Hall. Libro en línea. Recuperado de: [https://www.academia.edu/33383796/marketing\\_kotler\\_armstrong\\_pdf](https://www.academia.edu/33383796/marketing_kotler_armstrong_pdf)
- KPMG. (2022). Tendencias 2022 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur. Reporte abril 2022. Recuperado de: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/co/sac/pdf/2022/04/cr-tendencias-2022-en-america-del-sur-v2.pdf>
- Mena, D., Angamarca, M., Ballesteros, L. G., & Ordoñez, I. F. S. (2019). Estrategias de Marketing Digital en Empresas E-Commerce: Un acercamiento a la perspectiva del consumidor. *Revista 593 Digital Publisher CEIT*, 4(Extra 5-1), 108-122. Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144035>
- Navarro Martínez, J. Á. (19 de junio de 2019). La información asimétrica.

- <https://www.mheducation.es/blog/la-informacion-asimetrica>
- Ortegon, C. (01 de febrero de 2019). 11 estrategias de marketing digital que debes conocer ya mismo. <https://blog.inmarketing.co/blog/las-mejores-estrategias-de-marketing-digital>
- Pérez Arena, D. (11 de mayo de 2017). Consumidor Digital: Estudiando su comportamiento. Marketing 3.0. <https://comunidad.iebschool.com/di-anavicperez/2017/05/11/consumidor-digital-estudiando-su-comportamiento/>
- Rey, D. D., & Barrientos, M. de los A. (2020). COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES EN EL PERIODO DE POST PANDEMIA. Revista Formación Estratégica, 2(1), Recuperado: <https://www.formacionestrategica.com/index.php/foes/article/view/38>
- Rodriguez, N., Vásquez Abad, J., & Martínez, M. (2003). EL COMERCIO APROXIMACIÓN DESDE LOS COSTES DE TRANSACCIÓN. Revista Galega de Economía 12, 26. Recuperado: <https://www.redalyc.org/pdf/391/39112109.pdf>
- Schiffman, L. G., & Lazar Kanuk, L. (2010). Comportamiento del consumidor. Prentice Hall. Libro en línea. Recuperado de: <https://psicologadelconsumidor.files.wordpress.com/2016/04/comportamiento-del-consumidor-schiffman-10edi.pdf>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. Revista The Quarterly Journal of Economics, 87(3), 355-374. Recuperado: <https://www.jstor.org/stable/1882010>
- Spence, M. (2002). LA SEÑALIZACIÓN Y LA ESTRUCTURA INFORMATIVA DE LOS MERCADOS. Revista Asturiana de Economía, 46. Recuperado: [http://www.ebour.com.ar/ensayos\\_meyde/Spence%20-%20La%20senalizacion%20y%20la%20Estructura%20Informativa%20de%20los%20Mercados.pdf](http://www.ebour.com.ar/ensayos_meyde/Spence%20-%20La%20senalizacion%20y%20la%20Estructura%20Informativa%20de%20los%20Mercados.pdf)
- UNCTAD. (03 de mayo de 2021). El comercio electrónico mundial alcanza los 26,7 billones de dólares mientras COVID-19 impulsa las ventas en línea. <https://unctad.org/es/news/el-comercio-electronico-mundial-alcanza-los-267-billones-de-dolares-mientras-covid-19-impulsa>

## **INCENTIVE SYSTEM AND JOB PERFORMANCE: AN EMPIRICAL APPROACH APPLIED IN MODERN ORGANIZATIONS**

Adriana Sánchez y Daniela Castillo

### **Summary**

Organizations are immersed in a highly competitive world, which is essential to generate motivation in workers and whose management drives success. The purpose of this study is to analyze the impact of applying an incentive system on job performance. It was based on documentary research, and the data was processed through content analysis and documentary review. Through a review of the background of incentives, concepts and the different theories with a comprehensive approach, which serves as a basis to adapt them to the context where organizations open their doors to modern technologies. In addition, the formal performance evaluation programs and procedures that companies must have are studied. It is concluded that implementing a fair and equitable compensation system brings satisfaction to employees, improvement of the organization's work environment and strengthening of the work team for a more productive company.

Keywords: System, incentives, performance, organizations, productivity.

## **SISTEMA DE INCENTIVOS Y DESEMPEÑO LABORAL: UNA APROXIMACIÓN EMPÍRICA APLICADA EN LAS ORGANIZACIONES MODERNAS**

### **Resumen**

Las organizaciones se encuentran inmersas en un mundo altamente competitivo, lo cual es fundamental generar motivación en los trabajadores y cuya gestión impulse el éxito. El presente estudio tiene como propósito analizar el impacto de la aplicación de un sistema de incentivos en el desempeño laboral. Se fundamentó en una investigación documental, y los datos se procesaron mediante el análisis de contenido y la revisión documental. Mediante una revisión de los antecedentes de los incentivos, conceptos y las diferentes teorías con un enfoque integral, que sirva de base para adaptarlos al contexto donde las organizaciones abren sus puertas a las tecnologías modernas. Además, se estudian los programas y procedimientos formales de evaluación de desempeño con los que las empresas deben contar. Se concluye que, el implementar un sistema de compensaciones justo y equitativo, trae consigo satisfacción a los empleados, mejora del clima laboral de la organización y fortalecimiento del equipo de trabajo para una empresa más productiva.

Palabras clave: Sistema, incentivos, desempeño, organizaciones, productividad.

### **Introducción**

Las organizaciones se enfrentan ante el desafío de adaptarse a los cambios

que manifiesta la nueva sociedad postmoderna, en un mundo cada vez más globalizado y altamente

competitivo. De manera que, los cambios económicos, sociales y tecnológicos han provocado que en el desarrollo de los procedimientos empresariales se deba tomar un rol diferente y que sea necesario modificar las funciones. Por lo cual, las empresas buscan mejorar su competitividad, y para ello requieren de un personal más productivo. Es allí donde se presentan la necesidad de impulsar y modificar su comportamiento a través de los incentivos laborales, para el beneficio de la empresa.

No obstante, no siempre es aplicado un proceso que cumpla con las expectativas de los empleados; resulta que muchas veces, los directivos y gerentes desconocen del grado de motivación laboral que tiene su personal y asumen que entre mayor generen presión, conseguirán un aumento en la producción y por ende mejor rendimiento; ocasionando entonces frustración y estrés. Debido a esto, para conocer y diferenciar que motiva a los trabajadores en desarrollar un mejor desempeño, las empresas deben descubrir cuáles son las necesidades e intereses de ellos, con el fin de aumentar su productividad.

Es por ello que, existen circunstancias tanto internas como externas, que repercuten en la dinámica de las organizaciones, así como en la forma de manejar los sistemas de remuneración y las tendencias de los negocios, que a su vez consideran los ciclos económicos en los cuales se encuentra sumergida la empresa. El comportamiento puede ser influenciado por un sistema de compensación, es necesario ofrecer un modelo que evalúe la ejecución de tareas y el desempeño, con la finalidad de establecer recompensas adecuadas, así los resultados organizativos mejorarán en la medida en que el diseño retributivo esté adaptado a los requisitos generados por el entorno.

### **Incentivos, otra forma de potenciar la cuenta de resultados**

Los incentivos corresponden a una serie de estímulos, que la empresa les otorga a sus trabajadores, individualmente o en grupo, para obtener como resultado mejores rendimientos y los objetivos marcados por la organización. De manera que, generan gran impacto en la satisfacción laboral y como consecuencia, provoca un incremento en la producción, mejora

la relación y la calidad de prestación del servicio. En efecto, un incentivo es un objeto, suceso, o condición que incita a la acción y constituyen cualquier tipo de recompensa, no necesariamente financieros en todos los casos, basada en alguna medida de desempeño según McAdams, (1998).

El origen de aplicar incentivos laborales se puede ubicar en la segunda mitad del siglo XIX, aparece con el movimiento de la Administración Científica. Uno de sus autores, Frederick W. Taylor, expuso una teoría basada en el trabajo en las fábricas. Con el fin de mejorar el rendimiento, sus planteamientos se basaban en que, dependiendo de las unidades que produjeran los trabajadores se les daba incentivos económicos, para así aumentar la eficiencia. Para lo cual, era necesario establecer un estándar de productividad; evaluar científicamente cada puesto. De tal forma que, recibirían un incremento en cuanto al salario ordinario si ejecutaban la asignación en el tiempo establecido. Desde entonces, además del pago del salario que le corresponde por su jornada normal y permanente, surgen

los incentivos como una manera de recompensar el desempeño excepcional de un empleado al realizar una labor. En otras palabras, los incentivos son una forma de inducir a los trabajadores que encaminen su conducta a conseguir los objetivos; estimular a los trabajadores para que su desempeño resulte mejor en aquellas actividades que realizan, ya que muchas veces no sienten la motivación suficiente para desarrollar dichas actividades con solo los sistemas de compensación.

Asimismo, junto con la administración científica, el término incentivo se empezó a usar en la psicología conductista; ambas incidieron en el entendimiento del incentivo como una técnica que cambia el comportamiento. Sin embargo, la conducta de las personas dentro de las organizaciones resulta una tarea ardua de comprender a plenitud. El hombre es un ser social por naturaleza y constantemente está involucrado en grupos, por lo que se vuelve aun más complejo la comprensión es una frase del filósofo Aristóteles (384-322, a. de C.) para constatar que nacemos con la

característica social y la vamos desarrollando a lo largo de nuestra vida, ya que necesitamos de los otros para sobrevivir. Cada individuo es un mundo diferente, con historias, vivencias, miedos, aspiraciones y talentos diversos, parte de una base, donde no todos son iguales, ni desean lo mismo. La comprensión de dicho comportamiento ha llevado a cabo diversos estudios en busca de las razones que originaron tales acciones y deseos.

Por consiguiente, la organización es un sistema de conductas sociales interrelacionados de muchas personas; esta interacción entre personas y organización se explica a través del intercambio; donde cada integrante percibe incentivos o recompensas en compensación de las respectivas aportaciones a la empresa. Por lo que, es la organización un modelo colaborativo racional, donde la motivación que llevan a los individuos a cooperar se manifiesta de manera voluntaria debido a las necesidades tanto físicas, como sociales que tiene la persona. Cada integrante seguirá colaborando siempre que sus labores en la organización influyan

directamente en sus metas para Chiavenato, (2011).

El análisis de los incentivos, prosiguió a través de las teorías modernas y estudios del contrato, de la agencia, de la propiedad y de los costos de transacción, esta última manifiesta que, en realidad lo que estimula a los trabajadores no está conformado únicamente por el pago de su labor, sino todo el ámbito organizacional en que sucede el intercambio; es decir, el entorno en el que se desenvuelven las actividades, tanto que, existen muchos factores ya sean positivos o negativos que de cierta forma influyen en la conducta de los mismos. Dichas teorías fueron cambiando, y actualmente se valoran múltiples herramientas para incentivar a los trabajadores, aparte del recurso evidente de la gratificación económica extra.

Al respecto, para Gonzáles, Michalik, Simionato y Vacas (2020) expresan que: “existen diferentes incentivos estos pueden ser de índole económica (aumento de salario, pensiones, etc.) o no económicas (flexibilidad horaria, reconocimiento de logros, etc.)”. (p.16). De acuerdo con los autores, es necesario que en las empresas se

encuentren equilibrados estos dos tipos de incentivos, aunque los incentivos no monetarios no sean tangibles ayudan al desarrollo del trabajador y por ende aumentan la productividad, aun cuando para algunos en forma monetaria sea más importante.

Cuando los trabajadores perciben que la empresa valora y recompensa su trabajo, aumenta su motivación laboral y el compromiso con la organización expresado por Madero, (2009). Para este punto, resulta pertinente destacar que el término incentivo es diferente de compensación; por lo que, compensar es la retribución por el trabajo realizado en la empresa a través de, no solo un salario, sino también beneficios y otras prestaciones, de manera que, los incentivos se consideran como otro elemento que forma parte de las compensaciones. En definitiva, las empresas deben considerar como prioridad diseñar y aplicar un sistema de remuneración justo y equitativo para los trabajadores que vaya más allá del salario.

En relación a lo que corresponde recompensar por un trabajo dado o

como crear un programa de remuneración aceptable, es de continua preocupación en todas las empresas a nivel mundial. Todo aquel que trabaja para una empresa sin importar el tamaño de esta, que de una u otra forma existe una relación de dependencia entre patrono y subordinado, se centran en lo que perciben; y se preguntan si lo que reciben como pago es lo que corresponde o no, así como se genera la intriga de conocer si lo que a los otros le pagan guarda alguna relación con lo que él recibe. Buscando la manera de conocer, que es lo que realmente la organización considera al momento de asignar el salario; ya que éste, es la base del contrato del trabajador con la organización.

En efecto, si una organización está comprometida con los empleados, buscará otorgar un sueldo justo y equitativo, que sirva para incentivar el desempeño de sus trabajadores. Para Richards (2006) los sistemas de compensación son:

Una manera en que las estrategias de salarios reflejan los valores, es el grado en que la organización

realmente considera la contribución de los empleados. Las recompensas y los programas de reconocimiento pueden mandar un mensaje fuerte a los empleados sobre su importancia para la organización. Entender los factores detrás de una implementación exitosa de estrategias de compensaciones puede ayudar a las organizaciones en el uso óptimo de recompensas para alcanzar sus objetivos organizacionales (p.38).

De modo que, existen distintos factores que integran esa retribución, además, facilita a que el trabajador se sienta más motivado y comprometido, y por consecuencia produzca más. Así como el empresario busca aumentar el rendimiento, por su parte, el trabajador también procura satisfacer las necesidades de él y su familia a través de la recompensa recibida por la labor empleada. En definitiva, la compensación salarial va más allá, partiendo del supuesto en que se deben conocer cuáles son las necesidades que tiene el trabajador, para buscar su satisfacción, dependiendo a su vez, del

cumplimiento de las expectativas de la organización.

En este sentido, una organización que aplique exitosamente un sistema de incentivos mejorará su potencial, puesto que, podrá mostrar el efecto de un antes y después, y será una de las empresas que contará con empleados comprometidos con la agregación de valor. Así pues, se refleja una relación recíproca, tanto los empresarios como los trabajadores se necesitan y claramente ambos lados ganan. Por un lado, los directivos esperan que sus empleados depositen su mayor esfuerzo en la organización, pero también, los empleados ganan cuando su esfuerzo es recompensado acorde al desempeño que entregaron en la ejecución de una determinada labor.

### **Desempeño laboral: el potencial de acercar o alejar a una empresa a conquistar sus metas**

En el funcionamiento de una organización el elemento fundamental son los individuos, quienes actúan en conjunto para lograr alcanzar un propósito determinado. Es necesario monitorear los pasos que los individuos dan en el cumplimiento de las tareas encomendadas, es aquí donde cobra

relevancia el desempeño que tienen los trabajadores. Según Chiavenato (2000), el desempeño se contempla bajo: “el comportamiento del evaluado en la búsqueda de los objetivos fijados” (p.359). En efecto, el desempeño laboral es donde el individuo demuestra sus competencias y habilidades, que contribuyen a obtener los resultados deseados.

La valoración del desempeño laboral en sí misma, es insuficiente para determinar las aptitudes que deben requerirse en cada ámbito laboral, por lo que las organizaciones deben manejarse por una evaluación capaz de medir o estimar el desempeño laboral, de acuerdo con Iturralde (2011) asegura que:

Es la principal herramienta con que cuenta cualquier organización para proporcionar la mejora del desempeño de sus recursos humanos, y en consecuencia el de la organización, contar con un adecuado sistema de evaluación del desempeño es una condición indispensable para lograr altos niveles de competitividad empresarial (p.18).

Cabe destacar que, la evaluación es de gran importancia, debido a que contempla y analiza continuamente los procesos a manejar en cada respectiva área, con la intención de alinear el desarrollo individual de cada trabajador con los objetivos de desarrollo de la organización. Una actividad llevada a cabo, por el personal gerencial junto con el de recursos humanos quienes tendrán la responsabilidad de hacer el seguimiento necesario para su evaluación. No obstante, el desempeño laboral está abierto y rodeado por diversas restricciones, exigencia, cambios tanto tecnológicos como económicos, que afectan la calidad de las condiciones habituales en que se conduce un individuo, tanto por las situaciones reales, como por la captación que los individuos tienen de estas.

Es por esto, que los métodos de evaluación del desempeño laboral, se ven estimados por una identificación, encargada en la capacitación del empleado y a la detección de recursos que requiera cada área; una medición, que consiste en el estudio de las técnicas y/o herramientas empleadas,

con la intención de discernir las fallas a mejorar o solventar; y a la administración, partiendo de un control detallado por personal encargado, a través de una autoevaluación, la establecida por sus compañeros de equipo, el cliente y su jefe directo.

Es importante que para la evaluación del desempeño se establezcan sistemas formales, ya que, cuando cada cierto tiempo se da un seguimiento de cómo está llevando sus labores, se puede lograr prevenir que los resultados sean los no deseados; además, da la oportunidad de corregir el comportamiento de los individuos o bien darles la seguridad para que continúen con el mismo rendimiento. Aunado a esto, se considera necesario e importante el comunicar cual fue el resultado obtenido en la evaluación, por lo que, el individuo debe estar al tanto y consciente de como realiza la labor asignada, es decir, si cumple o no con las expectativas, de esta manera, la evaluación permite la creación de guías para su buen desempeño.

De modo que, el desempeño laboral tiene influencia en su mayoría, por las expectativas del empleado sobre el trabajo, la disposición de éste hacia los

logros y su deseo de unidad, los cuales deben estar orientados a fortalecer los objetivos de la empresa. En otras palabras, el desempeño representa el vínculo o relación entre los posibles beneficios en comparación a las habilidades y conocimientos que apoyan las acciones del trabajador. Por lo que, es indispensable que el mismo tenga la capacitación necesaria para ejercer sus funciones de acuerdo a su cargo, y sea motivado apropiadamente como lo indica Bittel, (2000).

Un trabajador que se encuentre motivado aumenta su desempeño laboral dentro de la organización, y esto se transforma no sólo como un mayor rendimiento, eficiencia y competitividad, sino que también, le posibilita obtener un nivel de vida apropiado y conveniente, para lograr así un equilibrio entre su vida laboral y personal. Se puede decir que, el desempeño es el producto de la motivación en la ejecución del trabajo, y de la forma en la que el sujeto percibe el vínculo entre el esfuerzo y la compensación.

En definitiva, es esencial porque favorece el adecuado y oportuno cumplimiento de los objetivos, además

de facilitar que las experiencias diarias durante la realización del trabajo sean fuentes de aprendizaje, de comunicación y de orientación hacia los esfuerzos de trabajo. Múltiples son los factores que se han identificado, que pueden influir en el desempeño laboral caracterizado principalmente por los ingresos, recompensas e incentivos, así como el desarrollo del entorno laboral, factores trabajo-familia y personalidad.

La globalización y la competitividad obligan a todas las empresas a evaluar los estilos de organización y adoptar estrategias para enfrentar situaciones de cambio, como la incorporación de las nuevas tecnologías. Dependiendo del manejo de organización y distribución de cargos que maneje la empresa, puede generar un conflicto en las decisiones que imparta el trabajador, y a su vez, su propio rendimiento e incluso el de los demás, por lo que existe la necesidad de reconocer y diseñar formas de corregirla. Huamani (2003) indica que capacitar a los trabajadores de manera que puedan lograr un desempeño

efectivo considerándolos como el recurso más valioso.

### **El gran reto de las organizaciones: incrementar el compromiso de los trabajadores**

Las organizaciones constituyen una muestra de racionalidad, que emplea y apunta planes que disminuyan la distorsión y frustración de la sociedad. Para las organizaciones modernas, se preparan para diseñar procesos altamente estructurados y planificados que procuren encaminar el interés mutuo en función a los factores de las habilidades, competencias y grado de motivación con la que cada colaborador puede contar dentro de la organización promovidas por una implementación de modernidad, reflejada por el mismo nivel social.

De ahí que, mediante la unión del sistema de incentivos y la evaluación del desempeño laboral presentará la clave para el desarrollo de una organización moderna, dando entrada a las instituciones capaces de moldear y adaptar la estructura, los procedimientos, las herramientas y tecnología que se aplican dentro de ella. Estas optan por asignar

respectivamente las áreas de cada proceso de una determinada actividad comercial, manteniendo implícito los objetivos, la productividad, la eficiencia y eficacia de cada grupo, y así hacer frente, a la competencia, los problemas y desafíos a enfrentar día a día. López y Castro, (2016).

Como principal fuente determinante en una organización o empresa moderna, es la tecnología. Ahora muchas son las organizaciones que sienten la necesidad de transformarse, de evolucionar, no quieren quedarse atrás. Por tanto, adoptar una nueva tecnología, la capacidad de digitalizar o directamente automatizar procesos no es poca cosa, de hecho, parte de la migración de los procesos a la virtualidad, implica entre otras cosas, trabajar con un cuadro de formación para empleados. Es sumamente importante que el capital humano en sus actividades y entornos, despliegue la capacidad de aprendizaje. De esta manera, la información, el entendimiento y la experiencia, son componentes que permiten y favorecen el crecimiento tanto del personal como de la organización.

En opinión de Chávez y Torres (2012), señalan que una empresa capaz de modificar y mejorar nueva información, se considera una organización inteligente porque: “centra la atención en gestionar la generación de conocimientos y desarrollar experiencias que le permiten adaptarse proactivamente a un entorno cambiante”. (p.5). No obstante, para que una organización trabaje de manera óptima su fuente principal es el capital humano, puesto que, es el que hace posible el amoldamiento a las nuevas e imprevistas situaciones que se enfrentan día a día. En efecto, presenta un gran desafío crear y constituir equipos de alto rendimiento, ya que en ellos se encuentra el secreto de alcanzar el éxito. Por lo tanto, son las organizaciones las que deben reconocer la importancia de las personas, que apuesten por ellas.

Cada miembro de la organización es valioso independientemente de su rol, tienen el deber de efectuar sus responsabilidades como si fueran propias. Cada persona es capaz de comprometerse al cien por ciento con la empresa, siempre y cuando, la empresa le reconozca su esfuerzo, es

allí donde emerge la aplicación de un adecuado sistema de incentivos que les motive a compaginar sus objetivos personales con los de la organización. Es decir que, permite comprender perfectamente tanto los valores de la empresa como los de uno mismo, ya que parten de un motivo u objetivo en común, en el entendimiento de la misión y visión corporativa.

Por este motivo, se muestra la necesidad de hacer énfasis en la gestión humana, contar con planes destinados a mejorar el compromiso de los empleados, a través de interesantes propuestas en términos de retribución, así como invertir en programas de formación y de carrera; que permiten optimizar la productividad de cada trabajador. De esta manera, es posible mejorar el desempeño laboral, que, a través de la motivación a los trabajadores, aumentan los niveles de satisfacción y el tiempo que tarda un empleado en llevar a cabo una tarea. Una organización exitosa, impulsada por valores y culturas centradas en los trabajadores, conduce a una mejor toma de decisiones; ya que las organizaciones con una fuerza laboral

comprometida superan a la competencia.

### **Conclusión**

Teniendo en cuenta que, es el factor humano el recurso indispensable para toda organización, son estos el motor principal para comenzar la creación de un modelo de gestión adecuado, alineando las necesidades y objetivos tanto propios como vinculados a sus empleados. Pues la mejor manera, es mantener a las personas motivadas e interesadas, ya que un trabajador correctamente motivado mejora su calidad de vida laboral, hace que se sienta más a gusto trabajando, logrando aumentar su rendimiento, y de esta forma logra desempeñar sus tareas dentro de la organización de la mejor manera posible, con mayor eficiencia y calidad.

Es por ello que, gracias a la implementación de un sistema de incentivos, una excelente formación en el equipo de trabajo, y el continuo seguimiento de las distintas labores, pueden servir como catalizador para la cosecha de profesionales más eficientes, y en consecuencia, obtener el mejor desempeño de las personas. Lo

más importante es la práctica, mantener enfocada la atención en un objetivo claro, adquirir nuevas habilidades y crecer constantemente. En consecuencia, la organización logrará mejorar su calidad de gestión, aminorar riesgos o bien mantener sus buenos estándares.

La organización es representada como un sistema que requiere ejecución permanente, recurrente y de forma cíclica en el tiempo. Vivimos en una época en la cual, el cambio de paradigmas resulta fundamental en todos los aspectos, siendo necesario poner muy especial énfasis en los cambios de mentalidad, implementar la formación de organizaciones inteligentes, sean estos en relación a cuestiones tecnológicas, comerciales y financieras. Es importante que estas entidades tengan presente que, esta gestión no es una carga adicional sin efectos, sino que comprendan la relación directa que tiene alcanzar el éxito tanto a nivel corporativo como también lograr la satisfacción de las personas que la integran.

### Referencias

Bittel, A, V.P (2000). Administración del personal. Libro en línea. Disponible:

<http://nulan.mdp.edu.ar/1201/1/01222.pdf> Consulta: Junio 22, 2022.

Chávez, Noe y Torres, Guillermo (2012). La Organización Inteligente en un Ambiente de Aprendizaje: una Exploración de sus Aspectos Generales. Revista en línea. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/3223/322327351007.pdf> Consulta: Julio 22, 2022.

Chiavenato, Idalberto (2000). Administración de recursos humanos. Libro en línea. Disponible: [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15522/mod\\_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Administraci%C3%B3n%20de%20Recursos%20Humanos.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15522/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Administraci%C3%B3n%20de%20Recursos%20Humanos.pdf) Consulta: Julio 22, 2022.

Chiavenato, Idalberto (2011). Administración de recursos humanos. Libro en línea. Disponible: [https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion\\_de\\_recursos\\_humanos\\_-\\_chiavenato.pdf](https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf) Consulta: Junio 21, 2022.

González, María; Michalik, Valentina; Simionato, Carla y Vacas, Romina (2020). La motivación y el desempeño laboral en las PYMES del gran Mendoza. Documento en línea. Disponible: [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/15744/lamotivacionyeldesempeolaboralenlapymesdelgranmendoza.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15744/lamotivacionyeldesempeolaboralenlapymesdelgranmendoza.pdf) Consulta: Julio 05, 2022.

Huamaní, Pedro (2003). El trabajador es el recurso más valioso de que disponen las empresas. Revista en línea. Disponible:

- <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9841/9281>  
Consulta: Junio 19, 2022.
- Iturralde, Julia. (2011). La evaluación del desempeño laboral y su incidencia en los resultados del rendimiento de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito OSCUS LTDA de la ciudad de Ambato en el año 2010. Trabajo de Grado. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador. Disponible:  
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1786/1/TA0097.pdf> Consulta: Junio 22, 2022.
- López, Carlos y Castro, Kiara (2016). Los Sistemas de Incentivos en las Organizaciones Modernas Documento en línea. Disponible: [https://www.academia.edu/41629719/LOS\\_SISTEMAS\\_DE\\_INCENTIVOS\\_EN\\_LAS\\_ORGANIZACIONES\\_MODERNAS](https://www.academia.edu/41629719/LOS_SISTEMAS_DE_INCENTIVOS_EN_LAS_ORGANIZACIONES_MODERNAS) Consulta: Junio 22, 2022.
- Madero, Sergio (2009). Factores claves para el uso y diseño de un sistema de compensaciones en empresas de servicio: desde una perspectiva cualitativa y descriptiva. Revista en línea. Disponible:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456045210001> Consulta: Junio 20, 2022.
- Mcadams, Jerry (1998). Premiar el desempeño: Una guía del directivo para mejorar los resultados a través de las personas. Libro en línea. Disponible:  
<https://books.google.hn/books?id=GYJKIWNyNUC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>  
Consulta: Junio 20, 2022.
- Richards, D. (2006). High-involvement firms: Compensation strategies and underlying values. University McMaster. Canada: Compensation and BenefitsReview.

## **MARKETING AND ENTREPRENEURSHIP: A SOLUTION TO THE ECONOMIC CRISIS IN VENEZUELA?**

Angelimar Torrealba

### **Summary**

Venezuela is a country with a poor economic outlook, in which being a pioneer or innovator is a challenge of great dimensions, which requires work, effort and discipline. This work has as objective; to answer the questions that Venezuelans ask themselves: is it possible to emerge in the country? Has an opportunity gap opened up? Are the opportunities for everyone? Using for this an investigation with a documentary approach. In the first part, highlight the importance of planning and organization before, during and after the production of the product or business idea, as well as managing resources, capital and anticipating difficulties. In part two; define what it is to be an innovator, and what these business ideas generate, from the merchant's perspective, since it is the merchant who knows how the market moves. To conclude that innovative ideas are a solution for a growing Venezuela.

Keywords: Crisis, Market, Inflation

## **MARKETING Y EMPRENDIMIENTO: ¿SOLUCION A LA CRISIS ECONOMICA EN VENEZUELA?**

### **Resumen**

Venezuela es un país con un panorama económico deficiente, en el cual ser pionero o innovador resulta un reto de grandes dimensiones, que requiere de trabajo, esfuerzo y disciplina. Este trabajo tiene como objetivo; dar respuesta a las interrogantes que los venezolanos se plantean: ¿es posible surgir en el país? ¿Se abrió una brecha de oportunidades? ¿Las oportunidades son para todos?. Utilizando para esto una investigación con enfoque documental. En la primera parte, resaltar la importancia de la planificación y la organización antes, durante y después de la producción del producto o idea de negocio, así como manejo de los recursos, capital y anticipar las dificultades. En la parte dos; definir qué es ser un innovador, y que generan estas ideas de negocio, desde la perspectiva del comerciante, pues, es este el que sabe cómo se mueve el mercado. Para concluir que, las ideas innovadoras son una solución para una Venezuela creciente.

Palabras Clave: Crisis, Mercado, Inflación.

### **Introducción**

La economía en Venezuela se ha basado en la explotación del petróleo, y al caer la producción da paso a un fenómeno estructural que afecta a los

venezolanos. A esto se le suma la pérdida de la confianza en el bolívar, debido al alto índice de inflación que genera recortes de personal en las empresas, aumentando el número de

desempleados, lo que hace pensar que el emprendimiento es la opción más razonable, pues, tanto la educación, la salud y la adquisición de los productos de la cesta básica, es un reto de grandes dimensiones, que requiere de planificación estratégica e ideas brillantes.

Con un enfoque documental se analizará el emprendimiento, y el enlace directo que existe entre marketing y las nuevas e innovadoras ideas de negocios, ya que, en el mundo empresarial es necesario contar con bases sólidas que le permitan a la empresa expandirse y durar muchos años en el tiempo, lo cual es clave en una economía como Venezuela, y es allí donde el plan estratégico juega un papel importante, puesto que permite prever las diversas dificultades y lo que es mejor, la forma de enfrentarse a la crisis económicas que existe en Venezuela.

Por lo anteriormente expuesto, se comprende que los venezolanos desarrollan estrategias que les permiten adaptarse en un escenario cambiante, en la búsqueda de alternativas. En la primera parte se

expondrán los conceptos de marketing y el marketing en tiempos de crisis. En la segunda parte se definirá el emprendimiento, el Proyecto de ley de nuevos emprendimientos y crisis en Venezuela. Demostrando que el marketing unido al emprendimiento, son la solución en medio de la crisis económica del país; porque abren un abanico de oportunidades económicas y sociales.

### **Marketing, una Mirada Conceptual**

El concepto del marketing ha ido evolucionando con el paso del tiempo, adoptando características cercanas a la realidad, Kotler y Armstrong (2008:16) definen el término marketing como “un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros”. Entonces marketing, es un conjunto de actividades sociales donde las personas buscan la satisfacción de sus necesidades, interactuando, utilizando la creatividad e intercambiando rubros de valor.

El marketing nace de las necesidades según Monteferrer (2013):

Por necesidad entendemos una carencia genérica, ya sea esta física (como la alimentación, el vestido o la seguridad), social (como la aceptación o la pertenencia a un grupo) o individual (como la autorrealización personal). Con tal de hacer desaparecer esta carencia o necesidad, el consumidor desarrolla deseos, entendidos como la carencia de algo específico que satisface la necesidad. El problema es que los deseos no siempre se pueden cumplir. Así, para satisfacer una necesidad de alimentación podemos desear un filete en un restaurante. Sin embargo, nuestra incapacidad para asumir tal gasto nos puede llevar a demandar otras alternativas accesibles como podría ser ir al McDonald's. (p. 17).

Se puede entender que el marketing es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes, para luego satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores de la mejor manera, al promover el intercambio de bienes o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización. El marketing dedica tiempo y esfuerzo a comprender

los deseos y demandas de los consumidores, proceso que es posible gracias a la cercanía con el consumidor. Es así como la planificación estratégica juega un papel fundamental.

### **Planificación Estratégica**

Los objetivos y los recursos con los que se cuenta para alcanzar el éxito deben analizarse con detenimiento, es por eso que Monteferrer (2013) define la planificación estratégica como:

El proceso de mantenimiento de un ajuste viable entre los objetivos y recursos de la compañía y las cambiantes oportunidades del mercado, con el fin de modelar y reestructurar las áreas de negocio y producto de la compañía de forma que den beneficios y crecimientos satisfactorios. En este sentido, la esencia de la planificación estratégica reside en la identificación de las oportunidades y amenazas actuales que la empresa encuentra en su entorno, las cuales, al combinarlas con las fortalezas y debilidades de la empresa, proveen a la compañía de bases para definir a dónde se quiere llegar en el futuro. (p. 29).

Esto quiere decir que el marketing también consiste en una serie de pasos que permiten identificar las

oportunidades de mercado, observando las necesidades o deseos de un grupo de personas. Además de investigar el mercado para validar las observaciones que más tarde servirán para la toma de decisiones y para la elaboración de una guía de actividades o plan estratégico. Para Kotler & Armstrong, (2008: 37) estrategia “Es el proceso de crear y mantener congruencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus cambiantes oportunidades de marketing”. Por ello el plan de marketing define políticas para alcanzar los objetivos.

### **Plan de Marketing**

Como ya se ha visto anteriormente el plan estratégico incluye varias áreas en las que funciona. Ahora bien, según Kotler & Armstrong (2008: 27) “El plan de marketing muestra la forma en que la compañía establecerá y mantendrá relaciones redituables con los clientes. Sin embargo, en el proceso también desarrollará algunas relaciones internas y externas”. De manera concreta, el plan de marketing define una serie de políticas de marketing que puedan implementarse y permitan

alcanzar los objetivos marcados por la organización. De la misma manera que el plan de marketing se fusiona con otras áreas también tiene una clasificación que da forma e identidad a la organización.

### **Clasificación del Plan de Marketing**

La clasificación del plan de marketing permite a la organización reconocer el punto de partida, para dirigir los esfuerzos y recursos hacia donde se quiere llegar. Más detalladamente Monteferrer (2013) las clasifica como:

Marketing estratégico:

¿Dónde estamos? ¿A dónde queremos ir? ¿Cómo llegaremos allí?.

marketing operativo: ¿Qué herramientas Utilizaremos?

¿Cómo nos aseguraremos?

Por tanto, mientras que el marketing estratégico nos lleva a reflexionar sobre los valores de la compañía, saber dónde estamos, dónde queremos ir y de qué manera, el marketing operativo nos invita a poner en marcha las herramientas precisas del marketing para alcanzar los objetivos que nos hayamos propuesto. Le compete, por tanto, al marketing operativo planificar, ejecutar y controlar las acciones de marketing que nos permitan

implementar las estrategias marcadas.(p. 33).

Se entiende que la empresa debe mantener una relación cercana con los consumidores, así como desarrollar metas dirigidas hacia el logro de los objetivos, y para ello en un primer momento debe conocer su empresa, de una forma clara y real, para luego trazar las metas y la estrategia adecuada para llegar hasta allí. El plan de marketing invita a reflexionar sobre los objetivos planteados y escoger los menos optimistas, basándose en observaciones reales y una conciencia clara de las herramientas con las que cuenta para lograrlos. A su vez, separa a los consumidores e identifica quienes son clientes utilizando la segmentación.

### **Segmentación**

La segmentación es de gran importancia para la empresa Monteferre (2013:52) expresa que “es diferenciar el mercado total de un producto o servicio en grupos diferentes de consumidores, homogéneos entre sí y diferentes a los demás, en cuanto a hábitos, necesidades y gustos, que podrían requerir productos o combinaciones de

marketing diferentes” anteriormente ya se ha mencionado que la empresa debe conocer a los consumidores, desde sus gustos y preferencias, la segmentación es importante porque permite concentrar todos los esfuerzos hacia los clientes objetivo, para que el consumidor se identifique con el producto, y fijar un precio adecuado.

### **Precio**

La fijación del precio juega un papel importante, ya que este debe ser un monto que los consumidores quieran y puedan pagar. Según “Monteferrer op. Cit.” p. 105 “el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos”. “Tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el consumidor o usuario (es un factor clave en la idea que el consumidor tiene del producto y en su decisión de compra)”. Monteferrer (2013:106). El entorno influye en la decisión de los consumidores, por eso el marketing de adapta para conquistar a los clientes.

## Marketing en Tiempos de Crisis

Para seguir en el juego de los negocios es necesario adaptarse a los cambios.

Según Labrador (2020):

El mercado nunca volverá hacer el mismo, menos la forma de conquistar clientes. Ahora, quedarse atrás no es una opción y los contextos en los que vivimos demanda una adaptación y reacción inmediata, cambiando el enfoque para relacionarse y generar contenido de productividad y home office. Pues cada día vivimos un nuevo escenario; donde empresas que manejaban un marketing tradicional ya se están adaptando al nuevo escenario. (p.02).

El marketing no se limita, si no que reacciona de forma inmediata a los acontecimientos, evoluciona y se adapta a un escenario cambiante, en este caso vendría a ser Venezuela. Toledo y Armas (2020:02) cita que “Indudablemente es hora de replantearse, cuál es el papel que juega el marketing dentro de nuestra empresa, tanto para confrontar la crisis como para emerger fortalecidos después del período negativo”. Justo de esto se trata el marketing, es el que da forma a una idea de negocio. Por esta razón es natural que los

emprendedores venezolanos se sirvan del marketing para pulir las ideas de negocio.

## Emprendimiento

Es un factor que influye en el desarrollo de un país, Herruzo (2019) lo define como:

Hablar de emprendimiento significa, entre otras consideraciones, tener en cuenta las aportaciones que hace a la comunidad como un factor determinante para el desarrollo económico, el cambio social y estructural, pero también es visto como una fuerza impulsora que estimula la adquisición de conocimiento, el cambio tecnológico, la competitividad y la innovación. (p.13).

El emprendimiento es un factor que permite el desarrollo económico de un país además de ser una fuente impulsora para la obtención de conocimiento. Por esta razón, Herruzo (2019:13) expresa que “es importante estudiar el proceso emprendedor para contribuir al desarrollo de una cultura emprendedora que permita desarrollar aquellas habilidades y capacidades que puedan ser importantes para contrarrestar la turbulencia que caracteriza a nuestra sociedad”. Es así,

como se demuestra que el emprendimiento es una alternativa para un país en crisis como Venezuela. El emprendimiento abarca muchas ramas, tanto para el desarrollo económico, como para la obtención de conocimiento y habilidades que permiten contrarrestar la crisis que atraviesa Venezuela, dando solución a las necesidades o carencias. Como ya se ha mencionado, el marketing nace de las necesidades; física, social e individual de las personas, si esto es así; entonces Venezuela es el escenario perfecto para aplicar los conceptos y estrategias del marketing. Y por esta razón ya la Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela en su proyecto de ley de nuevos emprendimientos señala que la crisis desata iniciativa emprendedora.

**Proyecto de Ley de Nuevos Emprendimientos. Asamblea Nacional**

La economía nacional atraviesa una de las coyunturas más difíciles de toda su historia, por eso el Proyecto de ley de nuevos emprendimientos (2019) señala que:

De este cuadro se desprenden tendencias que apuntan a masivos procesos

de nuevos emprendimientos en diversos sectores de la población en función de la generación de un ingreso que les permita paliar la difícil situación económica del país. De tal manera que la crisis ha desatado iniciativas individuales, familiares y grupales en las comunidades, en muchas ocasiones sobre la base de ideas innovadoras, que se han convertido en proyectos productivos con importante impacto en los ingresos individuales y familiares y además ha generado interesantes efectos en las economías locales.

En este sentido, estamos obligados a establecer un fundamento legal y normativo que permita fomentar este tipo de procesos de emprendimiento a través de diferentes mecanismos y estímulos, así como también encauzarlos hacia un desarrollo estable en sintonía con los planes de desarrollo nacional, sintetizados en el Plan de la Patria 2019-2025. (p.01)

El estado ha observado el desenvolvimiento de los emprendimientos, por eso más adelante, El Proyecto de Ley (2019:02) resalta “Los nuevos emprendimientos contribuyen a cada uno de estos objetivos y con el apoyo a las políticas públicas sus efectos positivos serán

muy superiores en función del desarrollo nacional integral". Es evidente que la crisis ha desencadenado acciones en los ciudadanos que buscan por medio de ideas innovadoras percibir ingresos que les permitan cubrir sus necesidades, ya que, se han visto vulnerados por la inestabilidad de la economía en el país.

Crisis en Venezuela.

Las economías pueden verse afectadas si su rubro principal se deja de producir. En el caso particular de Venezuela Zambrano (2022) en su Informe de Coyuntura en Venezuela escribe que:

Como ya es conocido, la caída en la producción petrolera venezolana es un fenómeno estructural que se manifestó con claridad en 2014 y se profundizó a partir de 2016, con el derrumbe del precio petrolero. Sin duda, las sanciones internacionales impuestas al régimen, como consecuencia de la persistente violación de los derechos humanos y políticos, han agravado aún más la situación desde el 2017. Como consecuencia de estas sanciones, se cerró el mercado norteamericano que

representaba la colocación de unos 500.000 barriles diarios.

La información disponible, proveniente fundamentalmente de fuentes secundarias, indican que la producción petrolera promedio en 2021 alcanzó unos 543.000 b/d, lo que representa un 41% de lo que se logró producir, en promedio, en 2018, antes de comenzar la pandemia; nivel que ya venía descendiendo sostenidamente desde el 2009. Si se compara la situación de 2021 con el 2020, la producción experimentó un crecimiento de 9%, que se concentró en el segundo semestre del año, llegando incluso, según declaraciones oficiales no verificables, a alcanzar 1 millón de b/d en algunos días del mes de diciembre. (p.08).

Las sanciones impuestas por Estados Unidos, ocasiono la caída del precio del petróleo, afectando a Venezuela por ser un país donde su principal ingreso conocido se deriva del petróleo. No obstante, dada las serias limitaciones de información oficial sobre el acontecer económico, y en particular sobre la economía real, la información disponible proviene de fuentes secundarias y de allí se observa la caída del precio del petróleo. Colocando a los venezolanos en una

situación peliaguda, donde el emprendimiento parece ser la opción más razonable para las familias que busca una solución en medio de la crisis económica.

### **La Crisis Económica Potencia el Emprendimiento**

En una situación de crisis existen dos tipos de personas; las que lloran y los que venden pañuelos. Para Rojas (2016):

La situación económica que vive el país impulsa a los venezolanos a ingeniárselas para buscar opciones que les permitan generar o aumentar sus ingresos. Aramis Rodríguez, profesor y coordinador del Centro de Emprendedores del IESA, señaló que, cuando las economías entran en problemas, aparecen en gran medida los emprendimientos por necesidad y no tanto por oportunidad, como ocurre en países con vocación emprendedora, como Noruega y Suecia. Mariángela Valladares, gerente de Aceleración de Wayra Venezuela (Telefónica), afirma que existe un auge del movimiento emprendedor en Venezuela, por la difícil situación económica nacional, con empleos formales restringidos. «La crisis motiva, porque pone a la gente a pensar cómo

buscar otras fuentes de ingreso económico. El momento que estamos viviendo propicia el surgimiento del emprendimiento». María Luisa Parra, presidenta de la Fundación Ideas, llamó la atención sobre el impulso que recibe el tema en las universidades nacionales, al incorporar el emprendimiento como un elemento del currículo. (p.85).

Entonces, mientras más grande sea la crisis, mayor será el número de emprendedores que buscan palear la situación país. “Rojas op. Cit.” p. 85 Asegura que, “así como destaca la vocación emprendedora también resalta la alta mortalidad de los emprendimientos: entre 200.000 y 300.000 logran superar los 3,5 años. El venezolano tiene actitud para echar adelante, pero lamentablemente sus negocios no pasan los 3,5 años”. Por esta razón cada vez son más las instituciones que se suman para apoyar este movimiento innovador, pues las universidades ya lo consideran como un elemento del currículo. De igual forma entes internacionales ven con buenos ojos apoyar el emprendimiento en países como Venezuela.

### **Apoyo Multilateral**

El emprendimiento despierta el interés de organizaciones internacionales, por eso Rojas (2016) en su entrevista a María Castillo expone lo siguiente:

María Silvia Castillo, consultora de la oficina del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Venezuela, aseguró que el organismo está muy interesado en promover el emprendimiento en América Latina, para lo cual ofrece su atención a empresas grandes del sector privado, pero también a pequeñas y a emprendedores. «En los últimos años vemos que ha tomado fuerza el tema del emprendimiento y de la pyme, porque cada vez más empleos se generan por esa vía. Sin embargo, observamos dificultades que no son particulares de Venezuela, sino de la región, entre ellas que la mayoría no supere uno o dos años de vida». El BID ha identificado algunos desafíos, como la capacidad de los equipos de trabajo para gestionar los emprendimientos. «Empiezan a crecer y no tienen herramientas adecuadas para su planificación, organización y estructura. Eso hace que, independientemente de que tengan financiamiento o una idea maravillosa, no puedan

continuar», explicó Castillo. (p.85).

Una vez más queda en evidencia la importancia del marketing dentro del emprendimiento. Si un emprendimiento empieza a crecer y, no tiene herramientas como planificación, organización y estructura, independientemente de que tenga financiamiento o una idea maravillosa está destinada a la extinción. Como ya se ha hecho mención anterior mente, instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), están interesados en promover el emprendimiento, porque cada año son más los empleos que se generan por esta vía, y esto mejora la situación económica del grupo familiar.

Recapitulando, el marketing es un proceso social y de gestión que nace de las necesidades de las personas que utiliza un plan estratégico y herramientas que miden y observan el comportamiento de los posibles clientes. El emprendimiento al igual que el marketing, es un fenómeno que es impulsado por la necesidad, porque motiva a las personas a buscar otra alternativa que le brinde estabilidad

económica. En Venezuela ya existen instituciones destinadas a establecer un fundamento legal que apoye el crecimiento de los emprendimientos, porque hay que tener en cuenta que ayuda a las comunidades con las oportunidades que ofrece para sortear la crisis económica que atraviesa Venezuela.

### **Conclusión**

¿Es posible emprender en Venezuela? La respuesta es; sí y solo si, se cuenta con una idea brillante, disciplina, ganas de trabajar, financiamiento, y por supuesto el conocimiento y las herramientas que brinda del marketing, porque de nada sirve tener una idea ganadora si esta no es desarrollada inteligentemente. El emprendimiento es un concepto que va más allá de vender un producto, este se enfoca en las carencias y en la forma de encontrar una solución para luego percibir ingresos. Además de conocer las propias debilidades, conectarse con la intuición, el desarrollo de talentos y habilidades dirigidas hacia el logro de los objetivos.

Un negocio rentable en Venezuela no es aquel que factura mil ventas por días, sino aquel que se posiciona en el

mercado y en el corazón de los clientes. La crisis económica se ha convertido en la generadora de nuevos emprendimientos, porque motiva a la gente a buscar otras fuentes de ingresos, una alternativa para sortear los apuros económicos. El emprendimiento es una fuente impulsora para el crecimiento económico de un país, ya que genera empleos innovadores que se adaptan a las necesidades económicas y sociales de las personas.

Es cierto que en Venezuela existen diversos asuntos por arreglar, los cuales resulta cuesta arriba solventar con una sola alternativa, sin embargo, el marketing junto al emprendimiento brinda una ayuda más, para solucionar la crisis económica que atraviesa el país, por ser un fenómeno real que está en las manos de los venezolanos que son capaces de ver más allá de las quejas y, ver las dificultades como la oportunidad de ser pioneros, creando oportunidades de empleo y competitividad en el mercado. La economía de Venezuela requiere de trabajo duro, y soñadores que crean y apuesten por el país. Un emprendimiento en Venezuela dentro

de la actual crisis económica y social existente, es la oportunidad para nacer de nuevo, es la oportunidad para salir adelante.

### Referencias

Asamblea Nacional (2019) Proyecto de Ley de Nuevos Emprendimientos. Venezuela

Herruzo, Ezequiel (2019) Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos. Fondo Editorial, DYKINSON, Madrid.

Ingrid, Rojas (2016) La Crisis Económica Potencia el Emprendimiento. Debates IESA. Volumen XXI

Kotler P. Armstrong G. (2004) Introducción al Marketing. 10.ed. Pearson. Madrid.

Labrador, Hender (2020) Marketing en tiempos de crisis generado por la COVID-19. Revista Espacios, Vol. 41(42) Art. 17

Monteferrer, Diego (2013) Fundamentos de Marketing. Fondo Editorial Sapientia, 74. Publicacions de la Universitat Jaume I

Toledo, A. y Armas, N. (2020). TIPS de marketing en épocas de COVID y Post COVID. Disponible en: <https://doi.org/10.33210/ca.v9i2.300> Tomado de: Revista Espacios, Vol. 41(42) Art. 17

Zambrano, Luis (2022) Informe de Coyuntura en Venezuela. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales. Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela.

## **ETHICS TO PROMOTE SUSTAINABLE DEVELOPMENT THROUGH INSTITUTIONS: EDUCATIONAL, FAMILY, STATE**

María De Los Ángeles Díaz

### **Summary**

This article aims to analyze how ethics intervenes in society to promote sustainable development and generate social welfare through: education, family and state. A field investigation will be carried out through a survey at the FaCES UC School of Economics to analyze the ethics that they entail in their professional environment. Knowing the state of the art. First, what we understand by ethics and sustainable development, and ethics as a factor for sustainable development. Second, detailing how the institutions should function. Third, we are interested in demonstrating that the interrelationship between individuals and the environment should not be ignored with the intention that participation as a whole and of the institutions for a common purpose is achieved. we can obtain solutions to various problems that society presents today. Students consider ethics as important for their professional environment and for any person within the institution, it is concluded that the role played by institutions is of vital importance: educational, family and state. So, developing projects, programs that encourage ethical values such as justice, freedom, honesty, social responsibility, equity and respect that have a place for social justice, seeking the conscious participation of ethics and promoting sustainable development in the country.

Keywords: Ethics, sustainable development, Institutions, culture, values

## **LA ÉTICA PARA PROMOVER EL DESARROLLO SUSTENTABLE POR MEDIO DE LAS INSTITUCIONES: EDUCATIVA, FAMILIA, ESTADO**

### **Resumen**

El presente artículo tiene el objetivo de analizar, como interviene la ética en la sociedad para promover el desarrollo sustentable y generar bienestar social por medio de: la educación, familia y estado. Se realizará una investigación de campo por medio de una encuesta en la escuela de Economía FaCES UC para analizar la ética que conllevan en su entorno profesional. Conociendo el estado del arte. Primero lo que entendemos por ética y el desarrollo sustentable y, la ética como factor para el desarrollo sustentable. Segundo, detallando como debería ser el funcionamiento de las instituciones. tercero nos interesa demostrar que la interrelación entre individuos y entorno no se debe ignorar con la intención de que si se logra la participación en conjunto y de las instituciones por un fin en común. podemos obtener soluciones a varias problemáticas que presenta hoy en día la sociedad. Los estudiantes consideran la ética como importante para su entorno profesional y de cualquier persona dentro de la institución, se concluye que es de vital importancia el papel que juegan las instituciones: educativa, familia y estado. De manera que, elaborando proyectos, programas que incentiven valores éticos

como, la justicia, libertad, honestidad, responsabilidad social, equidad y respeto que tengan cabida para la justicia social, buscando la participación consciente de la ética y promoviendo el desarrollo sustentable en el país.

Palabras Clave: Ética, Desarrollo sustentable, Instituciones, cultura, valores

## **Introducción**

Venezuela atraviesa más que una crisis económica una social, donde la conducta de los individuos, sociedades, gobiernos y demás instituciones formadoras de una nación están quebrantadas. Por tanto, es importante dar atención a la ética que es expresada como una acción o conducta individual de cada persona, así como puede variar desde cada perspectiva, aquí la definiremos como una conducta completamente ligada a el individuo, donde influyen la cultura y las sociedades en las cuales nos formamos o desenvolvemos.

De esta manera, es importante esta integración en la sociedad para lograr el desarrollo sustentable. Por consiguiente, esta, nos plantea la búsqueda de la justicia social y equidad, en torno a la sociedad, economía, y el ambiente. Para lograr en diversas investigaciones sustentan esta importancia para lograr el desarrollo y el crecimiento, y no solo

crecimiento, es por eso el objetivo es analizar la ética para promover el desarrollo sustentable en medio de las instituciones: Educación, familia y estado. Desde el aspecto del deber ser, y no únicamente de ser “lo que es”.

Nos enfocaremos en la función de las instituciones y la acción de la ética dentro de las mismas es por ello, cuyo objetivo, es analizar la ética para promover el desarrollo sustentable en medio de las instituciones antes mencionadas. De esta manera, es importante realizar investigaciones en esta área con la intención de que pueda brindar aportes, para las instituciones interesadas y los hacedores de políticas públicas en función a la toma de decisiones concernientes a su funcionamiento e implicación.

## **Ética y desarrollo sustentable**

La ética es tan amplia y entendida de diversas formas, como principios morales en la sociedad también es influenciada por la cultura de cada sociedad, mientras en su constante

estudio puede entenderse diferente en cada individuo según sea su uso y su concepto de bueno o malo, puede variar. Hernández, (1999) Señala que: Que esta ética de Aristóteles es una que contempla la virtud, una acción realizada libre y voluntariamente que proviene de la conciencia individual. Ética procede de la costumbre (Ethos), o la tradición que tiene una comunidad con la que se desenvuelve el individuo, y esa costumbre va a determinar su carácter moral. (pp.11-12) Por consiguiente, representamos la ética como parte de la conducta individual que es determinada por creencias y costumbres de una comunidad.

Bajo este criterio, la ética no es divisible del individuo pues va ligado a cada ser y debe verse como algo influido individualmente. Pues para Aristóteles existía la ética de la virtud una práctica integral que se contemplaba por los hechos practicantes de un individuo y su finalidad de ser feliz o alcanzar la felicidad en la sociedad. Para destacar, Smith, (2010), "El mayor malhechor, el más endurecido transgresor, de las leyes de la sociedad, no carece del todo de ese sentimiento." (p.16) Por consiguiente, que no se está

contemplado que un individuo este exento de estos sentimientos y todas esas pasiones que están dentro de la llamada naturaleza humana y de la moral. Finalmente, Smith, (1979), Citado por Torres, (2014) señala:

La moral, la ética y el estado, son aspectos que rigen la vida del hombre y de todas ellas la moral es el aspecto más resaltante, porque la moral es el producto de la libertad, en toda la sociedad, el ejercicio de la libertad posibilita el crecimiento de la riqueza de las naciones. (p.42)

De esta manera, se afirma que en busca de un orden social funcionamiento económico, esta intrínsecamente relacionado a la conducta humana y moral de los individuos en la sociedad. Es importante destacar, de esta manera que, es la ética parte de los individuos en la sociedad en este punto es relevante señalar como fundamental para el Desarrollo sustentable.

El Desarrollo Sustentable es entendido como la acción de un soporte más que económico, ambiental y social por tanto es importante definirlo. El Informe de Brundtland, (1987) señala:

El desarrollo sustentable o sostenible está en manos de la

humanidad, y para que sea duradero debe estar sesgado a limitaciones no absolutas, pero si límites que imponen a los recursos del medio ambiente, el estado actual la tecnología y de la organización social, asegurando que se satisfagan las necesidades de unos, sin comprometer las de generaciones futuras. Por tanto, proponen que tanto la tecnología como la organización social pueden ser ordenadas y mejoradas de manera que abran el camino a una nueva era de crecimiento económico. (p.23)

De esta forma, es importante destacar que el mantener la estabilidad económico ambiental es tarea de todos, es necesario tener limitaciones e incluso conductas sustentables. Según Larrouyet, (2015a), “El desarrollo sustentable implica avanzar en cinco dimensiones: Económica, humana, ambiental, institucional y tecnológica.” (p.24) En este sentido nos centraremos en la cuarta dimensión, ya que es el entorno en el cual se desarrolla este artículo.

Para complementar, con mayor profundidad sobre la dimensión institucional, Larrouyet, (2015b), también señala que “El escaso nivel de participación de la población en las

iniciativas, como el estado excediendo el centralismo son claramente insustentables. La sustentabilidad implica cambios notorios en la descentralización política administrativa de las dimensiones, para lograr nuevas formas de organización ciudadana.” (p.27)

Como se observó, dado que el manejo centralista de un estado produce insustentabilidad, es innegable la realidad, por ello la necesidad de la participación ciudadana, en la sociedad; ya que al no tener acción participativa regular se estaría creando un país o región insustentable.

De esta forma es de valor considerar, por último, (Gudynas,2004):

Se reconoce que es necesario un cambio de valores en términos social cultural con mayor solidaridad con la naturaleza, así como cambios en tecnología, niveles de productividad, valores morales en la sociedad que apoyen y permitan que exista un equilibrio la justicia social. Además de que Latinoamérica experimenta tanta desigualdad y sus condiciones ambientales son caóticas, esto hace necesaria una integración de diversos aspectos de equilibrio social, económico y ambiental

para la sustentabilidad y permita generar bienestar. (pp.240-244)

Las concepciones de desarrollo sustentable presentan una clara perspectiva acerca de cómo lograr los objetivos en términos de consciencia de los individuos según señalan autores como los mencionados, conciben que básicamente debe existir un cambio de valores sociales morales, en presencia de una ética para el desarrollo sustentable, pues esto arroja la importancia sobre como la ausencia y un pensamiento equilibrado en términos de solidaridad ambiental e individual y, que abarque mucho más que un aspecto cultural, social dentro de él entorno venezolano, de esta manera, la ética será un factor fundamental para el Desarrollo Sustentable.

### **La Ética como factor para el Desarrollo sustentable**

La ética forma parte de la conducta individual de los individuos como se mencionó anteriormente, pues como puede existir socialmente, y es importante su papel para lograr el desarrollo sustentable. Para complementar, Left (2006) destaca que:

“Toda ética es una ética de la vida del desarrollo sustentable más que un juego de armonización” de éticas y racionalidades implícitas en el discurso del desarrollo sostenible (del mercado, el estado, la ciudadanía) y de la inclusión del ethos de la necesidad de conjugar un conjunto de principios básicos dentro de una ética del bien común y de la sustentabilidad. Y ello llega a transgredir la ética implícita en la racionalidad económica e instrumental incorporada en el humano modernos que resultan antiéticas para la sustentabilidad. Donde esta racionalidad se ha vuelto irracional, al contactar conductas irreflexivas y comportamientos insustentables. (p.3)

Es aquí donde la conducta social, institucional es completamente necesario reestructurarla, la cultura y la ética racional debe estar inmersa dentro de estos principios que sean hecho para lograr un fin en común. La ética es parte primordial para el desarrollo sustentable, y esta se debe incentivar en los ambientes de formación, la educación, la familia y también el estado, es en las instituciones donde debe implementarse con mayor razón, donde carece esta ética ampliamente

necesaria para la fortaleza de un fin en común, es donde ha fallado desde el gobierno, como mandatario de paso, y sobre todo como el principal ejemplo de la nación, lo cual, se ira detallando a continuación.

### **Instituciones: educativa, familia y el estado**

En este apartado, se busca visualizar el cómo debería ser partiendo del ser, la forma de como en este medio se promueva la acción primera incentivar comportamiento ético, para lograr lo segundo un desarrollo sustentable en el medio de las instituciones antes mencionadas, por ende, se observará esporádicamente que funcionamiento tienen y que recomiendan tener según los autores. De esta manera, North, (2014) señala:

Las instituciones son las reglas del juego, encargadas formalmente de las regulaciones pensadas por el hombre que dan forma a la interacción humana. Por consiguiente, estructuran incentivos en el intercambio humano, bien sea político, social o económico. Además, que el cambio institucional conforma el modo en que las sociedades evolucionan a lo largo del tiempo, por lo cual es la clave para entender el

cambio histórico. Es innegable que las instituciones afectan el desempeño de la economía. (p.10)

Es importante destacar, que son las instituciones protagonistas de un buen o mal desempeño ya que su, mal funcionamiento queda traducido en los hechos, es por ello por lo que son influyentes particulares para el desempeño de la economía. De esta forma, para complementar según, Casanova y Torres, (2020), Es necesario un cambio de partidos políticos, donde haya mayor transparencia administrativa que dé lugar a la ética, aflore la (honestidad institucional, confianza). para efectos de la modernización de la sociedad, ya que, en vista de las desventuras del estado, partidos populistas se han encargado de desvirtuar la función institucional y corromper la esencia de estas, así como la participación ciudadana. (pp.48-51).

En tal punto el estado como uno del encargado de garantizar convivencia, deberá procurar mantener un comportamiento distinto consciente y generar políticas de valor apoyadas en el sector educativo, lo social.

Incentivando conductas morales y sobre todo impartido desde el ejemplo. De acuerdo con: Rodríguez, M. [OVF]. (2021) "propuestas para resolver la crisis económica en Venezuela." [video]. youtube.URL. Uno, de los aspectos que se señalan, es que se debe hacer inversiones de al menos 10 puntos del PIB de Venezuela en educación, formación desde lo más integral y maternal, incrementar, la cultura, clases de humanismo, música, tecnología y ciencias. así como 6 puntos en el sector de la salud son procesos de crecimiento necesarios para que Venezuela trascienda en crecimiento y supere la crisis más que económica humanitaria.

Es importante destacar que impulsando el capital humano y el desarrollo sustentable es vital para que pueda existir crecimiento con desarrollo, en medio de la educación como un pilar para la formación es indispensable. En este sentido en países como Chile se puede observar la realización de programas educativos, en el cual, vale detallar lo siguiente en programas como valores UC, según Romagnoli y Gallardo, (2007) destacan lo siguiente: La importancia de las

alianzas entre instituciones como lo son la escuela y la Familia, donde han existido alianzas que lo apoyan desde el estado como otras instituciones por el fin del desarrollo, la convivencia y donde acentúan que la escuela y la familia deben estar íntegramente relacionada, desde la llegada de la democracia a Chile esto se ha incrementado y, una de las problemáticas para las buenas alianzas, eran la cultura y desinformación de los padres, respecto a los profesores.(pp.1-12) Un escenario para comparar, que ha traído a Chile desarrollo e incluso evolución ética para la convivencia y el desarrollo sustentable que sería interesante acoplar en Venezuela a pesar de las posibles dificultades que se puedan presentar tal como fue el caso de Chile.

### **Metodología**

En este apartado se realizará por medio de una investigación de campo, para evaluar partiendo desde los valores implementados en la FaCES UC, para promover la justicia y equidad Social, la ética que conciben los estudiantes de Economía en torno a su perfil profesional con una muestra de 10 estudiantes, con las preguntas

basadas para los estudiantes que hayan aprobado el 5to semestre de economía. Se tomo esta muestra ya que es apropiado por el nivel académico y manejo de ciertas asignaturas, así como aprobado el nivel básico, para el desarrollo de la encuesta debidamente, dando su perspectiva al respecto.

Así mismo, la FaCES UC ha implementado a partir de 2016 una asignatura conocida como: Orientación, Valores y pertenencia, que responde en conjunto con los valores de esta, con la intención de integrar a los estudiantes y presentar los valores de la FaCES UC (en línea) “Donde permite dar a conocer los valores, tales como Autonomía y Lealtad social, libertad con responsabilidad, servicio y solidaridad Social, Autoestima emprendedora, Justicia honestidad y respeto, entre otros.”

Para culminar, Olivero y Pacheco “Programa Orientación, Valores y pertenencia universitaria.” Curso introductorio, (2016) busca, que los estudiantes identifiquen los valores como ideas que orienten su conducta en los distintos roles como: hijo,

ciudadano, estudiante universitario, al reconocerlos en su totalidad y relacionándolos con la cultura organizacional de la universidad de la FaCES UC, haciendo además hincapié en los valores de la Universidad. Este módulo busca rescatar la idea de los valores y su papel fundamental en el modelo en la conducta apropiada, en el contexto de la universidad venezolana, logrando que el estudiante se vincule con la institución y su cultura. (p.1) De esta forma, estos valores son implementados para que los estudiantes los identifiquen y se sientan reflejados con ellos en torno a la conducta y convivencia. De esta forma damos paso, a el instrumento realizado a los 10 estudiantes de Economía, de la FaCES UC antes mencionado son 3 preguntas de selección y 8 cerradas (Si-No). Fuente: Elaboración propia, utilizando un formulario Google. Para constatar la información, en el siguiente enlace se desplegará el cuestionario:

[https://docs.google.com/forms/d/1-vP2zeZf8T4EEUqTloNkkXgS-5b9EmdJS\\_w4sXFhpzA/prefill](https://docs.google.com/forms/d/1-vP2zeZf8T4EEUqTloNkkXgS-5b9EmdJS_w4sXFhpzA/prefill)

1. ¿podría seleccionar cuales de los siguientes valores son éticos? (seleccione los que considere):  
Honestidad, respeto, gratitud, lealtad, tolerancia, generosidad, justicia, responsabilidad, lealtad, equidad.
2. ¿Podría seleccionar cuales de estos son valores morales? (seleccione los que considere):  
Libertad, honestidad, responsabilidad, equidad, justicia, lealtad, tolerancia, gratitud, generosidad, solidaridad.
3. ¿Considera como importante la ética, para su desarrollo personal, los profesores y cualquier personal dentro de la institución? Si-no
4. ¿Considera como necesarias asignaturas como formación integral, para su perfil profesional? Si-No
5. En materias como teoría del bienestar, “microeconomía IV.” ¿Se hace hincapié en la Ética por medio de su análisis y juicio moral? Si- No
6. ¿Usted considera que dentro de los programas curriculares se contemplen temas éticos? Si-No
7. ¿Cuáles de los siguientes son valores de la FaCES UC? (seleccione los que considere):  
Libertad, libertad con responsabilidad, solidaridad y orgullo, autonomía y lealtad institucional, confianza, honestidad, autoestima emprendedora, justicia, honestidad y respeto, porvenir como promesa, servicio y solidaridad social, equidad.
8. ¿Se siente usted reflejado con los valores de la FaCES UC? Si-No
9. ¿Considera usted que la ética es necesaria para que las instituciones cumplan con su función? Si-No
10. ¿Cree usted que la formación en las instituciones educativas, en materia ética son necesarias, para promover el desarrollo sustentable y concientización social? Si-No
11. ¿Usted considera que la familia como institución social, acompañada de la institución educativa tienen un papel

fundamental en el comportamiento individual de los ciudadanos? Si- No

Ahora bien, el análisis de la encuesta, arroja que si bien los estudiantes logran identificar y diferenciar algunos valores éticos de los morales, con cierto facilidad pero no se puede decir que con exactitud los diferencien, de esta misma forma los valores de la FaCES UC, aunque mostraron lograr identificar algunos y en su totalidad sentirse reflejado con estos, no es suficiente como para decir; que si los reconozcan todos, pues esto puede deberse, a que no todos entraron en periodos posteriores al 2016 y que además hayan grupos ingresados por la Opsu y estén menos familiarizados con estos valores.

A pesar de que para la mitad de los estudiantes en los programas curriculares no dan temas éticos, mientras la otra mitad consideran que sí y que materias como formación integral no aportan para su perfil profesional; igualmente los estudiantes consideran la ética como importante tanto para ellos, para su perfil profesional, como para cada individuo

dentro de la institución, de esta manera son conscientes de él papel importante de la ética y el que juegan las instituciones, la educativa y la familia, como fundamental para la conducta individual de las personas. Así como, también afirmaron en su totalidad que es por medio de la formación educativa en materia ética, que se promueve el desarrollo sustentable y concientización social. De esta forma, se puede llegar a promover el Desarrollo sustentable por la ética, en el entorno institucional: la Familia, La Educación y el Estado.

### **Conclusión**

Dando respuesta a el análisis de la ética para promover el desarrollo sustentable, por medio de las instituciones; de forma que, se plantee la formación ética, en sistemas educativos, de esta manera, es indispensable la promoción del desarrollo sustentable, además, es necesaria la presencia de la ética para su funcionamiento y como medio de crear conciencia, para una ética racional actual.

Se afirma en el análisis de la encuesta de economía de la FaCES UC, la ética

esta sesgada al desarrollo sustentable; dado que la formación en temas éticos puede lograr conciencia social y desarrollo sustentable, es importante el manejo de esta entre instituciones para lograr llegar a un fin en común. Es por ello qué vale señalar los cambios de pensamiento, partidos políticos, cultura, el interés del estado como meta para lograr verdadero desarrollo y crecimiento, incentivando y apoyando la formación.

También promoviendo la participación ética en la educación, por medio de programas, proyectos orientados hacia valores como la responsabilidad social, respeto, justicia, libertad, equidad etc. En lo cual, no es solo por parte del estado si no las demás instituciones formadoras de una nación, como la FaCES UC al implementar nuevos programas introductorios de valores. De esta manera seguir incluyendo este tipo de programas a los contenidos curriculares sería indispensable.

Por último, los estudiantes conciben la ética como importante para ellos como para cualquier individuo dentro de la institución, así mismo, esta es vista como fundamental para que las instituciones cumplan con su función,

por consiguiente, la ética es impulsora del desarrollo sustentable.

De igual manera, la idea de implementar programas como el valoras UC citado en la (p.7) de este artículo, sería una forma de iniciar tanto de parte del estado como la relación entre escuela, (la educación y familia); para lograr ampliar la conciencia y convivencia social, en valores para el desarrollo sustentable.

### Referencias

Brundtland, (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre el medio Ambiente y el Desarrollo. Asamblea General-Naciones Unidas. Recuperado de:[https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf)

Casanova, R y Torres, G (2020). Un Sueño Para Venezuela. Editorial Asociación Civil Liderazgo y Visión. 2ª. ed. Caracas. Venezuela. Libro en línea Recuperado de:<file:///C:/Users/PriceSmart6203/OneDrive/Documentos/Etica%20Y%20desarrollo%20sustentable/Un-sueno%CC%83o-para-Venezuela-2da-Edicion%20libro%20torres%202020%202da%20edicion.pdf>

FaCES UC, Nuestros Valores <https://faces.uc.edu.ve/facultad/institucion/nuestros-valores/>

- Gudynas, E (2004). Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible. CLAES Centro Latinoamericano de Ecología Social y D3E-Desarrollo, Economía, Ecología, Equidad América latina para los Textos Originales. 5ª. Ed. Coscoroba. pp.1-257 Recuperado de:  
file:///C:/Users/PriceSmart6203/OneDrive/Documentos/1S2022%20Economía/Metodos%20de%20investigación%20en%20la%20Economía%20C3%ADa/Articulos/GudynasDS5%20ecología%20eticaaaa%201.pdf
- Hernández, V (1999). La Ética a Nicómaco de Aristóteles. Visión de María Araujo y Julián Marías. Alianza Editorial, S.A. Madrid. Libro en línea Recuperado de:file:///C:/Users/PriceSmart6203/Downloads/La%20%20C3%A9tica%20a%20Nic%C3%B3maco%20de%20Arist%C3%B3teles%20(Vicente%20Hern%C3%A1ndez%20Pedrero)%20(z-lib.org).pdf
- Left, E (2006). Ética por la Vida Elogio de la Voluntad De Poder. Polis Revista académica de la Universidad de Chile. Vol. 5:13 Recuperado de:file:///C:/Users/PriceSmart6203/OneDrive/Documentos/1S2022%20Economía/Metodos%20de%20investigación%20en%20la%20Economía%20C3%ADa/Articulos/etica%20por%20la%20vida%20elogio%20a%20la%20voluntad%20de%20poder.pdf
- Larrouyet. M, (2015), "Desarrollo sustentable origen, Evolución y su implementación para el cuidado del planeta. Universidad de Quilmes. Repositorio institucional digital de acceso abierto Buenos aires. Argentina.  
pp.147Recuperadode:file:///C:/Users/PriceSmart6203/OneDrive/Documentos/2S2022%20Economía/Elaboración%20de%20artículos%20científicos/Introducci%C3%B3n%20Contenido/Modelo%206%20artículo.pdf.
- North, D (2014). Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño económico. Fondo De Cultura Económica. Edición Electrónica. Libro en línea Recuperado de:file:///C:/Users/PriceSmart6203/OneDrive/Documentos/1S2022%20Economía/Metodos%20de%20investigación%20en%20la%20Economía%20C3%ADa/Articulos/Instituciones,%20cambio%20institucional%20y%20desempe%C3%B1o%20econ%C3%B3mico%20by%20Douglass%20C.%20North%20[North,%20Douglass%20C.].%20(z-lib.org).pdf
- Oliveros, B y Pacheco, X (2016). Programa Orientación, Valores y Pertenencia Universitaria. FaCES UC, Valencia. Venezuela Pdf. pp.1-7.Consulta: 2022 julio 27
- Rodríguez, M [OVF] Observatorio Venezolano de Finanzas. (16 de junio de 2021) "Propuestas para resolver la Crisis Económica en Venezuela.". [Video]. YouTube 2ª. parte.  
[https://www.youtube.com/watch?v=PMqyk7kD\\_DI](https://www.youtube.com/watch?v=PMqyk7kD_DI)
- Romagnoli, C y Gallardo, G (2007). Alianza efectiva Familia Escuela: para promover el Desarrollo Intelectual y emocional, Social y ético de los estudiantes.pp.1-12.Recuperadode:file:///C:/Users/PriceSmart6203/OneDriv

e/Documentos/1S2022%20Economi  
a/Metodos%20de%20investigacion  
%20en%20la%20Econom%C3%AD  
a/Articulos/si%20Alianza%20Famili  
a%20Escuela%201.pdf.

Smith, A. (2010) Teorías de los  
sentimientos morales. Editorial  
Fondo De Cultura Económica. Libro  
en línea. Recuperado  
de:file:///C:/Users/PriceSmart6203/D  
ownloads/Teor%C3%ADa%20de%2

0los%20sentimientos%20morales%  
20(Adam%20Smith)%20(z-  
lib.org).pdf

Torres, R (2014). Un acercamiento a la  
Moral y a la Ética. Revista Horizonte  
de la Ciencia, Vol. 4, Núm.7. 41-43.  
Recuperado  
de:file:///C:/Users/PriceSmart6203/  
OneDrive/Documentos/etica%20y%  
20moral%20A%20smith%20aristote  
les.pdf

## **FORENSIC AUDIT AND ITS APPLICATION IN THE VENEZUELAN PRIVATE COMPANY**

José Rodríguez

### **Summary**

The objective of this article is to analyze the audit, with special focus on the forensic audit, as a concept and factual situation, all carried out through a descriptive investigation, where it is deepened to understand the risk situations faced by the Venezuelan private company, trying to identify the difference between a simple mistake and one of fraud or embezzlement. It is important to highlight that forensic audit processes occur thanks to criminal situations, where a specialized team is hired, to find those responsible for embezzlement or fraud, which seeks to obtain their own benefit irresponsibly. Most of these cases of fraud or embezzlement within an organization are committed due to the lack of internal control and supervision of the same, and without leaving behind the fact that they are committed mostly by senior management personnel with great confidence within the companies. , where they have access to the information and financial transactions of the organization. The forensic auditors for the application of the audit follow the necessary procedures to obtain the greatest amount of evidence possible, this in order to be able to obtain satisfactory results and manage a minimum margin of error within their work. Keywords: Audit, errors, forensics, fraud, embezzlement.

### **LA AUDITORÍA FORENSE Y SU APLICACIÓN EN LA EMPRESA PRIVADA VENEZOLANA**

#### **Resumen**

El presente artículo tiene como objetivo analizar la auditoría, con especial enfoque en la auditoría forense, como concepto y situación de hecho, todo realizado a través de una investigación descriptiva, donde se profundiza para entender las situaciones de riesgo que enfrenta la empresa privada venezolana, tratando de identificar la diferencia entre un simple error y uno de fraude o malversación. Es importante resaltar que los procesos de auditoría forense se producen gracias a situaciones criminales, donde un equipo especializado es contratado, para encontrar responsables de malversaciones o fraudes, que busca obtener un beneficio propio de manera irresponsable. La mayoría de estos casos de fraudes o malversaciones dentro de una organización son cometido por la falta de control interno y supervisión de los mismo, y sin dejar atrás que son cometido en su gran mayoría por personal de alta gerencia con grandes confianzas dentro de las empresas, donde tienen acceso a las informaciones y transacciones financieras de la organización. Los auditores forenses para la aplicación de la auditoria singuen procedimientos necesarios para obtener la mayor cantidad de evidencia posible, esto con el fin de poder obtener resultados satisfactorios y manejar un margen de error mínimo dentro de su trabajo.

Palabras clave: Auditoría, errores, forense, fraude, malversación.

## **Introducción**

La auditoría es un proceso sistemático de revisión de cuentas anuales de una empresa, que tiene como fin comprobar que estas reflejen una imagen fiel de la misma. En este mismo sentido la auditoría externa, es el análisis sobre la razonabilidad de las cifras de los estados financieros, y es llevado a cabo por un contador público independiente.

Por otro lado, la auditoría forense, que es el tema principal de este escrito, esta direccionada a la participación en la investigación de fraudes, en actos conscientes e intencionales que buscan evadir las normas legales. Conservando la misma tónica, Polo y Vásquez (2014) manifiestan que es un instrumento para alcanzar un fin, establecen que la auditoría forense provee de evidencias para enfrentar los crímenes de servidores públicos, así como empleados en el sector privado. Maldonado (2003:8) define el término de Auditoría Forense como “el otro lado de la medalla de la labor del Auditor, en afán de prevenir y estudiar hechos de corrupción; propiamente los resultados del auditor van a conocimiento de los

jueces del ramo penal, de ahí el término de forense”.

Respecto de Venezuela, Matheus (2006) la autora concluyó que la auditoría forense constituye un instrumento técnico eficaz en la lucha contra la corrupción en los entes gubernamentales, además de ser una auditoría especializada en la obtención de evidencia que posteriormente se convierte en prueba para ser presentada en tribunales de índole tanto civil, penal, mercantil, laboral, tributario, administrativo y otros, donde se vaya a dilucidar un hecho de tipo contable o financiero.

## **Auditoría forense en Venezuela**

La auditoría, es parte esencial y especial que tiene la contaduría pública, y esta se encarga de la inspección y verificación de la contabilidad, y los controles internos de una organización, buscando garantizar el respectivo cumplimiento de normativas, leyes y reglamentos, para emitir una opinión sobre la información financiera de una empresa o entidad. Citando a Villardefrancos y Rivera (2006:53) “La auditoría constituye una herramienta de control y supervisión que contribuye a la creación de una

cultura de disciplina en la organización y permite descubrir fallas en las estructuras o vulnerabilidades existentes en la organización”. De esta manera se entiende que la auditoría busca la total transparencia y objetividad dentro de una organización, para que estos puedan llevar de forma correcta sus procesos administrativos y financieros.

De la actividad de auditoría se desprende varias especialidades como lo es la auditoría forense, mientras que la auditoría externa está en búsqueda de la razonabilidad de las cifras de los estados financieros de una organización, la auditoría forense cuenta con el objetivo de investigar, analiza e interpreta fraudes, en actos conscientes y voluntarios, lo cual va en contra de las normas legales dentro de una organización. Revilla (2014), define la auditoría forense como:

La rama de la auditoría que se orienta a participar en la investigación de ilícitos, para buscar evidencias que sirvan como pruebas en contra de los grupos de delincuencias mediante el uso de conocimientos contables, fiscales y financieros para cuantificar pérdidas

financieras significativas, que serán entregadas a las autoridades judiciales (p. 26).

En concordancia a lo anterior expuesto, la auditoría forense se basa en la búsqueda de pruebas suficientes y competentes dentro de una organización para la detección de los fraudes y hechos ilícitos que se estén cometiendo, la idea principal de esto es que se puedan comprobar y justificar estos hechos frente a un juicio legal en búsqueda de sanciones por los delitos cometidos de manera voluntaria. Un proceso de auditoría forense trae a la luz la historia del delito y su por qué.

También se hace mención que los procesos de auditoría forense son necesarios dentro de una organización para prevenir, bajo sospechas, estos actos ilícitos, y son aplicados en cualquier organización pública o privada dentro del mundo. En Venezuela, al igual que en el resto del mundo, es obligatoria la revisión y aprobación de los estados financieros, por la asamblea de directores, para contar con la fe pública de un tercero ajeno de la organización. Así también, la aplicación de auditorías forense en el

caso de que una organización lo requiera, tomando en cuenta que las aplicaciones de auditoría están basadas en normas y reglamentos que le da los procedimientos necesarios para una validación de eficiencia de los estados financieros, recolección de evidencias e investigaciones necesarias en caso de una sospecha para la aplicación de auditoría forense. El auditor es responsable de obtener seguridad razonable de que los estados financieros se encuentran libres de incorrecciones materiales debidas a fraude o error, y para ello es necesario definir el término fraude, la NIA: Norma Internacional de Auditoría 240 lo conceptualiza como sigue:

Es un acto intencionado realizado por una o más personas de la dirección, los responsables del gobierno de la entidad, los empleados o terceros, que conlleve la utilización del engaño con el fin de conseguir una ventaja injusta o ilegal (p. 271).

El fraude es una conducta antitética, no profesional e ilegal, como se evidencia anteriormente, que puede ser realizada tanto por la gerencia de la entidad, como los empleados o terceros. También es definido por Radiles (2005:14) como “el engaño económico

con la intención de conseguir un beneficio y con el cual un tercero queda perjudicado”.

Cabe resaltar, que no solo la adopción de las normas de contabilidad es importante, sino también cuidar el debido respeto a los principios éticos que garantizan que las normas sean cumplidas a cabalidad. En el caso de Venezuela existe el Código de ética profesional del contador público, que establece las normas éticas que debe cumplir el contador público en el ejercicio de su profesión, por otro lado, el fraude es completa y absolutamente contrario ha dicho código.

Uno de los modelos relacionados a la falta de integridad que más se ha discutido en asuntos éticos y morales está asociado con el fraude. Este ha sido el responsable de pérdidas millonarias en todas las formas de negocios en el mundo, y Venezuela no está libre de este hecho. A pesar, de las condiciones económicas que enfrenta Venezuela, la empresa privada ha logrado, en algunos casos, mantenerse. Por lo tanto, se hace vulnerable al enfrentarse a fraudes, cuando este aparece es donde entra en actuación la auditoría forense. Cano y

Lugo (2004:15) también dan una definición del término como “la auditoría especializada en descubrir, divulgar y atestar sobre fraudes y delitos en el desarrollo de las funciones públicas y privadas”, la auditoría forense no está limitada a al sector público, sino también cumple sus funciones en el sector privado.

Si bien el fraude es un acto intencional perpetrado ya sea por la gerencia, empleados de la empresa que tienen algún fin ilícito en busca de una ventaja personal o para un grupo de personas. Por otro lado, el error es un acto no intencional, que puede ser ejecutado por empleados de la compañía, por olvido o incompetencia, los cuales también pueden tener un efecto importante en los estados financieros. En concordancia, la característica principal que diferencia al error del fraude es si la acción que causa una incorrección de los estados financieros es o no hecha de forma intencional.

Como se estableció previamente el fraude y el error, son conceptos que usualmente están juntos, separados únicamente por las circunstancias que lo rodeen. Un fraude es considerado

así por la intención que tiene el defraudador de cometer dicho acto, mientras que un error se puede entender como una situación sin intención, donde todo queda como una equivocación que será corregida en un futuro próximo; un ejemplo perfecto es cuando un administrador encargado de la nómina decide transferirse, en repetidas oportunidades, así mismo, más de lo correspondido, esto sería fraude, y utilizando el mismo ejemplo, dicho administrador intercambio por error en dedo los números en una transferencia y por ello se pasó noventa bolívares extras de lo que debía cobrar, ya se aclaró con el supervisor de dicho error, y se aclara que el sobrante será descontado en una próxima nomina, esto es un error. Sobre la prevención del fraude la NIA: Norma Internacional de Auditoria 240 nos comenta que:

Los responsables del gobierno de la entidad y la dirección son los principales responsables de la prevención y detección del fraude. Es importante que la dirección, supervisada por los responsables del gobierno de la entidad, ponga gran énfasis en la prevención del fraude, lo que puede reducir las oportunidades de que éste se produzca. (p. 273).

Analizando la norma, se puede indicar que, los primeros interesados en velar por sus intereses, deben ser los cabecillas de empresa, porque su capital es el que está en juego, aparte de la participación de estos, también es de suma importancia que intervenga cuando es debido la figura del comisario, ya que una de sus responsabilidades principal es velar por los intereses de la junta directiva ante la administración de una empresa u organización. Y que, de ser el caso, que todos estos mecanismos de control interno fallen, y las partes internas no se den cuenta de las irregulares cometidas, se requerirá la participación de un grupo externo, cuya solemne tarea será buscar de manera ágil y suficiente la malversación realizada.

#### **Basamento legal y técnico de la auditoría forense en Venezuela.**

Puesta en marcha una auditoría forense en caso de una sospecha de actos ilícitos dentro de una organización, los profesionales encargados de la auditoría forense trabajan con una serie de procedimiento y bases reglamentarias que le permitirá darle sentido a la

práctica de auditoría forense. Dentro de la República Bolivariana de Venezuela los auditores encargados se basan principalmente en las Normas Internacionales de Auditoría (NIA) para los procedimientos de auditoría.

Dentro del marco legal de Venezuela existen basamentos jurídicos que protegen y combaten, la corrupción dentro de unas organizaciones, ya sea públicas o privadas, descritas a continuación:

- A. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999).
- B. Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y el Sistema Nacional de Control (2001).
- C. Ley contra la Corrupción (2003).
- D. Ley Orgánica de la Administración Financiera del Sector Público (2003).
- E. Código Comercio (1955).
- F. Código Civil (1982).
- G. Código Orgánico Procesal Penal (2001).

H. Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley del Código Procesal Penal (2012).

Estos instrumentos legales tienen como objetivo la implementación de normas que ayuda a regir la conducta de personas naturales, e instituciones públicas y privadas, para la protección del patrimonio en caso de delito y fraude dentro de dichas organizaciones. Siguiendo el respectivo basamento legal dentro de una organización, se puede constituir el peso que cada una de estas leyes, reglamentos, códigos y normas tienen para el momento de una auditoría forense, que afecte de manera directa o indirectamente al ejercicio de la profesión.

Dentro del marco legal judicial existen requerimientos para la idónea admisión de pruebas y evidencias ante un proceso jurídico venezolano en caso de existencia de fraudes dentro de las organizaciones, encontrados por la aplicación de una auditoría forense, basándose principalmente en el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley del Código Orgánico Procesal Penal (2012), en el cual se encuentran

enmarcados los requerimientos relacionados a la licitud y libertad de la prueba. Entendiéndose como evidencia de la auditoría forense según Arnold (2021:125) “a cualquier artículo tangible que demuestre o compruebe el hecho ilícito como afirmación o negatividad de dicha acusación ante la autoridad judicial competente”.

Con lo anteriormente expuesto, se deja claro que toda evidencia debe ser de manera clara con hechos probatorios concretos, que demuestre fielmente la acusación o negatividad de los actos cometidos y que pueda demostrar lo que se busca o se desea delante de las autoridades presentes.

Concretando con el artículo 182 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley del Código Orgánico Procesal Penal venezolano (2012:53) donde se establecen los requerimientos de admisibilidad de la siguiente manera “Un medio de prueba, para ser admitido, debe referirse, directa o indirectamente, al objeto de la investigación y ser útil para el descubrimiento de la verdad”. En relación con la evidencia recaudada en una auditoría forense, esta debe ser

concreta y relacionada con el hallazgo de fraude cometido dentro de la organización, de la misma forma Torres (2001:2) expresa, “Los papeles de trabajo e información relacionada acumulada al desarrollar un hallazgo específico deben tener una relación directa con el mismo y las recomendaciones” lo que significa que la fuente de donde se obtuvo esa información debe ser confiable en sí misma y debe estar relacionada de forma directa con la investigación en curso. Esta evidencia en una auditoría forense se puede obtener vía testimonios, documentales, personales o físicas, analísticas e informativas.

#### **Auditoría forense en las pymes (Pequeñas y medianas empresas)**

Son las estructuras económicas que le dan razón de ser a una nación, con la que un país puede surgir de manera económica y ser productivos por grandes lapsos de tiempo, se entiende que el manejo de una pyme no es una tarea fácil por diversas razones económicas, sociales, culturales, según sea el caso que se pueda vivir, más sin embargo las mismas se encuentran estructuradas por equipos de profesionales desarrollados en

diferentes áreas para mantener una estructura con los objetivos que se quiere cumplir. Según Cleri (2007)

Las pymes se vuelven sistemas creadores de valor económico cuando desarrollan dinámicas productivas y competitivas que les permiten enriquecer su contexto conectando a las personas con los mercados, en las cuales se encuentran los recursos requeridos para satisfacer sus necesidades, a la vez que se enriquecen en el proceso (p. 34)

Cada pequeña y mediana empresa tiene un propósito para la cual ha sido creado, teniendo en cuenta que cubre necesidades humanas al momento de colocar en marcha sus objetivos.

#### **Ámbito de la aplicación de la auditoría forense**

La aplicación de una auditoría forense se puede llevar a cabo tanto en el sector público como en el sector privado por irregularidades de diferentes naturalezas, estos hechos mayormente se van encontrar gracias a la corrupción y mal uso que le dan los trabajadores de una organización con cargos de mayor rango, quienes puedan tener la facilidad de transferir, tomar, manipular o sustituir cualquier patrimonio o parte de una organización.

La aplicación de una auditoría forense dentro de una organización debe siempre estar orientada al mejoramiento de las gestiones, con el fin de que las malversaciones no se repintan en cada circunstancia. Según Grisanti (2016: 19) “Es factible que se solicite efectuar una auditoría forense con la finalidad de analizar y cuantificar el fraude detectado o que se presuma haya ocurrido”

El ámbito tomado en cuenta para la aplicación de la auditoría forense según Ocampo, Trejos y Solarte (2010)

El auditor forense puede desarrollar su trabajo como experto en la prevención y detección del fraude financiero en entidades como las siguientes:

Entidad Fiscalizadora Superior – EFS (Contraloría), Firmas privadas de auditoría, Organismos Estatales de Control (Superintendencias);

Organizaciones de combate: a la corrupción, al narcotráfico, al terrorismo, Policía y/o Ejército; Unidades de Auditoría Interna; Unidades de Inteligencia Fiscal (p.112)

Independientemente de si la organización es pública o privada se pueden encontrar malversación y corrupción dentro de las empresas. En

el área de sector privado se han encontrado múltiples casos que han dejado de que hablar por hechos de fraude y corrupción.

Una auditoría forense dentro de las empresas privadas venezolanas, busca determinar, indagar y descubrir hechos ilícitos que van en contradicción a la moral, la ética y las leyes. Quizás en los ámbitos de un país como Venezuela, se puede tomar en cuenta que las empresas de sector público contienen más actos de corrupción, más sin embargo como se ha mencionado anteriormente dentro de las empresas privadas son muchos los hechos fraudulentos que puedan salir a la luz.

### **Evaluación de riesgos forense en empresas privadas**

Al momento de realizar una auditoría forense el auditor debe siempre estar atento y evaluar los riesgos de distorsión material que puede ser causa del error o fraude que se esté cometiendo en los estados financieros dentro de la organización. Aunque es común que el auditor tenga como riesgo principal la incertidumbre sobre algo o alguien dentro de la organización, este debe

tener en cuenta los aspectos desde los sistemas administrativos que se usan en la empresa hasta el cuestionamiento sobre la integridad de la administración. El auditor forense debe evaluar cada testimonio o información que se le dé en un área que esté investigando, esto con el fin de que la información pueda ser falsa para que no se vean reflejado los errores o fraudes que se llevan a cabo en la organización, es por eso que el auditor que lleve el caso y la investigación debe estar profesionalmente capacitado con conocimientos, preparación, competencia y la habilidad suficiente para que pueda tomar en cuenta cualquier aspecto anormales, extraños o fuera de lugar que despierte la sospecha del auditor. Según Rozas (2009)

Los auditores deben mantener un nivel de escepticismo profesional mientras consideran un conjunto amplio de información, incluyendo los factores de riesgo, para identificar y responder al riesgo de fraude. El auditor tiene la responsabilidad de responder al riesgo de fraude mediante la planeación y realización de la auditoría con el fin de lograr una seguridad razonable de que se detectará errores de importancia, ya sea

debido a errores o fraude (p. 78)

Es por eso que es de gran importancia la preparación profesional, esto ayudará a poder tener una seguridad razonable en cualquier momento de realizar una auditoría forense, igualmente al momento de evaluar los casos que le generen incertidumbre al profesional.

### **Responsabilidad del auditor forense en las pymes**

El profesional encargado de una auditoría forense dentro de una organización es el responsable de indagar, investigar hechos o indicios de fraudes, errores o malversaciones de activos dentro de una organización. La experiencia de un auditor forense puede ayudar a combatir los delitos financieros con evidencias suficiente y competente que den aclaratoria de lo que ha estado sucediendo dentro de la organización. Citando la Norma internacional de auditoría 240 (2009:158) "El auditor que realiza una auditoría de conformidad con las NIA es responsable de la obtención de una seguridad razonable de que los estados financieros considerados en su conjunto están libres de incorrecciones

materiales debidas a fraude o error” Al momento de una sospecha de fraude, el auditor debe conocer los indicadores de fraude y ser capaz de identificar y detectar los tipos de fraudes, estos cuando pueden ser a beneficio de la compañía, o en contra de esta. Se debe asimilar que la persona encargada de realizar este acto ilícito tiene un beneficio de forma directa o indirecta. Es responsabilidad de auditor forense poder presentar las evidencias comprobatorias para conocer la persona encargada de dichos daños financieros.

### **Conclusión**

Para finalizar, se resume que la auditoría forense es una rama especializada que existe dentro de la auditoría, y cuya función principal es investigar irregularidades sucedidas dentro de la situación financiera de la empresa que está auditando. También se debe resaltar que a pesar de que el propósito de los auditores externos o internos, no es similar al de un auditor forense, si los mismos tienen sospecha de un fraude o malversación, es su deber investigarlo o notificarlo.

De la investigación realizada se puede concluir que la principal diferencia entre un error y un fraude radica en la intención con la que el usuario cometa dicho acto. Ya que cualquier acto realizado de manera intencional que beneficie al usuario o un tercero será considerado fraude, mientras que los percances sin intención, serán considerados errores.

Se debe resaltar que la primera línea de defensa de un organismo u organización, contra el fraude, son los directivos y el personal de la misma. Inclusive habiendo establecido perfectos mecanismos de control interno, si el factor humano no cumple con las expectativas, siempre existirá la posibilidad que alguien cometa fraude dentro de la organización.

Es importante recalcar que, aunque los procesos de auditoría forense se pueden dar en ambos sectores empresariales (públicos y privados); y a pesar de que el sector público es significativamente el más vulnerable debido a su grave deficiencia de control interno, no se debe dejar a un lado que dentro del sector privado también existen mayores capitales expuestos a

la supervisión de personas inescrupulosas, en altos puestos de poder, donde nadie va a cuestionar su ordenanza.

## Referencias

- Arnold (2021) Las evidencias y pruebas como fundamento de validez científica en las auditorías forenses. Artículo en línea. Disponible: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/215/2152390008/2152390008.pdf>
- Cano & Lugo (2004). Auditoría Forense: En la investigación criminal de lavado de dinero y activos. Colombia: ECOE Ediciones.
- Cleri (2007). El Libro de las PYMES: Editorial Granica. Buenos Aires. Libro en línea. Disponible: [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JZVfAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=que+son+las+PYMES&ots=rFjdnmP\\_3e&sig=HAvzZUX\\_USTI3bA-lu6VyC9xGfk#v=onepage&q=que%20son%20las%20PYMES&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JZVfAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=que+son+las+PYMES&ots=rFjdnmP_3e&sig=HAvzZUX_USTI3bA-lu6VyC9xGfk#v=onepage&q=que%20son%20las%20PYMES&f=false)
- Código de ética profesional del contador público venezolano (1996) Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela.
- Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley del Código Orgánico Procesal Penal venezolano (2012) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela número 6.078. Junio 15, 2012. Caracas.
- Federación Internacional de Contadores (IFAC). (2009). Norma Internacional de Auditoría 240. Responsabilidad del auditor de considerar el fraude en una auditoría de estados financieros.
- Grisanti, A. (2016). Los fraudes en las organizaciones y el papel de la auditoría forense en este contexto. Sapienza Organizacional, 3(6), 11-36. Artículo en línea. Disponible: <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828002/553056828002.pdf>
- Maldonado, M. (2003). Auditoría Forense: Prevención e investigación de la corrupción financiera. México: Luz de América.
- Matheus, E. G. (2006). La Auditoría Forense como herramienta de control de la corrupción en entes gubernamentales. Barquisimeto, Venezuela: Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado" Decanato de Administración y Contaduría.
- Ocampo, C., Trejos, O., & Solarte, G. (2010). Las técnicas forenses y la auditoría. Scientia Et Technica, 16(45), 108-113. Artículo en línea. Disponible: <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828002/553056828002.pdf>
- Polo, B., & Vásquez, F. (2014). La Auditoría Forense como herramienta de lucha contra el fraude y la corrupción en las empresas de Chimbote. IN CRESCENDO-Ciencias Contables y Administrativas Vol. 1 No.2, 173-179.
- Radiles, C. (2005). Apuntes sobre Auditoría Forense. Revista Alternativa Financiera, 2(2). 97-101. Recuperado el 06 de 03 de 2016, de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7481039c-64cf-4ae5-8168-fb3ef8c2fd36%40sessionmgr4003&vid=17&hid=4214>
- Revilla, J. (2014). La auditoría forense como mecanismo contable para la prevención y detección del lavado de

- dinero y activos., 50ma. In Conferencia de la Federación Interamericana de abogados. San Juan, Puerto Rico.
- Rozas (2009). AUDITORIA FORENSE. Quipukamayoc, 16(32), 67-93. Artículo en línea. Disponible: <https://doi.org/10.15381/quipu.v16i3.2.4825>
- Torres, F. (2001). Evidencias Vs. pruebas. Revista Ciencias Contables/Auditoría Forense. Septiembre, 17, 1-20. Disponible. [http://www.ideaf.org/archivos/aud\\_foren\\_cap3%5B1%5D.pdf](http://www.ideaf.org/archivos/aud_foren_cap3%5B1%5D.pdf)
- Villardefrancos, M. & Rivera, Z. (2006). La auditoría como proceso de control: concepto y tipología. Ciencias de la Información, 37(2-3), 53-59. Artículo en línea. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181418190004.pdf>

## **INTEGRATION OF ADMINISTRATIVE AND ACCOUNTING PROCESSES THROUGH INTERNAL CONTROL SYSTEMS**

Gioconda Henríquez y María Trejo

### **Summary**

The fundamental objective of this scientific article is to analyze the integration of administrative and accounting processes through internal control systems. This includes the most suitable strategies that must be applied to achieve the most effective results within the framework of the complexity of elements that come together in this type of system; all this from an integrationist approach for organizations in general, both public and private. Based on this purpose, the descriptive documentary and correlational methodology is applied to obtain and manage information, and thus appropriately address the subject of study from a very specific perspective in order to achieve the established purpose. The content of this article consists of four areas that explain its approach, these are: Governing aspects of internal control; Essential components of administrative and accounting processes; methods of integration and evaluation of internal control; and strategies to integrate and optimize internal control systems, which culminates in the presentation of the proposal for an internal control system. The results of this article show that it is necessary to properly integrate the largest possible number of elements of the administrative and accounting processes to achieve a highly effective internal control system, which deserves the most effective strategies, since many organizations are constantly making changes in its activities to adapt to the demands and competitiveness of the market, thus generating some modifications or new elements that are not always incorporated there.

Keywords: Integration, Administrative and Accounting Processes, Internal Control Systems.

## **INTEGRACIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y CONTABLES A TRAVÉS DE LOS SISTEMAS DE CONTROL INTERNO**

### **Resumen**

El objetivo fundamental de este artículo científico es analizar la integración de los procesos administrativos y contables por medio de los sistemas de control interno. Esto comprende las estrategias más idóneas que deben ser aplicadas para lograr los resultados más efectivos en el marco de la complejidad de elementos que confluyen en este tipo de sistemas; todo ello desde un enfoque integracionista para las organizaciones en general, tanto públicas como privadas. En función de tal propósito, se aplica la metodología documental y correlacional descriptiva para la obtención y manejo de la información, y así abordar apropiadamente el tema de estudio desde una perspectiva bien concreta en pro de lograr el propósito establecido. El contenido de este artículo consta de cuatro áreas que explican el enfoque del mismo, éstas son: Aspectos regidores del control interno; Componentes esenciales de los procesos administrativos y contables; métodos de integración y evaluación del control interno; y estrategias para integrar y optimizar los sistemas

de control interno, lo cual culmina con la presentación de la propuesta de un sistema de control interno. Los resultados del presente artículo arrojan que es necesario integrar apropiadamente la mayor cantidad de elementos posibles de los procesos administrativos y contables para lograr un sistema de control interno altamente efectivo, lo cual amerita de las estrategias más eficaces, ya que muchas organizaciones constantemente están realizando cambios en sus actividades para adecuarse a las exigencias y competitividad del mercado, generando con ello algunas modificaciones o nuevos elementos que no siempre son allí incorporados. Palabras clave: Integración, Procesos Administrativos y Contables, Sistemas De Control Interno.

### **Introducción**

Las distintas organizaciones a nivel mundial se encuentran en la búsqueda constante de la optimización de sus procesos, sistemas y procedimientos para ser cada vez más eficientes, para lo cual deben tomar siempre las mejores decisiones. Por lo tanto, todas sus actividades u operaciones requieren ser confiables, oportunas, verificables, transparentes, para brindar una seguridad razonable y disminuir los márgenes de error y los riesgos. Por tal razón, es importante que se cuente con la capacidad de diseñar y aplicar estrategias que se traduzcan en el máximo mejoramiento de la gestión y a su vez lograr satisfactoriamente los objetivos trazados.

La argumentación precedente, permite contextualizarse en lo que se persigue con el presente artículo científico, que

es analizar la integración de los procesos administrativos y contables a través de los sistemas de control interno; considerando para ello la mayor cantidad de aspectos posibles y enfocándose en la aplicación de estrategias que impliquen su optimización. Por ello, es necesario efectuar la búsqueda de documentos publicados sobre el tema que versen sobre las más efectivas maneras o mecanismos para el establecimiento de los sistemas de control interno.

El contenido general del presente artículo científico aborda lo concerniente a los distintos aspectos que rigen el control interno a nivel organizacional, como lo son las políticas y normativas, teniendo como referente los objetivos trazados. Asimismo, se consideran los elementos esenciales de los procesos administrativos y contables, así como

los diferentes métodos de integración y evaluación de la gestión, además de las estrategias que pueden conllevar a la optimización de los sistemas de control interno. Presentando finalmente las conclusiones que se obtienen con el estudio realizado.

### **Aspectos regidores del control interno**

La gestión administrativa y financiera de las organizaciones a nivel mundial, amerita de la adecuación con respecto a los cambios que se han suscitado por la globalización, conllevando a que se haga una evaluación exhaustiva de la gerencia, para hacerla más eficiente. Por tal razón, es necesario que todas las empresas cuenten con sistemas, procesos y procedimientos que se ajusten a los requerimientos actuales con bases bien sustentadas que permitan su buen funcionamiento, procurando en todo momento llevar un control efectivo en pro de la transparencia y el logro de los objetivos establecidos.

Según el Informe Coso (2005), el cual es un importante referente a nivel mundial en la materia, el control interno implica la integración plena de todos los procesos y áreas de la empresa,

involucrando a todos los integrantes de la misma con la finalidad de proporcionar una seguridad razonable en el logro de objetivos o categorías que se relacionan entre sí, y comprenden la eficacia y eficiencia de las operaciones, confiabilidad de la información financiera y presupuestaria, cumplimiento de leyes y normas aplicables.

Por lo tanto, no solo los aspectos internos regulan a un sistema de control interno, sino también los externos, como es el caso de las leyes del país, por ejemplo, la Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y del Sistema Nacional de Control Fiscal (2010), rige a las instituciones públicas en esta materia, a nivel internacional las distintas normas de contabilidad y principios contables rigen lo referente al registro de las operaciones, presentación de la información financiera, impuestos y al propio sistema de control interno de las empresas, tal es el caso de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Todos los parámetros que rigen el control interno, constituyen la referencia que siempre se debe tener en cuenta a la hora de establecer cualquier medida o acción, de manera que siempre se esté en concordancia con lo que regula o persigue la actividad o funcionamiento de la organización. De hecho, los cambios externos e internos que se presenten deben asumirse teniendo como norte dichos parámetros, siendo éstos, las políticas o normativas establecidas en función de los objetivos trazados. De acuerdo con Business School (2021), las políticas constituyen las directrices de la organización que deben ser divulgadas en cada uno de los niveles del mapa corporativo (organigrama o estructura organizacional) y que deben ser acatadas por la totalidad de sus integrantes.

En este mismo sentido, debe tenerse en cuenta que, dentro de los procesos de desarrollo y crecimiento empresarial, y particularmente, en cuanto a los sistemas de control interno, hay una tendencia a aplicar modernas prácticas gerenciales, donde también las políticas y normativas

existentes sobre la materia, proporcionan herramientas que permiten el mejoramiento significativo de los mismos. Obviamente también debe considerarse la visión y misión de la empresa, pues todo lo que se ejecuta dentro de la misma, debe estar en función estos ejes organizacionales.

Con relación a la misión, Dessler (2017), manifiesta que frecuentemente la administración describe la esencia de su negocio con una declaración de misión, que resume la esencia de lo que la compañía debe hacer para competir en el mercado, y proporciona el marco de referencia que guía de forma cotidiana a los gerentes y a los trabajadores. Mientras que Peiro (2016), hace alusión a la visión el propósito general que espera lograr en un futuro. Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas. Refleja entonces la imagen mental para su trayectoria, y establece los criterios que la firma seguirá para cumplir esos objetivos y debe ser uno de los papeles centrales del líder, y del equipo ejecutivo de la empresa.

En resumidas cuentas, los aspectos que rigen el control interno son parámetros o directrices que deben cumplirse a cabalidad para lograr un buen sistema de control interno. En la medida que se respeten las consideraciones de índole general, podrá establecerse elementos y acciones puntuales.

### **Componentes esenciales del control interno en los procesos administrativos y contables**

En el ámbito de los sistemas de control interno, es fundamental contar con procesos administrativos y contables bien estructurados y eficientes. Por ello es importante contar con todos los recursos necesarios para tal fin, como es el caso del financiero, el tecnológico, el material, y por supuesto, el recurso humano. Además, es imprescindible esforzarse por hacer una buena gestión administrativa y contable caracterizada por la eficiencia.

De igual manera, es esencial la adecuada integración de todos los elementos que son parte de los procesos, realizar una adecuada planificación, contar con un buen manejo de la documentación que sirve de soporte a las distintas operaciones

que se realizan, tener excelentes mecanismos de control en las operaciones que involucran las distintas actividades, lo cual es clave en las prácticas contables y administrativas. En este sentido, Dueñas (2008), indica que el secreto de una buena gestión está el lograr procesos administrativos y contables dinámicos transparentes, debidamente integrados o interrelacionados, monitoreados por medio de un buen sistema de control interno.

La gestión administrativa y contable, debe estar plenamente interrelacionada, precisamente mediante un buen sistema de control interno. Pero cada una de estas áreas, debe contar con estructuras bien diseñadas y constituidas que por lo general cuenten con los recursos humanos, técnicos, financieros y físicos más idóneos de conformidad con los requerimientos de cada organización. Sobre este particular, es de resaltar que el logro de los objetivos del control interno, se alcanzan por medio de la conformación de varios componentes interrelacionados, que se generan de la manera en que la dirección conduce la entidad y que

están integrados en el proceso de dirección.

Según Carrero (2018), los principales componentes son: el entorno, la previsión de riesgos, los mecanismos, la interrelación e integración, la supervisión y seguimiento. Al respecto, sostiene que el control interno comprende el plan de la organización y todos los métodos y medidas coordinadas, adoptadas dentro una empresa para salvaguardar los bienes, comprobar la exactitud y veracidad de los datos contables, promover la eficiencia y estimular el seguimiento de los métodos establecidos por la dirección.

Con base en los argumentos precedentes, es pertinente hacer alusión a lo referido por González (2010), quien destaca que el alcance del Control Interno comprende dos áreas principales:

- Control Interno Contable: Constituido por las medidas para la protección de los recursos materiales y financieros, la autorización de las operaciones y aseguramiento de la exactitud de los registros y la confiabilidad de la información contable, Se fundamenta

en los métodos, procedimientos y plan de organización que se refieren sobre todo a la protección de los activos y asegurar que las cuentas y los informes financieros sean confiables.

- Control Interno Administrativo: Representado por las medidas diseñadas para mejorar la eficiencia operacional, pero que están relacionadas con la confiabilidad de los registros contables. Los procedimientos y métodos más relacionados con la eficiencia de las operaciones de una empresa y con las directivas, políticas e informes administrativos.

Dentro de este marco, Meléndez (2017), plantea que los sistemas de control interno deben conformarse con los siguientes componentes:

- Organización: Conformada por el plan de organización con la respectiva estructura basada en la dirección (política general de la empresa y toma de decisiones), coordinación (integración de obligaciones, operaciones y necesidades), división de funciones o labores (independencia de las funciones, operaciones y registros) y asignación de

responsabilidades (cargos. Jerarquías y funciones).

- **Procedimientos:** Abarca los pasos a seguir durante y después de las operaciones, como el sistema de autorización, aprobación, ejecución y procedimientos de registros e informes que garanticen la solidez de la organización. Además, la planeación y sistematización de las actividades mediante instructivos; los registros y formas en el área contable. De igual forma, lo referente a los informes para la evaluación y toma de decisiones.

- **Personal:** Cada trabajador es un elemento de control interno, por lo cual debe seleccionarse al personal idóneo para cada cargo, proporcionarle la capacitación requerida y procurar que sea lo más productivo y eficiente posible; dándole la retribución salarial apropiada.

- **Supervisión:** Representa un aspecto clave y directo de control, es indispensable y debe ser oportuna para garantizar el buen funcionamiento de la empresa.

- **Plataforma Tecnológica Y Dispositivos De Seguridad:** Los equipos informáticos, mecánicos o electrónicos deben formar parte de los

sistemas de información y deben crearse las medidas de seguridad que garanticen un buen control interno. La idea es que permitan la posibilidad de comprobación de las operaciones ejecutadas. Los dispositivos de seguridad dependerán de los sistemas, si son de última tecnología, los mismos paquetes traen incorporados dispositivos que ayudan a darle seguridad a los procesos.

- **Indicadores De Gestión:** La forma más idónea en la actualidad de evaluar la actividad empresarial, los procesos y el control interno, es a través de los indicadores de gestión, Esto debe formar parte de los sistemas, para que permitan medir el grado de control integral de las operaciones y su avance tanto físico como financiero, de tal manera que se puedan hacer análisis de la gestión en los distintos sectores y proyectar de mejor manera a la organización, ayudando a reorientar las acciones, en los casos específicos. Se pueden ir estableciendo nuevos indicadores de gestión abarcando las operaciones de todas las áreas de la empresa.

De allí que, el control interno debe integrar los procesos administrativos y

contables abarcando todo los elementos inmersos en los mismos. Por lo tanto, se tendrá una buena gestión basada en la eficiencia y la transparencia de las actividades y operaciones en la medida en que todos los componentes sean manejados como partes indispensables e interrelacionadas que constituyen una unidad.

### **Métodos de integración y evaluación del control interno**

El control interno es un proceso multidireccional repetitivo y permanente, en el cual más de un elemento influye en los otros y conforman un sistema integrado que reaccionan dinámicamente a las condiciones cambiantes. Además, opera con distintos niveles de efectividad; que tienen que ver con el grado en que se alcanzan los objetivos organizacionales y departamentales; así mismo con informes financieros que sean preparados en forma confiable y que se cumpla plenamente con las leyes y reglamentos aplicables (Romero, 2012).

Los métodos de integración del control interno, de acuerdo con Romero

(2012), comprenden la interrelación de varios elementos esenciales:

a) Ambiente de Control: Consiste en el establecimiento de un entorno en el que se estimule la actividad del personal con respecto al control de sus actividades. Eso abarca la estructuración de las actividades del negocio, la asignación de autoridad y responsabilidad, la organización y desarrollo del personal, los valores y creencias y la conciencia de la importancia del control. Además comprende los siguientes factores: la integridad y los valores éticos, el compromiso a ser competente, las actividades de los directivos, la mentalidad y estilo gerencial.

b) Evaluación de Riesgos: Referido a la identificación y análisis de riesgos relevantes para el logro de los objetivos y la base para determinar la forma en que dichos riesgos deben ser mejorados. De igual modo, alude a los mecanismos necesarios para identificar y manejar riesgos específicos asociados con los cambios que influyen en el interior y exterior de la organización. La evolución de riesgos debe ser una responsabilidad

ineludible para todos los niveles que están involucrados en el logro de los objetivos generales y específicos.

c) Actividades de Control: Son las que realiza la gerencia y el personal de la organización para cumplir diariamente con las actividades asignadas. Estas actividades están expresadas en las políticas, sistemas y procedimientos. Las actividades de control tienen distintas características. Pueden ser manuales o computarizadas, administrativas u operacionales, generales o específicas, preventivas o de detección. No obstante, lo trascendente es que sin importar su categoría o tipo, todas ellas están apuntando hacia los riesgos (reales o potenciales) en beneficio de la organización, su misión y objetivos, así como la protección de los recursos propios o de terceros en su poder.

d) Información y Comunicación: Están diseminados en todo el ente y todos ellos atienden a uno o más objetivos de control. De manera amplia, se considera que existen controles generales y controles de aplicación sobre los sistemas de información. Los primeros, buscan asegurar una operación y continuidad adecuada, e

incluyen al control sobre el centro de procesamiento de datos y su seguridad física, contratación y mantenimiento del hardware y software, así como la operación propiamente dicha. También se relacionan con las funciones de desarrollo y mantenimiento de sistemas, soporte técnico y administración de base de datos. Los segundos, están dirigidos hacia el interior de cada sistema y funcionan para lograr el procesamiento, integridad y confiabilidad, mediante la autorización y validación correspondiente.

e) Supervisión y Seguimiento: La gerencia debe llevar a cabo la revisión y evaluación sistemática de los elementos que forman parte de los sistemas de control. Se deben tomar en consideración los objetivos, riesgos y las limitaciones inherentes al control; sin embargo, las condiciones evolucionan debido tanto a factores externos como internos, provocando con ello que los controles pierdan su eficiencia. Además, la evaluación debe conducir a la identificación de los controles débiles, insuficientes o innecesarios, para promover con el apoyo decidido de la gerencia, su

robustecimiento e implantación. Se deben presentar también los informes de las deficiencias, a su vez comunicar las debilidades y oportunidades de mejoramiento de los sistemas de control.

En lo que respecta a los métodos de evaluación, éstos ayudan al auditor a obtener información adicional, evaluar y calificar los riesgos, encontrar áreas críticas y a determinar la extensión de las pruebas y los distintos procedimientos de auditoría. A continuación, se reseñan los métodos de evaluación del control interno más usuales:

**La Entrevista:** Consiste en reunirse con una o varias personas para cuestionarlas de manera estructurada a fin de obtener información. Este medio es tal vez más empleado y uno de los que puede brindar información más completa y precisa, ya que el entrevistador, al tener contacto con el entrevistado, además de obtener respuestas a sus preguntas, puede percibir actitudes y recibir comentarios (Franklin, 2013).

**Los Cuestionarios:** Es un documento redactado en forma de interrogatorio,

integrado por preguntas estrictamente relacionadas con el tema que se investiga. Está normalmente dirigido a empleados y empleados que realizan una determinada tarea y su finalidad es suplir la entrevista cuando los interrogados se encuentran diseminados o a gran distancia entre sí (Estupiñán, 2006).

**Descriptivo o Narrativo:** Es la descripción detallada de los procedimientos más importantes y las características del sistema de control interno para las distintas áreas clasificadas por actividades, departamentos, empleados y mencionando los registros y formularios que intervienen en el sistema (Estupiñán, 2006).

**Flujogramas:** Es la representación gráfica de un proceso administrativo caracterizado por su naturaleza secuencial. La técnica de diagramación constituye el método de trabajo a ser empleado en el diseño de los sistemas de información para que estos presenten en forma coherente y comprensible el proceso administrativo (Estupiñán, 2006).

Matrices: El uso de matrices conlleva el beneficio de permitir una mejor localización de debilidades de control interno (Manual de Auditoría de Gestión, 2007).

Por consiguiente, la evaluación del control interno debe realizarse de manera periódica, aplicando para ello el método más conveniente para cada organización o simplemente aplicar la combinación de métodos siempre y cuando se esté orientado a la evaluación objetiva y eficiente de la estructura de control interno.

### **Estrategias para integrar y optimizar los sistemas de control interno**

Las estrategias para integrar y optimizar los sistemas de control interno pueden variar de una organización a otra. No obstante, existen determinadas acciones que perfectamente pueden ser aplicadas a cualquier ente de manera estandarizada, los investigadores del presente artículo proponen las siguientes:

Reuniones Preliminares: Consiste en acordar varias reuniones con todos los participantes o personas que laboran en el ente, para presentar todas las acciones que se desean emprender.

Mesas de Trabajo: Se basa en constituir mesas de trabajo que abarquen las distintas áreas del ente y donde participen todas las personas involucradas de acuerdo con sus capacidades o competencias. Es fundamental que haya una interrelación e integración entre las mismas, de manera que puedan intercambiarse puntos de vista y establecer correctivos e ideas de optimización.

Lineamientos: Las políticas y normativas del ente deben revisarse de manera exhaustiva para verificar que estén en concordancia con los propósitos establecidos y que abarquen a todas las actividades y procesos.

Tecnología: La plataforma tecnológica es clave para dinamizar e integrar los distintos procesos que realiza el ente. La misma debe contener toda la información necesaria y contar con el software apropiado para tal fin.

Planeación: Se debe realizar una planificación concreta en la cual se fijen las estrategias generales y para cada área del ente. A su vez deben establecerse claramente los objetivos generales y específicos, las políticas y normativas. Todo ello, en función de

diagnóstico sobre el sistema de control interno existente.

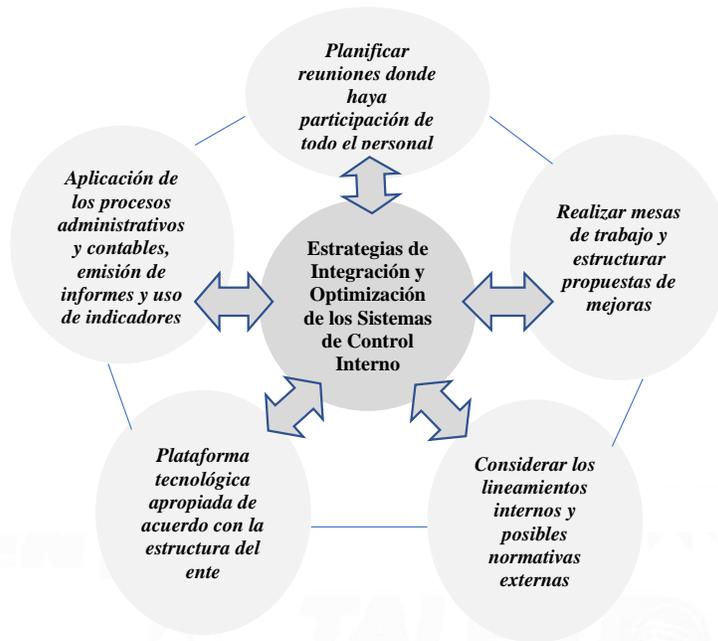
Organización y Dirección: Asignación de funciones y responsabilidades de acuerdo al perfil de cada persona y establecer las jerarquías respectivas.

Control: Establecer los mecanismos necesarios para lograr un control interno mucho más efectivo y eficiente.

Esto requiere de herramientas de análisis y evaluación de la gestión, como los son: los reportes, informes y estados financieros y la aplicación de indicadores de gestión.

Las estrategias para integrar y optimizar los sistemas de control interno se pueden visualizar también en el siguiente diagrama:

**Diagrama de Estrategias de Control Interno**



Fuente: Elaboración propia

**Conclusión**

Los distintos aspectos que rigen el control interno a nivel organizacional están los lineamientos que se establecen para administrar las actividades y procesos organizacionales, éstos se concretan

en políticas y normativas generales y para cada área, teniendo siempre como norte los objetivos trazados. En tal sentido, debe haber una congruencia entre los procesos administrativos y contables, confluyendo en el cumplimiento de lineamientos internos

y normativas externas por las que deba regirse la empresa. Asimismo, Los elementos esenciales de los procesos administrativos y contables son el entorno, la previsión de riesgos y los mecanismos, que, en conexión entre las áreas en cuanto a registro y actividades, tendrán la debida interrelación e integración, con una buena supervisión y seguimiento, así como una buena plataforma tecnológica.

Los diferentes métodos de integración y evaluación de la gestión, constituyen elementos que, al estar interrelacionados, forman el sistema, apoyados en la tecnología más apropiada. Deben ser evaluados periódicamente con una metodología concreta que puede ser el cuestionario, la entrevista, los flujogramas, las matrices, etc. o la combinación de varios métodos, determine la situación real del sistema. Además, las estrategias que optimizan los sistemas de control interno, son acciones a desarrollar sistemáticamente.

Por lo tanto, la adecuada integración de los procesos administrativos y operativos por medio de un sistema de control interno, es fundamental para el

buen funcionamiento de las organizaciones de distinta índole. Sobre lo cual deben siempre considerarse la mayor cantidad de aspectos o elementos posibles que van desde los objetivos y políticas establecidos, hasta las tareas más puntuales de cada área, siendo clave la interrelación entre las partes y el uso de los más efectivos mecanismos y herramientas que permitan el control total de la gestión, utilizando a su vez las estrategias idóneas.

### Referencias

- Business School (2021). ¿Qué es la política de empresa y cómo se constituye?. Recuperado: <https://retos-directivos.eae.es/que-es-la-politica-de-empresa-y-como-se-constituye/>
- Carrero, E. (2018). Aspectos básicos del control interno. Recuperado: <https://todosobretesis.com/temas-de-tesis-de-control-interno-2018/>
- Dessler, G. (2017). Administración de Recursos Humanos. Enfoque Latinoamericano. Recuperado: <https://bookshelf.vitalsource.com/=/books/9786073241014/>
- Dueñas, N. (2008). El Sistema de Control Interno y el Aseguramiento de la Calidad. (1ª ed.). Ecuador: Editorial UTPL.

- Estupiñán, R. (2006). Evaluación del Control Interno. (2ª ed.) Eco-ediciones. Venezuela 6.013, Extraordinario. Diciembre 23, 2010.
- Franklin, B. (2013). Modelos de Control Interno. México: Mc Graw Hill.
- González, A. (2010). Evaluación del Sistema de Control Interno. Cuna: Centro Universitario Vladimir Ilich Lenin.
- Institute of Internal Auditors (2005). Putting COSO'S Theory into Practice. Florida, USA.
- Ley Orgánica de la Contraloría General de la República y del Sistema Nacional de Control Fiscal (2010). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela
- Manual de Auditoría de Gestión (2007). Métodos de Control interno. KPMG.
- Peiro, A. (2016). Visión de una empresa. Economipedia.com. Recuperado: <https://economipedia.com/definiciones/vision-de-una-empresa.html>
- Romero, J. (2012). Control interno y sus 5 componentes según COSO. Recuperado: <https://www.gestiopolis.com/control-interno-5-componentes-segun-coso/>

## **IMPLICATIONS OF THE TAX ON LARGE FINANCIAL TRANSACTIONS FOR THE FINANCES OF VENEZUELAN COMPANIES**

Wilmer Antequera, Andrea Vega y Lourde Petit

### **Summary**

The general objective of this article is to analyze the implications of the Tax on Large Financial Transactions (IGTF) for the finances of Venezuelan companies, focusing on the new tax referred to operations paid in foreign currencies and cryptocurrencies. By virtue of this, the researchers proceed methodologically in accordance with their analytical criteria, based on the documentary design based on the subject. This article is structured in three sections: the first deals with the reasons that led to the approval of the application of a 3% tax on transactions carried out in currencies or cryptocurrencies other than the Petro. The second deals with matters concerning the entire legal and regulatory system that supports the IGTF and the accounting treatment of taxes. While the third focuses on the financial effects that this tax generates in Venezuelan companies. The results of this investigation show that the new tax of 3% of the IGTF does affect the finances of Venezuelan companies, since, in the case of those that are special taxpayers of the withholding of this tax, they must adapt the fiscal machines or their billing systems, thus generating changes in their accounting structures, which implies more expenses to bear, likewise, companies in general must do the same in their respective structures and assume greater expenses and costs in the acquisition of inputs, products and services that necessarily have to be paid in the country in foreign currencies or cryptocurrencies. Keywords: IGTF, Finance, Venezuelan Companies.

### **IMPLICACIONES DEL IMPUESTO A LAS GRANDES TRANSACCIONES FINANCIERAS PARA LAS FINANZAS DE LAS EMPRESAS VENEZOLANAS**

#### **Resumen**

El objetivo general del presente artículo, es analizar las implicaciones del Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (IGTF) para las finanzas de las empresas venezolanas, enfocándose en el nuevo gravamen referido a las operaciones pagadas en monedas y criptomonedas extranjeras. En virtud de ello, los investigadores proceden metodológicamente de acuerdo con su criterio analítico, fundamentándose en el diseño documental basado sobre el tema. Este artículo está estructurado en tres secciones: la primera, versa sobre las razones que indujeron a la aprobación de la aplicación del 3% de gravamen a las transacciones realizadas en divisas o criptomonedas distintas al Petro. La segunda, aborda lo concerniente a todo el ordenamiento jurídico y normativo que sustenta al IGTF y al tratamiento contable de los impuestos. Mientras que la tercera, se centra en los efectos financieros que dicho tributo genera en las empresas venezolanas. Los resultados de esta investigación ponen de manifiesto que el nuevo gravamen del 3% del IGTF sí afecta a las finanzas de las empresas venezolanas, toda vez que, en el caso de las que son contribuyentes especiales de la retención de este impuesto, deben adaptar las máquinas fiscales o su sistemas de facturación, generando con ello

cambios en sus estructuras contables, lo cual implica más gastos que sufragar, así también, las empresas en general deben hacer lo propio en sus respectivas estructuras y asumir mayores gastos y costos en la adquisición de insumos, productos y servicios que tengan necesariamente que cancelar en el país en monedas o criptomonedas extranjeras.

Palabras clave: IGTF, Finanzas, Empresas Venezolanas.

### **Introducción**

Las distintas empresas, siempre deben estar dispuestas adaptar sus estructuras operativas, administrativas y contables en función de los distintos impuestos que se establezcan formalmente en el país. Esto implica no solo una labor extra, sino también el incurrir en erogaciones que se derivan de la asunción de nuevos tributos que indiscutiblemente afectan sus resultados financieros al verse un tanto incrementados sus costos y gastos como producto de las operaciones realizadas, las cuales, cuando son efectuadas en monedas distintas a la de curso legal, como ocurre actualmente en Venezuela, lo cual amerita de cambios y mayores egresos para su normal funcionamiento.

Por consiguiente, lo que se persigue fundamentalmente con el presente artículo científico es la realización de un análisis referente al Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras

(IGTF) y su impacto en las finanzas de las empresas venezolanas, enfocándose en el nuevo gravamen referido a las operaciones pagadas en monedas y criptomonedas extranjeras. Esto amerita de la búsqueda y análisis de toda la información documental bajo un enfoque descriptivo referente al tema, con lo cual se establecen las relaciones correspondientes, en razón de la importancia que tiene el aspecto tributario para la estructura financiera de las empresas y su correcto funcionamiento.

La estructura general de este artículo científico aborda lo referente a las razones que conllevaron a la implantación formal del gravamen del 3% del IGTF por las operaciones efectuadas en monedas o criptomonedas extranjeras. De igual modo, se analiza el marco normativo y jurídico que respalda este tributo, tanto desde la perspectiva meramente legal como la de índole contable. Además,

se exponen los principales efectos o incidencias de la aplicación dicho impuesto para las empresas venezolanas. Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio realizado. Razones que indujeron a la aprobación de la aplicación del 3% de gravamen a las transacciones realizadas en monedas o criptomonedas extranjeras. Una de las formas de ingreso que han implementado los distintos países del mundo desde tiempos remotos, han sido los tributos, considerados por Garay (2001), como la prestación obligatoria, generalmente en dinero, exigida por el Estado en virtud de su poder de imperio y que da lugar a relaciones jurídicas de derecho público. Esto como una alternativa de captar recursos para cubrir el gasto público, por lo que en el transcurso del tiempo, se han ido estableciendo los mismos en sus distintas modalidades, siendo los impuestos los más usuales.

En Venezuela, se estableció el Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (IGTF), desde el año 2016 con su respectiva ley, pero desde el 28 de marzo del 2022 entró en vigencia la Ley de Reforma Parcial del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de

Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (2022), que esencialmente contempla un cobro inicial del 3 % de gravamen a los pagos en divisas y criptomonedas o criptoactivos distintos al Petro; aunque de acuerdo con esta normativa, dicho impuesto puede variar entre 2 % y 20 %, lo cual denota que el mismo podría incrementarse con el tiempo.

Al respecto, Ojeda (2022), señala que esta reforma, tiene como objetivo aumentar la recaudación fiscal existente a nivel nacional, trayendo consigo la posibilidad de que algunas de las transacciones con uso de criptoactivos puedan ser gravadas por parte de la Administración Tributaria Nacional. Por medio de la Ley de Reforma Parcial, lo que busca el SENIAT es alterar la naturaleza tributaria de este tributo para que se logre también gravar aquellas transacciones efectuadas en divisas y criptomonedas extranjeras, repercutiendo en las personas naturales como posibles contribuyentes a este tributo sin tomar en consideración el valor de dicha transacción.

La mencionada reforma, establece en su artículo 1, numeral 1, que son los sujetos pasivos especiales a quienes le corresponde retener, enterar y pagar ante el fisco el IGTF, mientras que en el numeral 5, dispone que las personas naturales, jurídicas y las entidades económicas sin personalidad jurídica, deben pagar este impuesto cada vez que realicen pagos en moneda distinta a la de curso legal en el país (divisas), así como en criptomonedas o criptoactivos diferentes a los emitidos por la República Bolivariana de Venezuela (Petro), mientras que el SENIAT (2022), indica los comercios receptores del impuesto deberán ajustar la máquina fiscal a los fines de reflejar en la factura la alícuota impositiva del IGTF.

Ahora bien, resulta pertinente saber las razones por las cuales se ha implantado el nuevo gravamen de dicho impuesto, para así poder comprender mejor el sentido de su aplicación en tiempos de crisis económica, donde la dolarización de la economía ha significado un ligero alivio, pero con este nuevo tributo podría revertirse la situación. Pero el

caso es, que el gobierno nacional ha establecido dicho tributo a través de la mencionada reforma, siendo administrado por el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), de conformidad con los preceptos constitucionales y del Código Orgánico Tributario (2020) como normativas que rigen el sistema tributario.

Los argumentos precedentes, conllevan a referir que la finalidad o intención del ejecutivo nacional de establecer el IGTF, tal como lo han expresado algunas personalidades gubernamentales ante distintos medios de comunicación audiovisuales, impresos y electrónicos, es incentivar el uso del bolívar, ya que es una realidad que la circulación del dólar en la actividad comercial del país, es tan masiva que hasta podría superar la de la moneda local de curso legal. Esto, indica que si los usuarios pagan en los comercios mayormente en dólares, se estaría dejando de percibir ingresos tributarios por dichas operaciones, ya que el Impuesto al Valor Agregado (IVA), solo grava a las transacciones pagadas en bolívares.

Otra razón para el establecimiento del IGTF, es la generación de mayores ingresos tributarios y así cumplir con la responsabilidad de la recaudación que le compete al Estado venezolano por medio del SENIAT, de captar eficientemente los recursos que le permitan retribuirlos a la sociedad por medio de la satisfacción de necesidades sociales o colectivas en pro de una mejor calidad de vida, a través del cubrimiento del gasto público y la inversión en beneficios sociales. Al respecto, Venelogía (2017), señala que dicho impuesto se estableció inicialmente con el fin de generar mayores ingresos al fisco y como una forma de manejar el exceso de liquidez monetaria.

Con ambos propósitos, el gobierno nacional revela intenciones de retomar el control de la economía perdido por causa de la dolarización y, a la vez, obtener recursos para expandir el gasto público. Ambos objetivos lucen convenientes, porque, si bien la dolarización sirve en contextos de desequilibrios monetarios severos para contener la inflación, al mismo tiempo despoja a los gobiernos de la posibilidad de enfrentar las

vulnerabilidades macroeconómicas asociadas con dicho proceso; de allí, los esfuerzos de países altamente dolarizados por emprender procesos de desdolarización (Venelogía, 2017).

Por otra parte, expandir el gasto público sin causar inflación exige renunciar a la monetización del déficit fiscal y generar ingresos de fuentes fiscales ordinarias y ganar señoreaje por la vía del aumento de la demanda de saldos reales en bolívares. Por esta vía, se contribuye a la consolidación fiscal, condición necesaria en procesos de desdolarización. Ahora bien, que el IGTF contribuya al logro de estos objetivos dependerá de que, efectivamente, aumente la demanda de saldos reales en bolívares. Esto, a su vez, dependerá de que se evite la evasión fiscal y de que se logre una correcta administración de lo recaudado (Venelogía, 2017).

Finalmente, cabe agregar que a través del establecimiento de estos impuestos, tal como lo expresa Ojeda (2022), no sólo se persiguen finalidades recaudatorias, sino que se pueden alcanzar otras finalidades constitucionales como son la detección de aquellas personas naturales o

jurídicas que no se someten a la potestad tributaria y a la promoción del bienestar general, mediante una contribución equitativa en el gasto social y la inversión social. Por lo tanto, se puede deducir que dicho impuesto con su nuevo gravamen, ha sido incorporado en la legislación, debido a que se está dejando de captar ingresos tributarios en las operaciones realizadas en monedas y criptomonedas extranjeras, ya que no se estaba aplicando un IVA, por ejemplo, a este tipo de transacciones, sólo a las efectuadas en bolívares. Por tal razón, debe analizarse también todo el marco legal del IGTF.

### **Ordenamiento jurídico y normativo que sustenta al IGTF y al tratamiento contable de los impuestos**

El Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (IGTF) se promulgó mediante el decreto N° 2169 con rango, valor y fuerza de ley, publicado en la Gaceta Oficial 6.210 extraordinaria del 30 de diciembre de 2015 y su entrada en vigencia fue a partir del 1 de febrero de 2016. A diferencia de varios impuestos que se han aplicado en Venezuela, solo lo

perciben las personas jurídicas calificadas como contribuyentes especiales. La ley otorga potestad al SENIAT en la jurisdicción del contribuyente, para calificar y notificar a contribuyentes especiales del IGTF mediante la providencia administrativa 0685.

Concretamente, el 28 de marzo de 2022 entró en vigencia la Ley de Reforma Parcial del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras que incluye las operaciones en divisas (dólares, euros, otros) así como también cualquier criptomoneda distinta al criptoactivo estatal venezolano denominado Petro. Dicho instrumento legal busca gravar estas operaciones, según la cual se deberá pagar un 3% adicional al monto de la transacción por motivo de este impuesto.

El sustento jurídico del IGTF está primeramente en lo dispuesto por la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), que en su Artículo 133 señala que toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago

de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley. De igual manera, en su Artículo 156, prevé que es de la competencia del Poder Público Nacional la creación, organización, recaudación, administración y control de los impuestos. De allí que, el Estado venezolano tiene la potestad constitucional de crear, establecer y administrar el IGTF.

En este mismo sentido, el Código Orgánico Tributario (2020), establece en su Artículo 3, que legalmente está previsto crear, modificar o suprimir tributos; definir el hecho imponible; fijar la alícuota del tributo, la base de su cálculo e indicar los sujetos pasivos del mismo. Por consiguiente, esto aplica para el IGTF, cuya Ley de Reforma Parcial del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (2022), especifica en su artículo 4, quiénes son los contribuyentes de dicho impuesto según el tipo de operaciones realizadas en monedas o criptomonedas distintas a las de curso legal emitidas en el país, cuyos pagos se efectúen sin mediación de instituciones financieras. Asimismo, dicha reforma determina en su artículo

13, el establecimiento de la alícuota aplicable a la base imponible, mientras que en el artículo 16, hace alusión a las reglas que deben cumplir los contribuyentes especiales para efectuar la declaración y pago del IGTF, y en el artículo 24, indica la alícuota o gravamen que debe ser percibido por los contribuyentes especiales.

Adicionalmente, se ha establecido el Decreto N° 4.647 de Exoneración y No Sujeción del Pago del Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (2022), que regula lo referente a las operaciones que están exoneradas del pago del mismo. Así también, el SENIAT (2022), estableció la providencia administrativa que designa a los sujetos pasivos especiales como agentes de percepción de este impuesto.

En lo que respecta a las normativas que rigen el tratamiento contable de los Impuestos, están las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), que constituyen un grupo de estándares y medidas internacionales de contabilidad, dictadas por el International Accounting Standards Board (IASB) y que has sido

adoptadas a nivel mundial. Dicha normativa establece de manera general que las bases gravables para los impuestos las determina la administración tributaria de cada país, y esto se refleja en la información financiera, bajo las condiciones que el Estado lo determine (Actualícese, 2015).

Por lo tanto, en la caso del IGTF, son las autoridades venezolanas a través del SENIAT, quienes determinen, según ley o providencias administrativas, cuáles serán las bases gravables de dicho tributo, de acuerdo con los criterios de su sistema tributario, teniendo también presente lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) y el Código Orgánico Tributario (2020). Así también están las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), que constituyen un conjunto de estándares establecidos que han sido adoptadas a nivel mundial y rigen en cuanto al deber ser del registro y presentación de la información financiera, lo cual incluye a los impuestos en general, y como no específica regimientos en cuanto al

IGTF, se asume que al igual que las NIFF lo dejan a potestad de las autoridades de cada país.

Tras lo antes señalado, lo que sí queda claro es que también en Venezuela se debe reflejar oportunamente el gasto por impuestos, donde por ejemplo, el registro de los impuestos diferidos, tal como lo expone Nubia (2022), pasó de tener un enfoque exclusivamente basado en las diferencias que se producían entre el gasto por impuestos a nivel contable y fiscal, a un concepto de impuesto diferido referido a las diferencias existentes entre el valor contable y el valor fiscal de los activos y pasivos de los estados financieros. Esto, refiriéndose a cambios efectuados sobre otros impuestos distintos al IGTF. Por lo tanto, es pertinente analizar las incidencias de dicho impuesto en las organizaciones venezolanas.

### **Efectos de la aplicación del 3% de IGTF para las empresas venezolanas**

Entre las implicaciones que ha tenido la aplicación del Impuesto a la Grandes Transacciones Financieras en Venezuela, específicamente en lo que respecta al gravamen del 3%, está la

confusión de las empresas que se dedican al comercio de productos y servicios. Al respecto, el analista económico y político, Tomás Socias López, citado por Analítica (2022), expresó que la aplicación de la Ley de Impuesto a la Grandes Transacciones Financieras generó confusión entre los comerciantes y usuarios; resaltando además, que el instrumento legal establecido tiene como propósito incrementar los ingresos al Gobierno Nacional conjuntamente con el uso del Bolívar y que dicha decisión proviene por la dolarización en el país en virtud de las deficiencias en cuanto a la emisión de bolívares y otros factores económicos.

Esta afirmación también es expresada por el ciudadano común, quien tiene la misma percepción en la materia. En tal sentido cabe agregar que aún se está ante una situación de pandemia por covid19, por lo que meses atrás y durante dos años, los comerciantes estaban muy restringidos en cuanto a sus ventas, lo cual indudablemente les afectó económicamente, por lo cual, el establecimiento del IGTF ha venido a representar un impacto negativo, considerando que dicha aplicación

constituye un gasto para los comercios que son contribuyentes especiales al adecuar sus estructuras operativas a los nuevos requerimientos fiscales; además de ser un mayor desembolso de dinero para los usuarios.

En este mismo orden, el Consejo Nacional del Comercio y los Servicios (Consecomercio), indicó que el 75 % de los comercios reportó que no está en capacidad de recibir pagos en divisas porque no ha podido completar el proceso de adaptar sus sistemas al nuevo impuesto, debido a que las máquinas fiscales de algunas empresas no están en capacidad de adaptar o modificar su configuración para cobrar el IGTF, ya que representa un erogación el cambiar los equipos, que pueden costar desde 600 hasta más de 1.000 dólares, lo cual es un gasto difícil de cubrir ante la falta de créditos, por lo que pidió que se suspenda o se prorrogue la orden.

Este tipo de señalamientos emitidos por entes calificados de la sociedad venezolana, indican claramente las implicaciones que está teniendo el IGTF para la finanzas de las empresas, ya que al incrementar sus costos y gastos como producto de la aplicación

de dicho tributo, aunado a las restricciones en sus actividades comerciales como consecuencia de la pandemia por covid19, indiscutiblemente se van a ver afectados sus resultados financieros. Con ello, se puede inferir que en la medida en que las empresas vayan recuperando su actividad comercial e ingresos, será más viable asumir este tipo de compromisos fiscales.

Otro aspecto que hay que resaltar, es que la posibilidad de que la medida del Gobierno Nacional de establecer el IGTF reviva a la moneda venezolana debido al peso que tiene la divisa en el país como medio de intercambio y la escasez de bolívares por la restricción fiscal y de créditos que aplica el Ejecutivo, es percibido de otra forma por los especialistas económicos; tal es el caso de la especialista aduanera Norexa Contramaestre, quien ha expresado:

El nuevo impuesto es bastante confuso, representando un problema para el ciudadano común, no solo porque cuesta alcanzar a los recursos, sino también porque los bolívares, con los que se podría evadir el tributo, no abundan en el

mercado. Si los recursos que están en el mercado se adquieren con divisas, que es lo que está imperando, y los bolívares no aparecen (son escasos), estamos limitados. No tenemos los bolívares, no los conseguimos, y ahora el 3 % para las divisas. Es muy difícil continuar adelante, para la alimentación, medicinas y servicios básicos (p. 5).

Se habla entonces de una serie de factores económicos importantes como la inflación, el nivel personal de ingresos y el desempleo, que estarían influyendo para la aplicación del gravamen del 3% del IGTF más que todo desde la perspectiva del usuario, a lo cual cabe agregar que las empresas o personas jurídicas también son usuarios que deben recurrir al mercado a la adquisición de productos y servicios para poder mantenerse en funcionamiento. Por lo tanto, este nuevo gravamen ha implicado un impacto económico para personas naturales y jurídicas, afectándoles en sus respectivas finanzas.

De igual forma, representa un efecto negativo para las empresas el tema de las sanciones que les pueda aplicar el SENIAT por no cumplir con la debida

percepción y enteramiento del IGTF. En este sentido, el informe Prodavinci (2022), indica que los contribuyentes especiales que no cobren el impuesto pueden quedar expuestos a sanciones, a pesar de la confusión e interpretaciones a las que se presta la redacción de la ley, ya que varios especialistas señalan que el pago del impuesto no percibido podría correr por cuenta de la empresa. Ante una fiscalización, la sanción de acuerdo con el Código Orgánico Tributario, es una multa de 500% del tributo no percibido, por lo que existe un evidente riesgo sancionatorio.

En todo caso, corresponde a la Administración Tributaria (SENIAT) aplicar la normativa correspondiente en cuanto a las sanciones, por cuanto actualmente no están dadas plenamente las condiciones para que todos los contribuyentes especiales puedan cumplir cabalmente con esta nueva obligación tributaria; de hecho, la labor de dicho ente debe ser orientar lo más posible a los contribuyentes especiales y usuarios en general en materia de la aplicación del 3% del IGTF. Esto debe abarcar a sus propios fiscales o funcionarios en cuanto la

aplicación de medidas sancionatorias, las cuales deben estar muy justificadas. Desde una perspectiva más fiscal, pero con igual efecto económico, Dilio Hernández, economista, Director del Centro de Investigaciones y Análisis Prospectivos (CIAP) y Asesor de Fedecámaras, citado por Tovar (2022), explicó que:

El Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (IGTF) es un impuesto indirecto regresivo con efecto en cascada, es decir, acumulativo a lo largo de la cadena fiscal con graves fallas técnicas y legales para su aplicación, que no distingue entre personas naturales y jurídicas. Se carga indiscriminadamente cuando cualquier persona paga en divisas un bien o servicio ante un sujeto pasivo calificado por el SENIAT como contribuyente especial, un supermercado, ferretería, farmacia, etc, que deberá cargar en su factura un 3 % al valor de la compra si lo cancela en divisas o criptoactivos, diferentes al Petro, viéndose afectado su poder adquisitivo sin discriminar si tiene o no recursos, si es rico o pobre (p. 3).

De esta manera, el criterio del mencionado especialista, cuestiona la aplicación del IGTF porque no solo

contraviene una serie de principios tributarios, sino que en definitiva impacta económicamente a los usuarios o consumidores y a su vez a las empresas, porque además de la carga fiscal, constituye un gasto adicional al verse obligadas a adquirir o reprogramar las que tienen para adaptarlas a un nuevo sistema, las cuales deben importarse porque no existen en el país, por lo que técnicamente su aplicación inmediata es desmesurada, generando así una larga cadena de vicios, corrupción, evasión fiscal, entre otros problemas. Ahondando más en este aspecto, el mencionado especialista, también ha señalado que del 80 % al 90 % de las empresas no tienen las máquinas fiscales acondicionadas para ejecutar el impuesto. De allí que, considera que jurídicamente debe haber una revisión y reforma del IGTF por su carácter regresivo, discriminatorio y de inequidad fiscal, cuyo único beneficio es proporcionarle al Gobierno Nacional entre el 15 al 17% de los ingresos fiscales, siendo superior al ISLR. El caso es que dicho tributo afectará a económicamente a las empresas y a la

población en general, pudiendo incrementar la crisis económica en el país.

Otro factor a considerar es que el IGTF, según Conindustria, citado por El Venezolano News (2022), tiene un efecto directo sobre el precio final de los alimentos y demás productos nacionales. Dicho impacto varía en función del sector económico, pero se trata de mucho más que la tasa de 3 % que paga el consumidor al momento de estar en la caja. Acotó también que con este impuesto hubo mucha confusión y su efecto no solo es el 3% que paga el consumidor. Aguas abajo, la aplicación de este impuesto representa entre 12 % y 18 %, más en el precio de los productos nacionales.

En resumidas cuentas, la aplicación del 3% de gravamen del IGTF, ha generado un impacto mayormente en los empresarios que tienen amplia experiencia en aspectos económicos que inciden notablemente en sus finanzas, lo cual pudiera estarse presentando en el momento menos indicado, debido a la situación de crisis económica que viene atravesando el país tras cuatro años consecutivos de

hiperinflación, y aunque la dolarización de la economía venezolana pudiera representar un cierto alivio en esta materia, el hecho de cambiar o revertir esta situación estimulando el uso preferencial del bolívar como moneda local, no será fácil porque ya todas las estructuras e instancias económicas se han ido proyectando y funcionando en dólares, inclusive las del gobierno. Es entonces, motivo de reflexión la medida impuesta con este tributo por las implicaciones que está teniendo para las empresas y para la población en general.

### **Conclusión**

Las razones que conllevaron a la implantación formal del gravamen del 3% del IGTF por las operaciones efectuadas en monedas o criptomonedas extranjeras, son fundamentalmente, el fomentar el mayor uso del bolívar como la moneda local de curso legal que es, lo cual deja entrever que la dolarización de la economía nacional es cada vez más fuerte. Pero también, resulta indiscutible que se busca incrementar los ingresos de índole tributario, los cuales suponen serían elevados

considerando la mencionada dolarización.

El marco normativo y jurídico que respalda al Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras, comprende desde el punto de vista contable, tanto las NIC, como las NIIF, donde se establece que las bases gravables de los impuestos corresponden a la administración tributaria de cada país, lo importante es registrar debida y oportunamente los gastos por impuestos. En Venezuela, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) dictamina el deber ciudadano de contribuir con el gasto público mediante el pago de tributos y a la competencia que tiene el Poder Público Nacional de crear y recaudar impuestos para los fines antes mencionados. De igual forma, el COT (2020), establece dicha potestad, por lo cual se tiene el sustento legal para el establecimiento de la ley del IGTF (2022).

Los principales efectos de la aplicación del IGTF para las empresas venezolanas son, a nivel operativo, la premura de establecerlo, donde resulta difícil que se puedan gravar todas las operaciones, lo propio ocurre a nivel

técnico porque buena parte de los contribuyentes especiales no cuenta con la máquina fiscal o su adaptación oportuna. A nivel fiscal hay controversias con la percepción de dicho tributo y a nivel económico se generan gastos y se incrementa el costo de los productos y servicios. Todo ello implica que debe haber un evaluación exhaustiva y la reconsideración de establecer este impuesto.

## Referencias

- Actualícese (2015). IVA, retenciones y demás impuestos en NIIF, ¿cómo es su manejo? Recuperado: <https://actualicese.com/como-es-el-manejo-de-iva-retenciones-y-demas-impuestos-en-niif/>
- Código Orgánico Tributario (2020). (Gaceta Oficial de La República Bolivariana de Venezuela N° 6.507 Extraordinario. Enero 29, 2020).
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). (Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 5453. Extraordinario, febrero 19, 2009).
- Decreto N° 4.647 de Exoneración y No Sujeción del Pago del Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (2022). (Gaceta Oficial Extraordinaria N°6.689 de fecha 25 de febrero de 2022).
- El Venezolano News (2022). Productos nacionales encarecen su precio entre 12 % y 18 % por el IGTF. Recuperado: <https://elvenezolanonews.com/2022/05/12/productos-nacionales-encarecen-su-precio-entre-12-y-18-por-el-igtf/>
- Garay, J. (2001). Ley de Impuesto Sobre la Renta Comentada y Otras Apreciaciones Tributarias. Caracas: Ediciones Juan Garay.
- International Accounting Standards Committee (IASC) (1973). Normas Internacionales de Contabilidad (NIC). USA:IASC.
- International Accounting Standards Board (IASB) (2003): Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). London: IASB.
- Ley de Reforma Parcial del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (2022). (Gaceta Oficial N° 6.687, febrero 25 de 2022).
- Ojeda, a. (2022). Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras en Venezuela: Una guía explicativa. Recuperado: <https://es.beincrypto.com/aprende/impuesto-grandes-transacciones-financieras-venezuela/>
- Prodavinci (2022). Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras y pagos en dólares. 10 preguntas y Respuestas. Recuperado: <https://prodavinci.com/igtf-y->

[pagos-en-dolares-10-preguntas-y-respuestas/](#)

Providencia Administrativa que Designa a los Sujetos Pasivos Especiales como Agentes de Percepción del Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (2022). (Gaceta Oficial N°42.339, marco 17 de 2022).

Nubia, F. (2022). Modificaciones de la NIC 12. EY España. Recuperado: [https://www.ey.com/es\\_es/the-cfo-agenda/modificaciones-de-la-nic-12](https://www.ey.com/es_es/the-cfo-agenda/modificaciones-de-la-nic-12)

Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT - 2022). Portal

SENIAT. Sistema Tributario Socialista. Recuperado: [http://declaraciones.seniat.gob.ve/portal/page/portal/PORTAL\\_SENIAT](http://declaraciones.seniat.gob.ve/portal/page/portal/PORTAL_SENIAT)

Tovar, F. (2022). El 85 % de las empresas no tienen las máquinas fiscales para ejecutar el IGTF. El Pizarrón Noticias. Recuperado: <https://www.costadelsolfm.org/2022/03/31/el-85-de-las-empresas-no-tienen-las-maquinas-fiscales-para-ejecutar-el-igtf/>

Venelogía (2017). Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras. Recuperado: <https://www.venelogia.com/archivos/10523/>



UNIVERSIDAD DE  
CARABOBO

