

Revista

Gestión y Desarrollo Libre

Universidad
Libre
Seccional
Cúcuta

Revista
Gestión y
Desarrollo
Libre

Publicación
Semestral

ISSN
2539-3669

Año 3
N° 5
2018

Enero
-
Junio

Pág
216

Centro
Seccional de
Investigaciones

Facultad
de Ciencias
Económicas
Administrativas y
Contables

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre No. 5:

El domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela y sus consecuencias para el obligado tributario

Papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora

Ventajas e inconvenientes de la implementación de las normas internacionales de información financiera para pymes en Colombia

Tácticas políticas y poder: aplicaciones en el contexto universitario

Los informes de fiscalización autónoma de los órganos de control externo: rendición de cuentas

Las organizaciones, el control y la auditoría interna

Análisis de la discriminación salarial en el mercado laboral a partir de las diferencias de género: Cúcuta – Colombia

Capacidad dinámica de innovación como apuesta competitiva de valor empresarial

El desarrollo y financiación de la infraestructura en Colombia

Efectos de la publicidad de precios comparativos sobre las expectativas de precios del consumidor

Universidad Libre
www.unilibrecucuta.edu.co
Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables





UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CÚCUTA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CENTRO SECCIONAL DE INVESTIGACIONES

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre N° 5:

- *El domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela y sus consecuencias para el obligado tributario*
- *Papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora*
- *Ventajas e inconvenientes de la implementación de las normas internacionales de información financiera para pymes en Colombia*
- *Tácticas políticas y poder: aplicaciones en el contexto universitario*
- *Los informes de fiscalización autonómica de los órganos de control externo: rendición de cuentas*
- *Las organizaciones, el control y la auditoría interna*
- *Análisis de la discriminación salarial en el mercado laboral a partir de las diferencias de género: Cúcuta – Colombia*
- *Capacidad dinámica de innovación como apuesta competitiva de valor empresarial*
- *El desarrollo y financiación de la infraestructura en Colombia*
- *Efectos de la publicidad de precios comparativos sobre las expectativas de precios del consumidor*

Universidad Libre Seccional Cúcuta	Revista Gestión y Desarrollo Libre	Publicación Semestral	ISSN 2539-3669	Año 3 N° 5 2018	Enero - Junio	Pág 216	Centro Seccional de Investigaciones	Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables
------------------------------------	------------------------------------	-----------------------	----------------	-----------------	---------------	---------	-------------------------------------	---



DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA GESTIÓN Y DESARROLLO LIBRE

MISIÓN

Publicar y difundir los avances que presentan los trabajos de investigación desarrollados por los miembros de la comunidad científica local, nacional e internacional y de esta manera contribuir con la construcción de un pensamiento científico cada vez más riguroso que redunde en la comprensión de la realidad en las áreas: económica, administrativa y contable.

ALCANCE Y POLÍTICA EDITORIAL

Gestión y Desarrollo Libre es una revista que publica trabajos originales e inéditos referentes a las ciencias económica, administrativa y contable y su enseñanza.

Cada número de la revista tiene un carácter misceláneo, sin perjuicio de poder editar, cuando se considere adecuado, números monográficos.

Es una publicación académica de periodicidad semestral, realizada en Colombia, Departamento Norte de Santander, por el Centro Seccional de Investigaciones y la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Cúcuta desde el año 2016.

Constituye una revista arbitrada que emplea el sistema de revisión por pares a doble ciego (*double blind review*).

Los juicios presentados por los autores en sus artículos no representan la opinión ni criterio de la Institución que edita la Revista.



DEFINITION AND CHARACTERISTICS OF THE MAGAZINE: GESTION Y DESARROLLO LIBRE

MISSION

To publish and disseminate the advances presented by the research work carried out by the members of the local, national and international scientific community and, in this way, to contribute to the construction of an increasingly rigorous scientific thinking that results in an understanding of reality in Economic, administrative and accounting areas.

SCOPE AND EDITORIAL POLICY

Gestión y Desarrollo Libre is a magazine that publishes original and unpublished works related to the economic, administrative and accounting sciences and its teaching.

Each issue of the journal has a miscellaneous character, without prejudice to being able to edit, when appropriate, monographic numbers.

It is an academic publication of semester time, made in Colombia, North of Santander Department, by the Investigations Sectional Center and the Economics, Administrative and Accounting Sciences Faculty at Universidad Libre Seccional Cúcuta since 2016.

It is an arbitrated journal that uses the double blind review system.

The judgments presented by the authors in their articles do not represent the opinion or criterion of the Institution that publishes the Journal



DIRECTIVAS NACIONALES

JORGE ALARCÓN NIÑO, Presidente Nacional

FERNANDO DEJANON RODRÍGUEZ, Rector Nacional

DIRECTIVAS SECCIONALES

HOLGER ANDRÉS CÁCERES MEDINA, Presidente Seccional

DÉBORA GUERRA MORENO, Rector Seccional

BEATRIZ PARRA GONZÁLEZ, Decano Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables

DIEGO ARMANDO YAÑEZ MEZA, Director Centro Seccional de Investigaciones

AGUSTÍN OCHOA TORRES, Jefe de Área Profesional

CLAUDIA PATRICIA CHAUSTRE SÁNCHEZ, Jefe de Área Básica y Área Socio-
Humanística

Se autoriza la reproducción de los artículos
citando la fuente y los créditos de los autores:

Revista Gestión y Desarrollo Libre. Universidad Libre Seccional Cúcuta

Entidad Editora: Universidad Libre Seccional Cúcuta

Los conceptos y opiniones expresados en los artículos
son responsabilidad de los autores y no comprometen a la Universidad
Libre

Forma de adquisición:
canje, suscripción o entrega gratuita

Revista Gestión y Desarrollo Libre en la Web:
<http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/>

Correspondencia:
Avenida 4 N° 12N-81. Barrio El Bosque
Universidad Libre Seccional Cúcuta
Teléfono: 5 82 98 10. Extensión 229-207
Correo electrónico: revista.gestionydesarrollolibre.cuc@unilibre.edu.co
Formato: 17 cm x 24 cm
ISSN: 2539-3669

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5
Enero-Junio 2018. ISSN 2539-3669



EQUIPO EDITORIAL

EDITOR

BEATRIZ PARRA GONZÁLEZ, Magister en Tributación y política fiscal.
Esp. en Gerencia Educativa con énfasis en Gestión de Proyectos.
Decana Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la
Universidad Libre Seccional Cúcuta.

COMITÉ EDITORIAL

NELSON EMILIO GARCÍA TORRES, MBA Formulación de Proyectos,
Universidad Viña del Mar.
Director de Posgrados y Programa de Comercio y Negocios Internacionales,
Universidad Simón Bolívar.

LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO, Magister Gerencia de Empresas y Mención
Finanzas.

Docente Universidad Francisco de Paula Santander-UFPS.

NUBIA ISABEL DÍAZ ORTEGA, Doctor en Ciencias Gerenciales, Universidad Rafael
Belloso Chacín. Magister en Gerencia de Empresas Mención Finanzas, Universidad
Nacional Experimental del Táchira. Docente Universidad Libre Seccional Cúcuta.

AGUSTÍN OCHOA TORRES, Magister en Gerencia de Empresas Mención Finanzas,
Universidad Nacional Experimental del Táchira.

Docente, Jefe de área profesional Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y
Contables, Universidad Libre Seccional Cúcuta.

COMITÉ CIENTÍFICO

ABEL MARÍA CANO MORALES, Doctor en Administración Pública, American Andragogy University. Jefe del Programa de Contaduría Pública Universidad de Medellín.

ROLANDO ESLAVA ZAPATA, Doctor en el programa de “Nuevas Tendencias en Administración de Organizaciones”, Universidad Complutense de Madrid. Magister en Ciencias Contables, Universidad de los Andes - Venezuela.

JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE, Doctor en Estudios Políticos, Universidad Externado de Colombia. Magister en Gerencia de Empresas mención Finanzas, Universidad Nacional Experimental del Táchira. Directora del programa Comercio Internacional y del Departamento de Estudios Internacionales y de Fronteras de la Universidad Francisco de Paula Santander – UFPS.

FRANK RIVAS, Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de los Andes – Venezuela. Magister en Ciencias Políticas, Universidad de los Andes – Venezuela.

TRADUCTOR

JOHN ALEXANDER QUINTERO PATIÑO, Licenciado en lenguas Extranjeras. Docente Universidad Libre Seccional Cúcuta.



TABLA DE CONTENIDO

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y su integración en las universidades públicas autónomas venezolanas en el contexto Latinoamericano

Information and Communication Technologies (ICT) and their integration in the Venezuelan public autonomous universities in the Latin American context

ELVIZ DANIEL NUÑEZ BARRIOS

TIBAIRE PAREDES DUGARTE

Análisis del valor de la marca “Café Galavis” mediante el modelo de red neuronal asociativa..(Pág.)

Value Analysis of “Café Galavis” brand using the associative neural network model

JUAN ERNESTO PÉREZ PÉREZ

JESÚS ERNESTO PARRA MUÑOZ

El binomio urbano-rural de Cúcuta desde los planes de desarrollo y Plan de Ordenamiento Territorial 2008-2015

Cúcuta’s urban-rural binomial since the development plans and Land Management Plan 2008-2015

MARIO DE JESÚS ZAMBRANO MIRANDA

CHANBELAYN PINZÓN SOLANO

MARCELA PONTÓN ÁLVAREZ

Productividad y competitividad de Bucaramanga y Cúcuta: factores claves del desarrollo sostenible en el marco de la economía del conocimiento.....

Productivity and Competitiveness of Bucaramanga and Cúcuta: Key factors of sustainable development in the framework of the Knowledge Economy

JORGE JAVIER BURGOS MONCADA

La Gobernanza en el marco de la Complejidad de la Gestión del Conocimiento en las Universidades Públicas Venezolanas

Governance in the framework of the Complexity of Knowledge

Management in Venezuelan Public Universities

JANETH DEL CARMEN COHIL LEAL

Evaluación de política pública de vivienda “un norte productivo para todos”: una perspectiva social desde un marco de condiciones habitables dignas.....

Public housing politics assessment “A productive north for all”: A social perspective from a framework of worthy living conditions

ANDERSON FERNEY ARCHILA CALIXTO

Metodología Shift Share: una descomposición del crecimiento económico regional en Colombia

Shift Share Methodology: a breakdown of regional economic growth in Colombia

GEOVANNY ALEXANDER VALERO VALENCIA

Clima Organizacional: estudio empírico en un restaurante de Viçosa, Minas Gerais, Brasil

Organizational climate: Empirical study in a restaurant in Viçosa, Minas Gerais, Brazil

HILÁRIO ALONSO GONZALEZ JÚNIOR

Inflación, rentabilidad y endeudamiento del sector de vivienda en Cúcuta: un estudio empírico.....

Inflation, profitability and indebtedness of the housing sector in Cúcuta: an empirical study

NIDIA NANCY VILA CÁRDENAS

Presupuesto Participativo: un análisis en el contexto latinoamericano.....

Sharing Budget: An analysis in the Latin American context

ROLANDO ESLAVA ZAPATA

EDIXON CHACÓN GUERRERO



Guía de autores

Revista Gestión y Desarrollo Libre / Universidad Libre Seccional Cúcuta, Colombia

La revista Gestión y Desarrollo Libre, es una iniciativa de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre de Colombia Seccional Cúcuta, que abre un espacio para que los miembros de la comunidad científica local, nacional e internacional, puedan publicar y difundir los avances que presentan sus trabajos de investigación y de esta manera contribuir con la construcción de un pensamiento científico cada vez más riguroso y que redunde en la comprensión de la realidad en las áreas: económica, administrativa y contable.

La publicación de la revista inicia en enero - junio del año 2016 y está a cargo del comité editorial, quien selecciona los artículos a publicar de acuerdo con el material recepcionado para tal fin. Los árbitros, son seleccionados por el comité editorial, en aras de darle un nivel científico adecuado al contenido de cada publicación, siendo responsabilidad exclusiva de los autores los comentarios, ideas, planteamientos u opiniones que se aborden en cada artículo.

El comité editorial de la revista, asume que los documentos presentados para publicación, son de la autoría de quien(es) lo(s) presenta(n) y que sus autores comprenden la necesidad de ajustarse a unas características tales, que permita darle a esta publicación el carácter técnico-científico; por lo tanto, los autores manifestarán que el o los artículos no han sido presentados en otras publicaciones.

GESTION Y DESARROLLO LIBRE, es una revista cuya frecuencia de publicación es semestral, sin embargo, los artículos son recibidos durante todo el año a través de los siguientes contactos:

Dirección física: Av. 4 12N-81 Barrio El Bosque

Correo electrónico: revista.gestionydesarrollolibre.cuc@unilibre.edu.co

Dirigido a: Comité Editor Revista Gestión y Desarrollo Libre

Teléfonos de contacto: 582 98 10 extensión 229 - 207

Cada documento -artículo- postulado al proceso editorial se somete a una RE-

VISIÓN PREVIA por el Comité Editorial con el fin de analizarlo en cuanto a su forma, contenido y cumplimiento de normas de publicación conforme a la estructura definida en ésta Guía. Posteriormente, se envía el artículo a dos (2) miembros del Comité de Árbitros Externos, que en atención a los parámetros establecidos realizará la EVALUACIÓN del artículo y podrá tomar alguna de las siguientes decisiones sobre la postulación: i) APROBADO, ii) APROBADO CON CORRECCIONES o iii) NO APROBADO POR INCUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS EDITORIALES. Todos los derechos de la publicación son de la Universidad Libre Seccional Cúcuta.

CONDICIONES DE ENTREGA

Formato: 21.5 x 28 cm

Modalidad: Virtual

Los artículos para publicación pueden ser en español o en inglés, en todo caso deberá cumplir con las siguientes condiciones mínimas para su recepción:

CONDICIONES GENERALES

Formato del archivo: Procesador de datos de Word

Espaciado o interlineado: sencillo

Fuente: Times New Roman

Tamaño de la fuente: 12

Márgenes: 2.54 cm a cada margen

Extensión mínima: no inferior a 6 páginas

Extensión máxima: no exceder de 25 páginas

Notas al pie de página: deben presentarse con tamaño de fuente 10

Enumeración de Páginas: Todas las páginas deben estar enumeradas consecutivamente en el margen superior izquierdo

Para los artículos remitidos a la dirección física se requiere que se presente

un original y tres copias impresas tamaño carta y un CD con el documento en formato word.

Deberá aportar los archivos originales de las imágenes, fotografías, gráficos, ilustraciones, tablas y otros elementos que aparezcan en el documento, para facilitar su reproducción en la revista (en CD).

CONDICIONES ESPECÍFICAS

ITEM	DETALLE	CONDICIONES ESPECIALES
TITULO	<p>Debe corresponder a la idea principal del documento, es clave, pues será el referente para que quienes consulten el documento en la publicación virtual, puedan decidir si revisan o no el material completo.</p> <p>Puede ser Descriptivo: Cuando hace mención al contenido de la investigación, sin necesidad de ofrecer los resultados obtenidos; o</p> <p>Informativo: Comunica el principal resultado obtenido de una investigación.</p> <p>Aspectos adicionales: Como pie de página deberá indicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de investigación del que se desprende el documento. - Centro, Grupo o Semillero de Investigación junto con la Institución que financia o avala el proyecto, o la indicación de ser un trabajo independiente. - Auxiliares de investigación, estudiantes de pregrado u otras personas que contribuyeron en la realización de la investigación (opcional). 	Idioma: Español e Inglés.
AUTOR (ES)	<p>Como pie de página deberá indicar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombres y Apellidos completos. - Nivel de formación académica (especificando la institución educativa que confirió el título). - Centro, Grupo o Semillero con indicación de la institución a la que pertenece (opcional). - Cargos que actualmente desempeña (opcional). - Correo electrónico personal o dirección electrónica institucional (opcional). 	
RESUMEN	<p>Corresponde a una síntesis integral del contenido del documento (en español). Se redacta en un solo párrafo, no se incluyen referencias bibliográficas.</p> <p>En el resumen puede hacerse mención de los siguientes aspectos de la investigación:</p> <p>Objetivos principales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alcance. - Metodología empleada. - Principales resultados y conclusiones. 	

PALABRAS CLAVE	Mención de los términos más significativos en el desarrollo del documento, que permitan al lector identificar las materias fundamentales que se abordan en el documento (en español).	Cantidad: Más de 3 y sin exceder de 10 términos.
ABSTRAC	Corresponde al mismo contenido incluido en el resumen pero en inglés.	Idioma: Inglés.
KEY WORDS	Corresponde al mismo contenido incluido en las palabras clave pero en inglés.	Idioma: Inglés.
INTRODUCCIÓN	No debe confundirse este ítem con el correspondiente al resumen. En este aparte, el autor deberá dar un preámbulo al desarrollo del tema, para contextualizar al lector sobre la temática a desarrollar a través del artículo. En ella, se planteará el problema y se señalará el sentido del estudio, pero no se desarrollará el tema, no se darán conclusiones. Allí se destacarán origen, antecedentes, bases teóricas y prácticas del trabajo, importancia, significado que el estudio tiene en el avance del campo respectivo o aplicación práctica en el área investigada, alcance y limitaciones.	
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN (opcional)	Debe expresarse la pregunta que desencadenó la realización de la investigación. Es importante que la redacción de la misma haya sido formulada que no pueda responderse con una afirmación o negación.	
METODOLOGÍA (opcional)	Indicación sintética de: <ul style="list-style-type: none"> - El enfoque metodológico. - Tipo de investigación. - Técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y análisis de la información. Importante: La redacción debe hacerse en tiempo pasado.	
PLAN DE REDACCIÓN	En este aparte, se refleja el esquema de resolución del problema de investigación. Los títulos y sub-títulos que aquí se incluyan, deben estar numerados. Es aquí donde el autor o autores deben evidenciar el desarrollo de los objetivos específicos, al igual que el cumplimiento del objetivo general. Importante: La redacción debe hacerse en tiempo pasado	
RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN (opcional)	Evidencian o no la validez de la hipótesis de investigación que se formuló en el proceso de investigación.	
CONCLUSIONES	Se deben presentar los postulados finales que den respuesta al problema de investigación.	Cantidad: Mínimo se recomienda presentar una (1) por cada aspecto desarrollado en el artículo.
REFERENCIAS	Normas APA, cincuenta (50) referencias totalmente citadas.	



Author's guide

Revista Gestión y Desarrollo Libre / Universidad Libre Seccional Cúcuta, Colombia

The magazine Gestión y Desarrollo Libre is an initiative of the Faculty of Economic, Administrative and Accounting Sciences of the Free University of Colombia Sección Cúcuta, which opens a space for members of the local, national and international scientific community to publish and to disseminate the advances presented by their research work and in this way contribute to the construction of increasingly rigorous scientific thinking that will lead to an understanding of reality in the economic, administrative and accounting areas.

The publication of the journal begins in January - June of the year 2016 and is in charge of the editorial committee, who selects the articles to publish according to the material received for that purpose. The referees are selected by the editorial committee, in order to give an adequate scientific level to the content of each publication, being the exclusive responsibility of the authors the comments, ideas, approaches or opinions that are addressed in each article.

The editorial committee of the journal assumes that the documents submitted for publication are the authorship of the author (s) and that their authors understand the need to conform to such characteristics, This publication the technical-scientific nature; Therefore, the authors state that the article (s) have not been submitted in other publications.

MANAGEMENT AND FREE DEVELOPMENT, is a magazine whose frequency of publication is semi-annual, however, articles are received throughout the year through the following contacts:

Physical address: Av. 4 12N-81 Barrio El Bosque

E-mail: revista.gestionydesarrollolibre.cuc@unilibre.edu.co

Aimed at: Editor Committee on Management and Free Development

Telephone numbers: 582 98 10 extension 229 – 207

Each document-article- postulated to the editorial process is submitted to a PREVIOUS REVIEW by the Editorial Committee in order to analyze it in terms of its form, content and compliance with publication standards according to the structure defined in this Guide. Subsequently, the article is sent to two (2) members of the Committee of External Arbitrators, who, according to the established parameters, will perform the EVALUATION of the article and may take one of the following decisions on the application: i) APPROVED, ii) APPROVED WITH CORRECTIONS or iii) NOT APPROVED FOR BREACH OF EDITORIAL REQUIREMENTS. All the rights of the publication are of the Libre University of Cúcuta.

DELIVERY CONDITIONS

Format: 21.5 x 28 cm

Modality: Virtual

The articles for publication can be in Spanish or in English, in any case must comply with the following minimum conditions for reception:

GENERAL CONDITIONS

File Format: Word Data Processor

Spacing or spacing: simple

Source: Times New Roman

Font size: 12

Margins: 2.54 cm at each margin

Minimum length: not less than 6 pages

Maximum extension: not to exceed 25 pages

Footnotes: Must be submitted with font size 10

Page Enumeration: All pages must be listed consecutively in the upper left margin

For articles sent to the physical address requires an original and three printed

copies letter-size and a CD with the document in word format.

You must provide the original files of the images, photographs, graphics, illustrations, tables and other elements that appear in the document, to facilitate their reproduction in the magazine (in CD).

ESPECIFIC CONDITIONS

ITEM	DETALLE	CONDICIONES ESPECIALES
TITLE	<p>It must correspond to the main idea of the document, it is key, since it will be the reference for those who consult the document in the virtual publication, can decide whether or not to review the complete material. Can be Descriptive: When it mentions the content of the research, without having to offer the obtained results; or Informative: Communicates the main result obtained from an investigation.</p> <p>Additional aspects: As a footer you should indicate:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Research project from which the document appears. - Research Center, Group or Semillero together with the Institution that finances or endorses the project, or the indication of being an independent work. - - Research assistants, undergraduate students or others who contributed to the research (optional). 	<p>Language: Spanish and English.</p>
AUTHOR (S)	<p>As a footer, you must indicate, among other things:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Full names and surnames. - Level of academic formation (specifying the educational institution that conferred the title). - Center, Group or Semillero with indication of the institution to which it belongs (optional). - Positions currently held (optional). - - Personal electronic mail or institutional electronic address (optional). 	
ABSTRACT	<p>It corresponds to an integral synthesis of the content of the document (in Spanish). It is written in a single paragraph, bibliographical references are not included.</p> <p>In the summary the following aspects of the research can be mentioned:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Main objectives. - Scope. - Methodology used. - - Main results and conclusions. 	

KEY WORDS	Mention of the most significant terms in the development of the document, which will allow the reader to identify the fundamental subjects that are addressed in the document (in Spanish).	Quantity: More than 3 and no more than 10 terms.
ABSTRACT	Corresponds to the same content included in the summary but in English.	English language.
KEY WORDS	Corresponds to the same content included in the keywords but in English.	English language.
INTRODUCTION	Do not confuse this item with the one corresponding to the abstract. In this section, the author should give a preamble to the development of the topic, to contextualize the reader on the theme to be developed through the article. In it, the problem will be raised and the meaning of the study will be indicated, but the subject will not be developed, no conclusions will be drawn. It will highlight the origin, background, theoretical and practical bases of work, importance, meaning that the study has in advancing the respective field or practical application in the area investigated, scope and limitations.	
RESEARCH PROBLEM (optional)	The question that triggered the investigation should be expressed. It is important that the wording of the same should be formulated that can not be answered with an affirmation or denial.	
METHODOLOGY (optional)	Synthetic indication for: <ul style="list-style-type: none"> - The methodological approach. - Kind of investigation. - Techniques and instruments used for the collection and analysis of information. - Important: The writing must be done in the past tense. 	
DRAFTING PLAN	In this section, the problem solving scheme of the research problem is reflected. The titles and sub-titles included here must be numbered. It is here that the author or authors must demonstrate the development of the specific objectives, as well as the fulfillment of the general objective. Important: The writing must be done in the past tense.	
RESEARCH RESULTS (optional)	They show or not the validity of the research hypothesis that was formulated in the investigation process.	
CONCLUSIONS	The final postulates that answer the research problem must be presented.	Quantity: Minimum is recommended to present one (1) for each aspect developed in the article
REFERENCES	APA rules. Cincuenta (50) referencias totalmente citadas.	



EDITORIAL

BEATRIZ PARRA GONZÁLEZ

La Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre Seccional Cúcuta en compromiso con la comunidad científica pone a disposición del público en general la quinta edición de la Revista Gestión y Desarrollo Libre. Siguiendo el guion planteado desde nuestros orígenes, esta edición está integrada por artículos multidisciplinares que enriquecen el acervo científico de nuestras líneas de investigación.

De esta manera, en materia económica se presentan los trabajos relacionados con “Análisis de la discriminación salarial en el mercado laboral a partir de las diferencias de género: Cúcuta – Colombia” y “El desarrollo y financiación de la infraestructura en Colombia”.

En cuanto al área administrativa, se cuenta con los trabajos titulados “Tácticas políticas y poder: aplicaciones en el contexto universitario”, “Capacidad dinámica de innovación como apuesta competitiva de valor empresarial” y “Efectos de la publicidad de precios comparativos sobre las expectativas de precios del consumidor”.

En el área contable encontramos los trabajos que versan sobre “Ventajas e inconvenientes de la implementación de las normas internacionales de información financiera para pymes en Colombia”, “Los informes de fiscalización autonómica de los órganos de control externo: rendición de cuentas” y “Las organizaciones, el control y la auditoría interna”.

Asimismo, cumpliendo con el carácter multidisciplinar, se presentan los trabajos sobre “El domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela y sus consecuencias para el obligado tributario” y “Papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora”.

Una vez más, la Revista Gestión y Desarrollo Libre agradece a todos los autores y

al equipo que la integran, que hacen realidad esta publicación, a fin de que mañana, los trabajos aquí publicados, sean consultados y citados por los investigadores y, se logre el reconocimiento nacional e internacional.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5, 2018. p.p. 21 - 38
ISSN 2539-3669
Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
El domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela y sus consecuencias para el
obligado tributario
Mariana del Valle Buitrago Rodríguez
Jeimen Tibimar Molina Orozco
Hilário Alonso Gonzalez Júnior

El domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela y sus consecuencias para el obligado tributario

The compulsory electronic fiscal domicile in Venezuela and its
consequences for the tax obligation

Recibido: Junio 02 de 2017 - Evaluado: Septiembre 03 de 2017 - Aceptado: Diciembre 04 de 2017

Mariana del Valle Buitrago Rodríguez*
Jeimen Tibimar Molina Orozco**
Hilário Alonso Gonzalez Júnior***

Para citar este artículo / To cite this Article

Buitrago Rodríguez, M. V., Molina Orozco, J. T., & Gonzalez Júnior, H. A. (Enero-Junio de 2018). El domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela y sus consecuencias para el obligado tributario. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (21-38).

Resumen

El estudio de la figura del domicilio fiscal electrónico obligatorio, y su vinculación con los actos comunicacionales emanados por la Administración tributaria venezolana, es un tema que reviste interés, dentro del derecho tributario venezolano,

* Abogada de la Universidad Católica del Táchira - Venezuela. Docente Asociado en la Universidad de Los Andes "Dr. Pedro Rincón Gutiérrez" – Táchira – Venezuela. Especialista en Derecho Mercantil Opción Tributos Empresariales. Email: buitragomariana@gmail.com.

** Licenciada en Educación Básica Integral de la Universidad de Los Andes - Venezuela. Docente Agregado en la Universidad de los Andes "Dr. Pedro Rincón Gutiérrez" - Táchira - Venezuela. Magister en Gerencia Ambiental. Email: jeimenmolina@gmail.com.

*** Licenciado en Administración de Empresas con énfasis en Recursos Humanos de la Universidad de Estácio de Sá - Brasil. Participante de la Maestría en Administración de la Universidad de Los Andes - Venezuela. Consultor de Recursos Humanos en HC In Focus Consultores – Brasil. Email: hilariogonzalezjunior@gmail.com.

por las implicaciones que acarrea el advertir por esta vía al obligado tributario en calidad de contribuyente o responsable, bien de una notificación de comunicación, o de un acto administrativo tributario así como por la importancia que ha tenido en la agilización de servicios para sus usuarios en medio de la globalización (Bastida Ibáñez, & Duven Pérez, 2017). Por ello, se planteó como objetivo, identificar las consecuencias que desde la óptica del sujeto pasivo (obligado tributario), se desencadenan por la práctica de actos comunicacionales tributarios a través del domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela. El método de estudio, fue una investigación documental, con metodología de carácter descriptivo. Se llegó a la conclusión que esta figura jurídica tributaria bajo estudio, es inconveniente para el ejercicio del derecho a la defensa del sujeto pasivo tributario, por crear inseguridad jurídica al carecer de los mínimos requerimientos de técnica legislativa, de seguridad y contradictorio a los que pueda acceder el obligado tributario.

Palabras Clave: Domicilio Fiscal Electrónico Obligatorio, Actos Comunicaciones Tributarios, Obligado Tributario, Venezuela

Abstract

The study of the compulsory electronic tax domicile, and its connection with the communications acts emanated by the Venezuelan Tax Administration, is an issue that is of interest, within Venezuelan tax law, by the implications of warning the obligated tax as a taxpayer or responsible, or a notice of communication, or a tax administrative act. As well as for the importance it had in streamlining services for its users in the midst of globalization (Bastida Ibáñez, and Duven Pérez, 2017). Therefore, the objective was to identify the consequences that, from the perspective of the taxpayer (taxpayer), are triggered by the practice of tax communication acts through the mandatory electronic tax domicile in Venezuela. The method of study was a documentary investigation, with descriptive methodology. It was concluded that this tax legal figure under study is inconvenient for the exercise of the right to defense of the taxable person, because it creates insecurity.

Key words: Mandatory Electronic Tax Address, Tax Communications Acts, Tax Obligator, Venezuela.

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. Del domicilio.

- 2. Del domicilio fiscal. - 3. Tipos de domicilio fiscal dispuestos en el Código Orgánico Tributario venezolano. - 4. Resultados de investigación.
- CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Las tecnologías de la información y las comunicaciones han irrumpido en los distintos ámbitos del quehacer humano a nivel mundial, la alianza entre la informática y las telecomunicaciones permitió tornar realidad del concepto de globalización, expandió las fronteras de las empresas hacia el mundo entero a través de un simple toque en el mouse (Dávalos Suñagua, 2014). Uno de los ámbitos que evidencian la inclusión del avance tecnológico, es el referido a la gestión de la Administración Pública. De allí que las actividades llevadas a cabo por el Estado, a través de sus distintos órganos de actuación, han favorecido la gobernanza electrónica, que no es otra cosa que la puesta en uso de los medios electrónicos, para la prestación del servicio de la Administración pública al administrado.

El estado en cuanto a esta práctica de comercio electrónico, reconoce que ha permitido oportunidades de mejoras en la administración tributaria así como la de reducción de costos (Díaz Luque, 2002) que incluye a la gobernanza electrónica (GE), y compone una parte importante de las tecnologías asociadas a la gerencia pública para la prestación de servicio de la Administración (Torres fragoso, 2012) y, ha traído como consecuencia, la disminución del abuso de trámites burocráticos, que eran acompañados de procedimientos vetustos, costosos, y lentos, dentro de las actividades de la gobernanza tradicional, ya que GE, engloba el uso de las TIC con características propias de gestión, planificación y administración, como una nueva forma de gobierno cuyo propósito es el facilitar y simplificar los procesos entre la administración pública y el ciudadano (Naser & Concha, 2011). De allí que se evidencie una mejora de la prestación de los servicios públicos, ya que, gracias a la gobernanza electrónica, en palabras de Castoldi (2002) se incluye además de la innovación de los procedimientos administrativos por la usanza de medios electrónicos:

aquellas actividades basadas en las modernas tecnologías informáticas, en particular Internet, que el Estado desarrolla para aumentar la eficiencia de la gestión pública, mejorar los servicios ofrecidos a los ciudadanos y proveer a las acciones del gobierno de un marco mucho más transparente que el actual. (p.11)

Venezuela, por su parte no ha quedado ajena de esta irrupción de uso de medios electrónicos en las gestiones públicas llevadas a cabo por los Órganos de

la Administración, en sus distintos niveles, considerando la innovación como la capacidad de construir nuevas respuestas frente a los problemas complejos que deben abordar las políticas públicas (Pires, Pineda, Romeu & Juárez, 2014). Gracias, a la entrada en vigencia de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), se dispone, como garantía que el Estado reconocerá de interés público, la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones y se consideran como instrumentos fundamentales para el desarrollo, político, social y económico del país¹. Este principio constitucional supra, aplica para el sector educativo, cultural entre otros, y se extiende a las actividades en la que está inmerso el Estado venezolano, permitiendo así, la modernización del servicio prestado por el Estado, para aminorar la distancia y el tiempo entre la Administración pública y el administrado, a través de la usanza de las tecnologías de la información y las comunicaciones, permitiendo la electronificación de documentos en el ámbito jurídico y darles a través de los medios tecnológicos, la formalidad que se merecen (Vega, 2013).

Dentro de las actividades que lleva a cabo la Administración Pública venezolana, genera interés para el presente artículo, las gestiones de la Administración Tributaria Nacional. Estas gestiones, además de ajustarse a los principios fundamentales del sistema tributario venezolano, dispuestos en los Artículos 316 y 317 ambos inclusive y establecidos en el texto de la Constitución de la República, deben en concordancia y cumplimiento del Artículo 110 ejusdem, incorporar tanto la tecnología e innovación, para hacer fácil y posible las operaciones y actividades de la gestión de gobierno llevada a cabo por la Administración Tributaria.

Por ello, uno de los antecedentes que constituyó verdadera innovación en el campo tributario y dentro de las operaciones y actividades de gestión de la Administración Tributaria Nacional, se contempló en el texto del extinto Código Orgánico Tributario del año 2001. Es en este instrumento jurídico en el que se incorporó, la figura jurídica del domicilio electrónico. Esta figura jurídica, se consideró como uno de los primeros pasos, a la apertura de la electronificación y el gobierno electrónico. En efecto, el Artículo 34² ejusdem, señalaba la posibilidad

¹ Artículo 110. El Estado reconocerá el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones y los servicios de información necesarios por ser instrumentos fundamentales para el desarrollo económico, social y político del país, así como para la seguridad y soberanía nacional. Para el fomento y desarrollo de esas actividades, el Estado destinará recursos suficientes y creará el sistema nacional de ciencia y tecnología de acuerdo con la ley. El sector privado deberá aportar recursos para las mismas. El Estado garantizará el cumplimiento de los principios éticos y legales que deben regir las actividades de investigación científica, humanística y tecnológica. La ley determinará los modos y medios para dar cumplimiento a esta garantía.

² Artículo 34 del Código Orgánico Tributario (2001). La Administración Tributaria y los contribuyentes o

de convenir que tenían tanto la Administración Tributaria y los contribuyentes o responsables un domicilio electrónico, haciendo énfasis el redactor de la norma de lo que podía entenderse como domicilio electrónico.

Pero resulta inverosímil, que la figura asentada en el Código Orgánico Tributario vigente desde el año 2014, en la Sección IV, Capítulo III, Título II, Artículo 34³, sea la referente al domicilio fiscal electrónico obligatorio. Esta figura jurídica tributaria, está dispuesta como una facultad de la Administración Tributaria, para establecer un domicilio fiscal electrónico obligatorio, no consensuado y que tendrá primacía para ser elegido por parte de la Administración Tributaria, frente a los demás domicilios establecidos en el referido Código.

Sin embargo, en el Artículo 34 bajo estudio, se establece una discrecionalidad para la Administración Tributaria, que raya en la potestad gubernativa, la cual afecta a las funciones de su competencia que no están regladas, pues como se evidencia de la norma en comento, no se establece bajo técnica legislativa, los elementos para procurar la designación de este tipo de domicilio fiscal tal como se hacía en el extinto Código Orgánico Tributario del año 2001; ya que, simplemente en el Código Orgánico Tributario vigente, se indica que para la notificación de comunicaciones o actos administrativos, que requiera hacer la Administración Tributaria a los sujetos pasivos, puede establecer este domicilio fiscal electrónico de carácter obligatorio.

Por ello la importancia de este estudio, en el sentido de expresar las situaciones a las que se va a someter el obligado tributario por falta de precisión de la redacción de norma que contempla la figura jurídica tributaria del domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela; ya que esta figura, genera ciertas incertidumbres que son del todo una situación problemática para los sujetos pasivos de la relación jurídico tributaria.

responsables, podrán convenir adicionalmente la definición de un domicilio electrónico, entendiéndose como tal a un mecanismo tecnológico seguro que sirva de buzón de envío de actos administrativos. Sin perjuicio de lo previsto en los Artículos 31, 32 y 33 de este Código, la Administración Tributaria Nacional, a los únicos efectos de los tributos nacionales, podrá establecer un domicilio especial para determinados grupos de contribuyentes o responsables de similares características, cuando razones de eficiencia y costo operativo así lo justifiquen.

³ Artículo 34 del Código Orgánico Tributario (2014) establece que: “La Administración Tributaria podrá establecer un domicilio fiscal electrónico obligatorio para la notificación de comunicaciones o actos administrativos, que requiera hacerle a los sujetos pasivos. Dicho domicilio electrónico tendrá preferencia respecto de los previstos en los Artículos 31, 32 y 33 de este Código. Sin perjuicio de lo previsto en los Artículos 31, 32 y 33 de este Código, la Administración Tributaria Nacional, a los únicos efectos de los tributos nacionales, podrá establecer un domicilio especial para determinados grupos de contribuyentes o responsables de similares características, cuando razones de eficiencia y costo operativo así lo justifiquen”.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuáles son las consecuencias que el domicilio fiscal electrónico obligatorio en Venezuela dispuesto por el Código Orgánico Tributario vigente, trae para el obligado tributario?

2. Metodología

Siguiendo el ciclo holístico propuesto por Hurtado de Barrera (2007), el presente trabajo se ubica como una investigación de tipo descriptiva. Esta investigación requirió de un estudio documental denominado bibliográfico que conlleva al procesamiento de material revisado bien sea libros, folletos u otros de corte impreso y circulación constante, cuya lectura da paso al análisis del problema (Munch & Angeles, 1997) El mismo se abordó para determinar todos los aspectos involucrados en la temática y dar así respuesta al objetivo planteado con la misma.

De acuerdo con el objetivo planteado, la investigación es de tipo descriptiva, ya que tiene como objetivo analizar e inventariar características del problema de estudio con el objeto de definir su naturaleza y conocer el fenómeno utilizando criterios sistemáticos caracterizados por una estructura lógica. Este estudio es original puesto que se reflejan enfoques, criterios, conceptualizaciones, conclusiones y en general el pensamiento propio de los articulistas. A su vez se trata de un análisis descriptivo tomando como base lo que dice Danhke, citado por Hernández Fernández & Batipsta (2003), es decir, consiste en "... especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis..." (p.117). Selecciona una serie de cuestiones y mide cada una de ellas independientemente y así descubrir lo que se investiga.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados según Arias (2006), son las distintas maneras de obtener información. En función de la naturaleza del estudio y de los datos que se requirieron, se situó la técnica de la investigación documental, la cual permitió abordar el estudio en función del objetivo definido. Dentro de este ámbito se usaron una serie de técnicas operacionales para manejar las fuentes documentales: subrayado, fichaje, notas de referencias bibliográficas, entre otros (Krippendorff, 1990). Para ello se presentó un resumen del contenido de los textos relacionados con el estudio haciendo uso de las técnicas operacionales

para el manejo de las fuentes documentales, tales como: subrayado cuya técnica permite centrar la atención en determinadas partes del texto de acuerdo al interés del investigador, tales como fichaje, cita de referencia y bibliográficas (Hochman & Montero, 1996). Tal como se deduce de Balestrini (2002), se utilizaron las técnicas del arqueo bibliográfico documental, también conocido en la doctrina como recopilación de documentos; la lectura evaluativa y la observación documental; la técnica del resumen analítico y sistematización lógica de la información y la técnica del esquema. Al efecto, se recopilaron, una serie de documentos bibliográficos a partir de una observación documental llevada a cabo mediante una lectura general de los textos que fueron ubicados a través de fuentes primarias como secundarias. Para ello, se utilizó como técnica un arqueo bibliográfico en bibliotecas nacionales como la de la Universidad de los Andes (ULA); Universidad Católica del Táchira (UCAT); así como la verificación de los trabajos que en la Red (en línea) se consiguieron en relación con el objeto de estudio y que estén alojados en páginas Web confiables, para ello, se tomó en cuenta, como buscador principal google académico y saber ULA. Para poder llevar a cabo el arqueo bibliográfico, fue necesario realizar una lectura inicial basada en los conceptos referentes a las dimensiones e indicadores proyectados en el planteamiento del problema. Subsiguientemente se realizó varias lecturas detenidas a las fuentes primarias y secundarias, de los textos físicos y electrónicos que fueron recopilados, con la finalidad de clasificarlos y organizarlos, además de poder establecer un resumen analítico, es decir, bosquejos esenciales y aspectos razonados de los contenidos de las fuentes, en función de los datos que se precisan conocer. A propósito de ello, se extrajeron los datos bibliográficos, todo ello a través de la selección y organización jurídica, separando los trabajos de grado, de la doctrina nacional y de la doctrina extranjera, los textos en físico y textos electrónicos (imprimiendo éstos), las revistas especializadas, las leyes, para organizar la información que se desarrolló en cada una de las dimensiones.

Se utilizó un esquema que fue de lo particular a lo general, partiendo de hechos jurídicos particulares y, como instrumentos para este tipo de investigación jurídica-tributaria se utilizaron los que se consideraron más idóneos, enfatizando en el uso de las anotaciones en fichas en las que destacaron las fichas bibliográficas para compilar información de libros, trabajos (en las que se plasmó autor, título, edición, editorial, año y página de un autor); fichas hemerográficas que permitieron juntar información obtenida de trabajos especiales, revistas, artículos; fichas de información electrónica en las que se tomó en cuenta las precisiones anteriores y se estableció los extractos más importantes del pensamiento del autor, además de usar el subrayado y resumen.

3. Plan de redacción

3.1. Del domicilio

La palabra domicilio, en la lengua del derecho romano, se empleaba el termino domus para referirse a vivienda, vinculado a términos referido a territorio u locativo (Rupérez, 2003). Según la Real Academia Española (2014), procede del latín domicilium; ésta a su vez, tiene su origen en el término domus “casa”. De manera genérica, el domicilio es comprendido como el lugar en que legalmente se considera establecida alguna persona natural o jurídica, el domicilio es útil al derecho en cuanto ubica al individuo tanto para el cumplimiento de sus obligaciones, cuanto para el ejercicio de sus derechos. para el cumplimiento de sus obligaciones y el ejercicio de sus derechos. Ahora bien, el domicilio, tiene importancia capital como figura jurídica dentro del mundo jurídico tributario; El domicilio es un atributo fundamental de la persona al igual que lo son el nombre, la capacidad, el patrimonio y el estado, por ello, se hace necesario consultar algunos referentes doctrinarios que proporcionan información sobre este punto. Al respecto Cabanellas (1979), sostiene que:

El domicilio es el sitio jurídico de la persona, se considera que es el lugar que la ley instituye como asiento de las personas para la producción de determinados efectos jurídicos, siendo la sede legal de la persona o también el centro territorial de las relaciones jurídicas de una persona o bien el lugar en que la ley sitúa a una persona para la generalidad de sus relaciones de derecho (p.780).

De lo anterior, se infiere que el domicilio es el lugar (físico) y geográfico, en que se fija y se sitúa las personas naturales y jurídicas, para fines y efectos eminentemente jurídicos. Lo anterior se afianza en el Modelo de Código Tributario para América Latina de 1966 en relación a las personas físicas o personas naturales, señala que el domicilio corresponde a su “residencia habitual” es decir, el lugar determinado en donde se ubica un sujeto (Robles Moreno, 2014).

Otros autores como Puig (1976) determina que el domicilio “Es el lugar o círculo territorial donde se ejercitan los derechos y se cumplen las obligaciones, y que constituye la sede jurídica y legal de la persona” (p. 246). Por ende, se debe considerar al domicilio desde el punto de vista jurídico, debido a que el autor referenciado, hace mención de que en ese sitio es donde inexorablemente se ejerce la cualidad de sujeto

de derecho, bien con el ejercicio de derechos o con el cumplimiento de obligaciones, confiriéndose a este lugar la característica de sede jurídica (Álvarez, 2005).

Por su parte Sanmiguel (2006), expone sobre el domicilio como el: “lugar donde se tiene el asiento principal de los negocios e intereses o donde está situada la dirección o administración, de acuerdo al tipo de persona que corresponda” (p.288). Del referente anterior, al reflexionar sobre el hecho de que el domicilio debe entenderse como el asiento principal de la persona natural o jurídica, siendo útil al Derecho en cuanto ubica al individuo tanto para el cumplimiento de sus obligaciones, cuanto para el ejercicio de sus derechos y a éste efecto, se remiten a las líneas trazadas por el redactor del Código Civil, que establece que el domicilio de la persona natural está situado donde ésta tenga la sede principal de sus negocios e intereses, y para la jurídica la dirección de su administración.

El domicilio es un atributo fundamental de la persona al igual que lo son el nombre, la capacidad, el patrimonio y el estado. El Domicilio es útil al Derecho en cuanto ubica al individuo tanto para el cumplimiento de sus obligaciones, cuanto para el ejercicio de sus derechos. Las anteriores consideraciones, se puede puntualizar que, en materia jurídica, existen diversos tipos de domicilios y el mismo se define de manera distinta de país a país (González, 2015); empero, para el presente artículo sólo se consideró el domicilio fiscal que se explanará en líneas siguientes.

3.2. Del domicilio fiscal

La figura del Domicilio fiscal, tiene transcendencia para el ámbito tributario, pues interesa no sólo a la Administración Tributaria, sino al administrado o sujeto pasivo en calidad de contribuyente o responsable, para poder determinar el lugar de localización del mismo, vale decir del sujeto pasivo (persona natural o jurídica), en las relaciones jurídicas que se consoliden con la Administración Tributaria. En tal sentido, se afirma que el domicilio fiscal, es la “sede principal de una persona física y jurídica a efectos tributarios” (Sanmiguel, 2006 p.288). Otros autores expresan que es el lugar o sede determinada para que se realicen las comunicaciones entre la Administración y el administrado, así como el lugar para efectuar verificaciones, comprobaciones, inspecciones entre otras actuaciones de la Administración (Robles Moreno, 2014). Por tanto, debe esta figura, estar referida al lugar en donde la persona sea natural o jurídica tenga la sede principal de sus negocios e intereses, o del lugar en donde este registrada la persona jurídica y haya instituido su establecimiento según las normas legales tributarias. De allí se puede colegir que el domicilio fiscal es un

lugar que se fija para que el sujeto pasivo en calidad de contribuyente o responsable, (sea esta persona natural o jurídica). Dicho lugar queda registrado ante las autoridades administrativas tributaria, y en tal lugar, la persona natural o jurídica pueda ser impuesto de actos comunicacionales, es decir, notificaciones y comunicaciones de actos administrativos emanados de la Administración Tributaria que en Venezuela se denomina Servicio Nacional de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT).

3.3. Tipos de domicilio fiscal dispuestos en el Código Orgánico Tributario venezolano

El Código Orgánico Tributario, presenta a saber diversos domicilios, en los que puede ser localizado bien las personas naturales, bien las personas jurídicas, entes colectivos y aquellas personas que aunque domiciliadas en el extranjero, requieran ser impuestas de algún acto comunicacional tributario; sin embargo, el redactor del Código Orgánico Tributario del año 2014, dispone además del domicilio fiscal electrónico obligatorio, el cual tiene por particularidad, ser el domicilio que escoja la Administración Tributaria, con preferencia a los demás domicilios dispuestos en el referido Código, para hacer saber a los sujetos pasivos u obligados tributarios, las notificaciones de comunicaciones y actos administrativos. En función de lo anterior, se presentan los tipos de domicilios fiscales dispuestos en la ley sustantiva.

Domicilio fiscal para las personas naturales

Respecto al domicilio fiscal para las personas naturales, el legislador venezolano establece en el Artículo 31⁴ del Código Orgánico Tributario (2014), que este domicilio será el lugar en el que el sujeto pasivo realiza sus labores con fines lucrativos, es decir, donde éste realice actividades civiles y comerciales. Empero, si se poseen más de dos entidades comerciales, se tomará como domicilio fiscal donde se ejecute su labor principal. Ahora bien, si la persona natural, mantiene una relación de dependencia, el domicilio fiscal estará ubicado en la zona donde reside la persona en que recae la obligación tributaria, ello, motivado a que el contribuyente no posee un lugar fijo para realizar su actividad económica. Y en caso de no poder ubicar

⁴ Artículo 31 del Código Orgánico Tributario (2014). A los efectos tributarios y de la práctica de las actuaciones de la Administración Tributaria, se tendrá como domicilio de las personas naturales en Venezuela: 1. El lugar donde desarrollen sus actividades civiles o comerciales. En los casos que tengan actividades civiles o comerciales en más de un sitio, se tendrá como domicilio el lugar donde desarrolle su actividad principal. 2. El lugar de su residencia, para quienes desarrollen tareas exclusivamente bajo relación de dependencia, no tengan actividad comercial o civil como independientes, o, de tenerla, no fuere conocido el lugar donde ésta se desarrolla. 3. El lugar donde ocurra el hecho imponible, en caso de no poder aplicarse las reglas precedentes. 4. El que elija la Administración Tributaria, en caso de existir más de un domicilio según lo dispuesto en este artículo, o sea imposible determinarlo conforme a las reglas precedentes.

como domicilio alguno de los lugares ya mencionados, el legislador tributario, dispone que el domicilio fiscal de la persona natural estará, referido al lugar donde ocurra un hecho imponible. Empero, la misma norma en comento, dispone que, en caso de existir varios domicilios, corresponde, de manera discrecional determinar el lugar a la Administración Tributaria.

Domicilio fiscal de las personas jurídicas y entes colectivos

El Código Orgánico Tributario, dispone en el Artículo 32⁵⁵ las reglas que deben aplicarse para determinar el domicilio bajo estudio. En tal sentido, se menciona el sitio donde está ubicada o establecida la administración de la actividad económica. Empero, en caso de no conocer el lugar de dirección o administración, el domicilio fiscal será el sitio donde se lleva a cabo el desarrollo de la actividad económica fundamental. Sin embargo, en caso de no poderse determinar los domicilios antes referidos, se tomará en cuenta, el lugar en que ocurra el hecho imponible, vale decir, el sitio donde nace la obligación tributaria. Se mantiene la regla de la discrecionalidad de elección de domicilio por parte de la Administración Tributaria, cuando exista más de un domicilio o sea imposible determinarlo.

Domicilio fiscal de las personas domiciliadas en el extranjero

El Código Orgánico Tributario, dispone en el Artículo 33⁶⁶, que las actuaciones de la Administración se practican en el caso de las personas domiciliadas en el extranjero, en primer lugar, en el domicilio de su representante, tomando en consideración las normas dispuestas en los artículos 31 y 32 ejusdem. Empero, si la persona domiciliada en el extranjero carece de representante en el país, el domicilio de esta persona será el lugar en Venezuela donde realice o desarrolle la actividad, negocio, o donde se encuentre el establecimiento de base fija o permanente. Finalmente, el redactor de la norma, establece la opción del lugar donde ocurre el

⁵ Artículo 32 del Código Orgánico Tributario (2014). A los efectos tributarios y de la práctica de las actuaciones de la Administración Tributaria, se tendrá como domicilio de las personas jurídicas y demás entes colectivos en Venezuela: 1. El lugar donde esté situada su dirección o administración efectiva. 2. El lugar donde se halle el centro principal de su actividad, en caso de que no se conozca el de su dirección o administración. 3. El lugar donde ocurra el hecho imponible, en caso de no poder aplicarse las reglas precedentes. 4. El que elija la Administración Tributaria, en caso de existir más de un domicilio según lo dispuesto en este artículo, o sea imposible determinarlo conforme a las reglas precedentes.

⁶ Artículo 33 del Código Orgánico Tributario (2014). En cuanto a las personas domiciliadas en el extranjero, las actuaciones de la Administración Tributaria se practicarán: 1. En el domicilio de su representante en el país, el cual se determinará conforme a lo establecido en los artículos precedentes. 2. En los casos en que no tuvieren representante en el país, en el lugar situado en Venezuela en el que desarrolle su actividad, negocio o explotación, o en el lugar donde se encuentre ubicado su establecimiento permanente o base fija. 3. El lugar donde ocurra el hecho imponible, en caso de no poder aplicarse las reglas precedentes.

hecho imponible, en caso de no poder localizarse el domicilio del extranjero bajo las reglas antes mencionadas.

Domicilio fiscal electrónico obligatorio

El Código Orgánico Tributario, dispone en el Artículo 34, esta figura jurídica tributaria. En este Artículo, se evidencia la potestad discrecional que tiene la Administración Tributaria, de establecer ese tipo de domicilio, sin que sea consensuado con el obligado tributario, para hacer saber al sujeto pasivo actos comunicacionales tributarios a través de las notificaciones, que conllevan o bien una comunicación o un acto administrativo tributario. En relación con las notificaciones se puntualizó que las mismas, tienen por finalidad informar al sujeto pasivo en calidad de contribuyente o responsable, de manera formal, acerca de las decisiones que han sido tomadas por la Administración Tributaria.

En este sentido Hierro (2008) puntualiza: “La notificación consiste en una comunicación formal del acto administrativo de que se trate, de la que se hace depender la eficacia de aquél, y constituye una garantía tanto para el administrado como para la propia Administración” (p.1). En este mismo orden, Mendoza (2013) expresa que es: “el hacer saber, el comunicar una decisión de la autoridad al interesado” (p.1). Ahora bien, Hernández Domínguez (2016) en referencia a las notificaciones tributarias, señala que son el “instrumento [s] de difusión que maneja las administraciones tributarias (...) se presume que es un medio para dar a conocer el contenido de otro acto, que con acierto viene a ser una declaración unilateral que surge de una función administrativa” (p. 141).

Por consiguiente, las notificaciones emanadas de la Administración Tributaria, no son más que un medio de difusión de información, que tiene por finalidad comunicar de manera formal al obligado tributario, otro acto administrativo emanado del ente tributario, verbigracia: diligencias, actas, inspecciones, multas, sanciones etc. Las notificaciones tributarias, deben practicarse según lo previsto en el Artículo 172⁷ del Código Orgánico Tributario vigente. En referencia a los actos

⁷ Artículo 172 del Código Orgánico Tributario (2014): Las notificaciones se practicarán, sin orden de prelación, en alguna de estas formas: 1. Personalmente entregándola contra recibo al contribuyente o responsable. Se tendrá también notificado personalmente al contribuyente que realice cualquier actuación que implique el conocimiento del acto, desde el día en que se efectuó dicha actuación. 2. Por constancia escrita entregada por cualquier funcionario de la Administración Tributaria en el domicilio del contribuyente o responsable. Esta notificación se hará a persona adulta que habite o trabaje en dicho domicilio, quien deberá firmar el correspondiente recibo del cual se dejará copia para el contribuyente o responsable en el que conste la fecha de la entrega. 3. Por correspondencia postal efectuada mediante correo público o privado, por sistemas de comunicación telegráficos o electrónicos, siempre que se deje constancia en el expediente de su recepción.

administrativos, se consideró lo establecido en el Artículo 7 de la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos (2008). En este Artículo, se define legalmente el acto administrativo como “toda declaración de carácter general o particular emitida de acuerdo a las formalidades y requisitos establecidos en la Ley, por los órganos de la administración pública”.

Por su parte León (2011) señala que el acto administrativo es “toda actuación con destinatario general o particular, producida sobre la con base a un poder legal de derecho público o particular, por los órganos y entes de la Administración Pública” (p.822). Tomando en consideración lo antes expuesto, se puntualizó que el acto administrativo tributario, debe emanar de la Administración Tributaria, y como tal, debe cumplir con los requisitos y exigencias establecidas en el Código Orgánico Tributario, que no es más que se notifique al interesado en caso de que el acto administrativo, produzca efectos de carácter individual.

De allí que las notificaciones de comunicaciones y actos administrativos emitidos por la Administración Tributaria, al administrado, no son más que el mecanismo instrumental para dar a conocer al obligado tributario, la actuación del órgano tributario; respetando en todo caso, las exigencias establecidas en las leyes especiales, verbigracia, la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, Código Orgánico Tributario, entre otras, que dispone los requisitos mínimos que deben cumplir todo acto administrativo, para que el mismo tengan fuerza y eficacia jurídica. Por ello, uno de los mecanismos dispuestos por el Código Orgánico Tributario, para notificar dichas comunicaciones y actos administrativos, es el domicilio fiscal electrónico obligatorio. Este domicilio fiscal, no es definido por la ley, por ello se hace necesario considerar la opinión de la doctrina. Al efecto Bustos (2012) señala que: “El domicilio fiscal electrónico es el sitio informático seguro, personalizado, válido y optativo registrado por los contribuyentes y responsables para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y para la entrega o recepción de comunicaciones de cualquier naturaleza” (s/p). Esta definición, concuerda plenamente con la extinta figura del domicilio fiscal electrónico, dispuesto en el Código Orgánico Tributario del año 2001. Sin embargo, debe señalarse que el domicilio fiscal electrónico obligatorio expresado en el Código Orgánico Tributario vigente, adolece de algunas fallas, tales como:

- No se precisa el mecanismo o medio a utilizar para este tipo de domicilio. Esto genera incertidumbre en los administrados – obligados tributarios en general, debido a que el Artículo 34 del Código Orgánico Tributario, no dispone para las notificaciones de comunicaciones, ni los actos administrativos tributarios, que los mismos se realicen por medios

electrónicos, informáticos y similares; pues la norma en comento, deja un vacío legal, al establecer solo la generalidad de la figura domicilio fiscal electrónico obligatorio.

- En referencia a la técnica legislativa para determinar este tipo de domicilio fiscal electrónico obligatorio, no se evidencia el procedimiento para el envío y recepción de las notificaciones de comunicaciones o actos administrativos tributarios que garanticen la autenticidad de su comunicación y contenido puesto que, no se indica de ninguna manera el procedimiento de envío y recepción, si la seguridad de firma electrónica de la autoridad de quien emanó el mensaje que contiene o bien la notificación o el acto administrativo tributario.

De la misma manera, no existe dentro de la norma, la indicación del momento en que debe considerarse, el sujeto pasivo notificado, ni tampoco se incluye en la norma la constancia de notificación que posee el administrado para poder recurrir de los referidos actos comunicacionales por vía electrónica o similar.

Aunado a ello, no se indica, en la redacción de la norma que a través de alguna providencia administrativa pueda solventarse estas situaciones, ni tampoco se verifica algún referente académico que explique la vía procedimental tributaria para imponer este tipo de domicilio fiscal electrónico obligatorio, indisponiendo a los sujetos pasivos de la relación jurídico-tributaria a una verdadera discrecionalidad por parte de la Administración Tributaria.

3.4. Resultados de investigación

Todo lo antes expuesto, conlleva a determinar los efectos o consecuencias que se generan para el obligado tributario, que es impuesto por parte de la Administración Tributaria venezolana, de alguna notificación de comunicación o actos administrativo tributario, a través del domicilio fiscal electrónico obligatorio. El principal efecto o consecuencia teórica que se evidenció, fue la inseguridad jurídica a la que está sometido el administrado u obligado tributario, pues del Artículo 34 del Código Orgánico Tributario vigente, se observa falta de técnica legislativa, pues no hay una adecuada redacción de dicha disposición normativa, que aclare el procedimiento a seguir por la Administración Tributaria, para imponer de este tipo de domicilio al administrado. Vale decir, no se formuló en la norma bajo estudio, el procedimiento, o la regla general para que el conocimiento especulativo del redactor de la norma, se convierta efectivamente en un conocimiento práctico, y por ello, su contenido no

es el de una enunciación de una formalidad que debe cumplirse, y esto complica la comprensión de la persona que es el súbdito de la misma. Esta inseguridad jurídica, se marca en el hecho de no alcanzar lo que Millas (1970) conoce como seguridad jurídica al señalar que la misma: “es la seguridad de quien conoce o puede conocer lo previsto como prohibido, mandado y permitido por el poder público respecto de uno para con los demás y de los demás para con uno” (p. 223). Y en efecto, al no establecerse la redacción del referido Artículo 34 del Código Orgánico Tributario, de manera clara y precisa, ello conlleva la existencia de contradicciones y lagunas que dificulten su interpretación y aplicación.

Otra consecuencia derivada del efecto anterior, a la que debe enfrentarse el obligado tributario, que es impuesto por medio del domicilio fiscal electrónico obligatorio, de una notificación de comunicación o acto administrativo tributario, es la vulneración al derecho a la defensa del administrado; pues, el domicilio fiscal electrónico obligatorio, no permite la bi-direccionalidad entre el administrado y la Administración Tributaria, por lo que, el obligado tributario, debe recurrir de los actos administrativos de efectos particulares (en vía administrativa), utilizando la vía tradicional, vale decir, la interposición de los recursos administrativos tributarios a los que haya lugar de manera física, en la oficina de la cual emanó el acto, por lo cual, esta situación atenta contra el derecho a la defensa de quien es notificado por domicilio electrónico fiscal obligatorio y no puede acceder de la misma manera, para hacer valer su derecho a la defensa a través del contradictorio, por dicha vía (Vega Vega, 2013).

Conclusiones

Sin duda el comercio electrónico ha traído consigo cambios estructurales importantes en lo que ha comercialización concierne tanto de tipo local como internacional, así como en la jurisprudencia. En el caso de la presente investigación, se pudo llegar a la conclusión que, en materia tributaria venezolana, existente distintos domicilios fiscales, los cuales van a depender del tipo de persona que se trate; vale decir, persona natural, persona jurídica entes colectivos y el domicilio fiscal de las personas domiciliadas en el extranjero. A ello, se le suma la figura del domicilio fiscal electrónico obligatorio, que como poder discrecional de la Administración Tributaria, es usado para notificar a los obligados tributarios de comunicaciones y actos administrativos y que sin duda ha permitido propiciar flexibilización en las actividades inherentes en los procesos administrativos y su funcionamiento (Galindo Ayuda, 2012). Sin embargo, este tipo de domicilio, aunque es una de las prácticas de gestión que permite la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación a la Administración Tributaria, la misma, no es

del todo beneficiosa para el obligado tributario, en el sentido de que la norma que soporta tal figura jurídica, no está bien definida, es decir, ni es clara ni precisa y por ello presenta efectos o consecuencias que perjudican al obligado tributario, rayando en la inseguridad jurídica y la vulneración al derecho a la defensa de este.

Referencias

- Álvarez, H. T. (2005). El sistema de seguridad jurídica en el comercio electrónico. Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Arias, F. (2006) El proyecto de investigación científica: Introducción a la metodología científica. Caracas: Episteme.
- Balestrini, M. (2002). Cómo se elabora el Proyecto de Investigación. Caracas: Panapo.
- Bustos, L. G. (2012). Domicilio Fiscal, su conceptualización y las diferencias con otros tipos de domicilios. Obtenido de: <http://www.dameleconsultores.com.ar/domicilio-fiscal-su-conceptualizacion-y-las-diferencias-con-otros-tipos-de-domicilios/>.
- Cabanelas, G. (1979). Diccionario enciclopédico de Derecho Usual. Buenos Aires: Heliasta.
- Castoldi, P. (2002). El gobierno electrónico como un nuevo paradigma de la Administración. *Prudentia Iuris*, 55, 112-117.
- Código Orgánico Tributario. (2001). Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 37.305 Extraordinaria, del 17 de octubre de 2001.
- Código Orgánico Tributario. (2014). Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 6.152 Extraordinaria, del 18 de noviembre de 2014.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Con la enmienda N° 1 de fecha 15 de febrero de 2009. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.908 Extraordinario, del 19 de febrero de 2009.
- Díaz Luque, A. D. (2002). El comercio electrónico en Venezuela y su inserción en la legislación fiscal vigente. (Tesis de postgrado). Venezuela: Universidad Centrooccidental “Lisandro Alvarado”.
- Dávalos Suñagua, F. A. (2014). Administración tributaria y cambio de tecnología tarjetas fiscales. *Fides et Ratio - Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 7(7), 50-57.

- Galindo Ayuda, F. (2012). Democracia, internet y gobernanza: una concreción. *Sequência (Florianópolis)*, 65, 33-56.
- González, J. C. (2015). El concepto de residencia habitual del causante en el Reglamento Sucesorio europeo. *Barataria: Revista Castellano - Manchega de Ciencias Sociales*, (19), 15-35.
- Hernández R.; Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernández Domínguez, A. (2016). La Información como Erradicación del Delito Fiscal. Obtenido de: http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/128354/1/DDAFP_Hern%C3%A1ndezDom%C3%ADnguezAD_Informaci%C3%B3ninstrumento.pdf.
- Hierro, M. (2008). La notificación en el ámbito administrativo. Obtenido de: <http://158.109.129.18/centreantigona/docs/articulos/La%20notificaci%C3%B3n%20en%20el%20%C3%A1mbito%20administrativo.pdf>.
- Hochman, E., & Montero, M. (1996). *Investigación documental, técnicas y procedimientos*. Caracas Editorial Panapo de Venezuela.
- Hurtado de Barrera, J. (2007). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: Fundación SYPAL.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- León, M. (2011). *Estudios acerca de la Ley Orgánica de la Administración Pública: El concepto de acto administrativo y su aplicación a las misiones. 1000 años de la enseñanza del Derecho Administrativo en Venezuela 1909-2009*. Caracas: Fundea.
- Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos (2008). *Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 5.890 Extraordinaria*, del 15 de julio de 2008.
- Mendoza Carrillo, P. A, Bastida Ibañez, A. G., & Duven Pérez, A. R. (2017). *El impuesto al valor agregado en el contexto del comercio electrónico venezolano. (Tesis de postgrado)*. Venezuela: Universidad de Carabobo.
- Mendoza Ugarte, A. (2013). *Derecho tributario, derecho administrativo, ejecución coactiva y humanidades*. Obtenido de: <http://blog.pucp.edu.pe/>

blog/blogdearmandomendozaugarte/2013/04/14/la-notificaci-n-de-actos-administrativos-de-naturaleza-tributaria/.

- Millas, J. (1970). *Filosofía del Derecho*. Santiago de Chile: Publléx
- Munch, L., & Angeles, E. (1997). *Métodos y técnicas de investigación*. México: Editorial Trillas.
- Naser, A., & Concha, G. (2011). *El gobierno electrónico en la gestión pública*. Chile: CEPAL.
- Pires, V., Pineda, C., Romeu, J., & Juárez, G. (2014). Nuevas perspectivas en la gestión de las administraciones públicas: una visión comparada de la contratación pública electrónica. *Cuadernos de Gobierno y Administración Pública*, 1(2), 159-180.
- Puig, P. (1976). *Compendio de derecho civil español*. Madrid: Pirámide.
- Real Academia Española. (2014). Domicilio. [Definición en Línea] Obtenido de: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=E6cyAL>.
- Robles Moreno, C. D. P. (2014) A Propósito del Domicilio Fiscal en Materia Tributaria y la Condición de no Hallado y no Habido. *Derecho & Sociedad*, (43), 215-228.
- Rupérez, J. S. B. (2003). Residencia fiscal y domicilio fiscal: similitudes y diferencias entre ambos conceptos y sus respectivos regímenes jurídicos. *Anuario jurídico y económico escurialense*, (36), 91-114.
- Sanmiguel (2006). *Diccionario de Derecho Tributario*. Venezuela: Lizcalibros.
- Torres Frago, J. T. (2012). Gobierno electrónico: de la nueva gerencia pública a la gobernanza. *Ciencia Administrativa*, 2, 77-88.
- Vega Vega, J. A. (2013). El documento jurídico. *Problemas de la electronificación*. *Revista de estudios económicos y empresariales*, 25, 145-192.

Papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora

Role of the professor in the innovation process in the
entrepreneurial pedagogy

Recibido: Junio 03 de 2017 - Evaluado: Septiembre 05 de 2017 - Aceptado: Diciembre 06 de 2017

Jesús Alfonso Omaña Guerrero*
Deysy Carolina Ramírez Conde**

Para citar este artículo / To cite this Article

Omaña Guerrero, J. A., & Ramírez Conde, D. C. (Enero-Junio de 2018). Papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (39-70).

Resumen

El presente artículo de revisión pretende presentar una visión holística sobre el rol del docente como líder dinamizador del proceso de enseñanza – aprendizaje en los diversos escenarios de formación, partiendo de la idea de que el docente debe poseer nuevas competencias y habilidades pedagógicas para poder responder a los desafíos de una sociedad global y digital, con estudiantes inmersos en una sociedad telemática, con una identidad digital definida en los espacios sociales, y una cultura digital inmersa en una tecnología compleja, diversa y sofisticada, lo cual genera la flexibilidad de pensamiento y capacidad para adaptarse a situaciones propias de un entorno cambiante, lo cual complica el panorama de campo educativo ya que es necesario que el docente en la pedagogía emprendedora incursione en

* Ingeniero Industrial. Magister Gerencia de Empresas. Doctorando en Pedagogía. Profesor invitado Kansas University, NYU, Universidad Espíritu Santo y Universidad Libre de Colombia. Profesor Ordinario de la Universidad de los Andes – Venezuela. Email: alfonsomana@hotmail.com.

** Licenciada en Educación mención Informática. Especialista en Informática Educativa. Magister en Educación Abierta y a Distancia. Doctora en Calidad y Reforma Educativa. Docente ordinario de la Universidad de Los Andes. Email: carolinarc126@gmail.com.

la implementación de procesos de innovación en el desarrollo de una pedagogía orientada hacia la resolución de conflictos, generación de competencias en liderazgo, motivación al logro individual y colectivo y el trabajo en equipo.

Palabras Clave: Pedagogía Emprendedora, Prácticas Pedagógicas, Innovación, Docente Líder

Abstract

This review article aims to present a holistic view on the role of the teacher as a dynamic leader of the teaching - learning process in the different training scenarios, starting from the idea that the teacher should have new skills and pedagogical skills to be able to respond to The challenges of a global and digital society, with students immersed in a telematic society, with a digital identity defined in social spaces, and a digital culture immersed in a complex, diverse and sophisticated technology, which generates the flexibility of thinking and ability To adapt to situations of a changing environment, which complicates the field of education since it is necessary that the teacher in the entrepreneurial pedagogy incurs in the implementation of innovation processes in the development of a pedagogy oriented towards the resolution of conflicts, Generation of leadership skills, motivation To individual and collective achievement and teamwork.

Key words: Entrepreneurial Pedagogy, Pedagogical Practices, Innovation, Leading Teacher

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. El emprendedor y la pedagogía. - 2. Prácticas pedagógicas innovadoras. - 3. La innovación como práctica educativa para la libertad del hombre. - 4. El docente y la resolución de conflictos alternativos en entornos complejos. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

En la actualidad, el desarrollo de las practicas pedagógicas está supeditado a la inclusión de medios y herramientas del campo de la tecnología, lo cual evidencia la intervención de nuevos escenarios de formación en el campo de la pedagogía emprendedora. De allí que se hace necesario iniciar el artículo con una visión global del término emprendedor, entendiendo su visión, conceptualización y caracterización

estudiado por varios autores Brazael y Herbert (1999), Acs (2006), Bygrave y Hofer (1991), Carree y Thurik (2003), Baron (1997), Levie (1999) y Günther y Wagner (2007), entre otros.

En el proceso de pedagogía emprendedora el docente juega un papel fundamental, en su rol como mediador del conocimiento, siendo considerado un emprendedor al asumir prácticas pedagógicas innovadoras para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje en los espacios complementarios al aula de clase como ambientes idóneos para estimular en el estudiante actitudes positivas hacia la apropiación de conocimientos desde la reflexión, la emotividad y la aplicación de sus aprendizajes a una realidad emergente, propia de los entornos complejizantes del siglo XXI. Así mismo, comienza a vislumbrarse un proceso de innovación en la práctica docente en la pedagogía emprendedora en la cual se requiere de un docente preparado para asumir los cambios en los diferentes espacios de formación, que posea nuevas competencias y habilidades pedagógicas para poder responder a los desafíos de una sociedad global, digital, con estudiantes inmersos en una sociedad telemática, con una identidad digital definida en los espacios sociales, y una cultura digital inmersa en tecnología compleja, diversa y sofisticada, que generan la flexibilidad de pensamiento y capacidad para adaptarse a situaciones propias de un entorno cambiante.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

Hoy día emergen nuevos escenarios formativos acompañados de la incorporación de medios y herramientas informáticas y telemáticas, que surgen debido a las necesidades formativas de un estudiante activo, participativo, deseoso de experimentar y adquirir conocimientos bajo un contexto digital.

Un contexto, que amerita de un profesor con nuevas competencias, capacidades y habilidades que respondan a una sociedad global y digital, en la cual logre integrar de manera efectiva la tecnología en los procesos de innovación, en pro de ser un dinamizador del proceso de enseñanza – aprendizaje bajo una pedagogía emprendedora. El problema radica en que el docente actual desconoce el rol que debe asumir en estos contextos, bajo la figura de un docente emprendedor que a lo largo de su ejercicio docente logre incorporar la tecnología en procesos de innovación dentro del ámbito educativo, es por ello que se hace necesario que el docente incursione en una pedagogía orientada hacia la resolución de conflictos,

generación de competencias en liderazgo, motivación al logro individual y colectivo y el trabajo en equipo.

De allí surgen las siguientes interrogantes: ¿de qué forma se integran los términos emprendedor y pedagogía?, ¿podemos hablar de prácticas pedagógicas innovadoras?, ¿se puede concebir la innovación como práctica educativa para la libertad del hombre?, y finalmente ¿cuál es el papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora en entornos complejos

Todas estas interrogantes dan inicio a un proceso de indagación a través del cual se realiza una revisión de literatura (base de datos, artículos, libros, entre otros) al respecto para poder dar respuesta a todas y cada una de ellas.

2. Metodología

El presente artículo maneja una revisión de tipo descriptiva, tal como lo enuncia Guirao, Olmedo y Ferrer (2008) “la revisión descriptiva proporciona al lector una puesta al día sobre conceptos útiles en áreas en constante evolución” (pag. 6) por su parte Day (2005) sostiene que este tipo de revisiones tienen una gran utilidad en la enseñanza y también es de amplio interés para las personas de campos conexos que se interesen en el tema de estudio.

Por ser un artículo de revisión, se tomó en consideración la metodología planteada por Guirao, Olmedo y Ferrer (2008), en la cual se plantea:

- 1) Definir los objetivos de la revisión.
- 2) Realizar la búsqueda bibliográfica
 - a) Consulta de bases de datos y fuentes documentales.
 - b) Establecimiento de la estrategia de búsqueda.
 - c) Especificación de los criterios de selección de documentos.
- 3) Organización de la información.
- 4) Redacción del artículo.

Inicialmente se consideró partir de las preguntas planteadas en la problemática, a fin de dar una respuesta de acuerdo a la revisión documental y bibliográfica con el objeto de generar una aproximación teórica al papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora.

En tal sentido se comenzó a recopilar documentos, libros, capítulos de libros, artículos de revista, artículos de opinión y se realizó la revisión respectiva, luego se procedió a estructurar la teoría generando un esquema para la presentación de la información por apartados temáticos: (a) El emprendedor y la pedagogía; (b) Prácticas pedagógicas innovadoras; (c) La innovación como práctica educativa para la libertad del hombre, y, (d) El docente y la resolución de conflictos alternativos en entornos complejos.

3. Plan de redacción

3.1. El emprendedor y la pedagogía

De acuerdo a los estudios desarrollados por Brazael y Herbert (1999) y Acs (2006), el origen y evolución de la definición de emprendedor se ha mantenido, a través de los siglos como una percepción economicista con énfasis en la generación de riqueza fundamentada en la identificación y explotación de oportunidades de negocios. Para Bygrave y Hofer (1991), y Carree y Thurik (2003), durante los siglos XVIII y XIX se reconoce al emprendedor como poseedor de ciertas actitudes sobresalientes en la identificación de oportunidades de negocios. Esta característica lleva a los autores de la época a definirlo desde cuatro perspectivas no excluyentes: a) tomador de riesgo: Cantillon, Baudeau, Thunen, Bentham, b) sumamente inteligente: Cantillon, Quesnay, Baudeau y Turgot, c) innovador: Smith, Bentham y Mangoldt, y d) trabajador superior: Say y Smith.

Para Say (1800) el emprendedor es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. Marshall (1890) destaca al emprendedor en su rol frente a la organización la cual considera como cuarto elemento de los factores de producción. Para Baron (1997), Levie (1999) y Günther y Wagner (2007) la capacidad de identificar oportunidades del emprendedor es susceptible de ser aprendida evidenciando estas en la organización al asumir un rol transformador desarrollado desde su propia experiencia.

A principios del siglo XX el enfoque economicista del emprendedor recibe el apoyo necesario para ser reconocida por las comunidades científicas desde su inicio, teniendo como cimiento las publicaciones de Weber (1905) y Keynes (1936). Por su parte Weber (1905) en su obra la ética protestante y el espíritu capitalista, distingue entre los empresarios tradicionalista y capitalista. Afirma que el emprendimiento

surge con la entrada en escena del empresario quien, ante un diluvio de desconfianzas e indignación emerge con su carácter innovador (Rodríguez & Jiménez, 2005).

Para Keynes (1936) el emprendedor es el individuo que posee capacidad de mando para ejercer su profesión con una cualidad que llama animal spirit o el impulso espontáneo a la acción (Keynes, 2002). Considera que las actividades positivas que mueven al emprendedor dependen de su optimismo espontáneo como reacción ante la estabilidad y la quietud. A mediados del siglo XX, dos tendencias vinculan al emprendedor y el entorno: a) la concepción norteamericana en la línea del innovador planteada por Joseph Schumpeter, y b) la propuesta europea que considera la acción humana planteada desde la Escuela Austriaca por Ludwin Von Mises y su colaborador Israel Kizner.

Para Castillo (1999) así como para Brazeal y Herbert (1999), la concepción Schumpeteriana considera al emprendedor como la persona que promueve desequilibrios a partir de nuevas combinaciones o innovaciones, reformando los patrones de producción y desarrollando actividades que permiten establecer nuevas posiciones monopólicas con la identificación de oportunidades. La Escuela Austriaca de Mises, Kizner y Hayek, considera que los cambios promovidos desde el emprendedor tienden a equilibrar los mercados ajustando los elementos discordantes surgidos de la ignorancia del mercado que evidencia oportunidades.

Para Bécharde & Grégoire (2005) existen otros autores de mediados del siglo XX que consideran la actividad de emprender como una función de dirección conformada por actividades que superan el trabajo rutinario, desafiando el pensamiento y el comportamiento humano. Esta perspectiva emergente ubica al emprendedor en una posición transformadora, fuera de un estado de confort, considerando la creatividad y la innovación como característica para identificar oportunidades siendo la función de dirección evidenciada en la capacidad de motivar en otros comportamientos innovadores (Baron, 1997; Rodríguez & Jiménez, 2005 y Günther & Wagner, 2007).

A finales del siglo XX, autores como Stevenson (1980) y Timmons (1998) desarrollaron investigaciones relacionadas con la mentalidad emprendedora y el modelo para emprender. Ambos autores consideran el emprendimiento como un sistema de gestión apoyado en oportunidades más que en los recursos, caracterizando en dos líneas de acción: a) los creadores de empresas que parten del diseño e implementación de un plan de negocios y b) los empleados como agentes activos en la innovación de procesos, siendo este último el vinculado a la presente

investigación desde las prácticas pedagógicas emprendedoras en espacios abiertos.

Tanto para Amit y Muller (1994) como para Salinas y Osorio (2012) estas dos perspectivas del emprendedor consideran, como propósito de la enseñanza del emprendimiento: a) la facultad de crecer y crear riqueza desde el desequilibrio (Schumpeter) o desde el equilibrio (Escuela Austriaca), b) la orientación al crecimiento (Ducker y Stevenson) y c) el encaje de mercado, personas y recursos (Timmons).

Durante la última década del siglo XX e inicios del siglo XXI, las publicaciones de Hofer, (1991), Venkataraman, (1997), Shane y Venkataraman (2000), Shane (2000) Dean y McMullen, (2002), Eckhardt y Shane (2003), así como Chabaud y Nigijol, (2004) vinculan el estudio del emprendedor a las escuelas de pensamiento caracterizándolo como un perceptor o captador de oportunidades. Esta concepción del emprendedor lo contextualizan de acuerdo a: a) Escuela Psicológica de Shaver y Scott, (1991) por sus atributos psicológicos descritos desde su personalidad y sus procesos cognitivos, b) Escuela Comportamental de Gartner (1988) por las actividades que pone en marcha para crear una organización; c) Escuela Económica de Casson (1991) en la toma intuitiva de decisiones relativas a la coordinación de recursos raros o d) Escuela de Procesos de Bygrave y Hofer (1991) como desarrollador de oportunidades y creador de una organización para la explotación de estas (Founrouge, 2002 Citado por Rodríguez & Jiménez, 2005).

El creciente interés por estudiar el emprendimiento ha llevado al desarrollo de investigaciones con mayor especificidad en las cualidades del emprendedor y su relación con la psicología y la pedagogía haciendo énfasis en el liderazgo, la personalidad y el comportamiento humano. La investigación de Shaver y Scott (1991) se enfoca en la escuela de los atributos reconociendo en el individuo las motivaciones que lo llevan a emprender desde cuatro categorías: a). El emprendimiento como característica de la personalidad propuesto por McClelland (1961) y posteriormente por Brockhaus (1980, 1982); b) el modelo psicodinámico planteado por Kets de Vries (1997) y la marginalidad social de Stanworth y Curran (1973) y de Scase y Goffe (1980, 1982); c) las variables personales de acuerdo al aprendizaje cognitivo social por Cehl (1985) y Mischels (1973); d) otros estudios motivacionales desarrollados por Cooper (1970, 1971), Shapero (1985), Martin (1984), Greenberg y Sexton (1988), Gibb y Ritchie (1982), así como por Scheinberg y MacMillan (1989).

Con respecto a la formación de profesionales desde las prácticas pedagógicas emprendedoras, algunas aproximaciones hechas respecto a la educación por Ducker

(1985), Baron (1997), Kuratko (2005) y Fayolle (2008), consideran que el liderazgo y la capacidad de identificar oportunidades y coordinar el alcance de objetivos son atributos que pueden formarse en el emprendedor mediante la educación, siendo imprescindible el rol del docente como mediador de estos aprendizajes.

El estudio de Rubiano y Contreras (2014) desarrollado en la Universidad del Rosario en Colombia, plantea la vinculación entre el liderazgo y el emprendimiento desde el reconocimiento de los factores inherentes a las cualidades a desarrollar en el individuo desde el locus de control, la necesidad de logro, la propensión a asumir riesgos, el motivo de poder, la necesidad de afiliación y la autoeficacia.

Las investigaciones de Ajzen (1991) hacen énfasis sobre el comportamiento humano reconociendo la tendencia de los estudiantes universitarios hacia el emprendimiento basado en el estudio del comportamiento planificado como intención de emprender bajo un modelo que conduce al docente a reconocer la importancia de crear los escenarios para el aprendizaje de: a) la actitud, como creencia comportamentales y evaluación de resultados; b) las normas sociales, como creencias normativas y motivación por adecuar; y c) el control comportamental percibido, como las creencias de control y condiciones facilitantes.

Para la formación del hombre en tiempos de complejidad es necesario reconocer la importancia del docente como creador de las iniciativas emprendedoras que generen aprendizajes significativos y afectivos que promuevan la metacognición desde la reflexión y el reconocimiento de los contextos que condicionan las necesidades de formación para dar respuesta a fenómenos emergentes. En este orden es necesario involucrar en los espacios abiertos la participación de los actores que intervienen como grupos de interés en la simulación de iniciativas de la vida real dentro de la formación académica. Estos grupos de interés están representados por la tripartita o triple hélice planteada por Etzkowitz (1998) en la cual se vincula al gobierno, empresa y universidad.

Una caracterización de esta triple hélice respecto al ámbito de acción planteado por Salinas y Osorio (2012) vincula a las instituciones siguientes: a) administración pública; b) empresas; c) entidades del tercer sector; d) obras sociales de cajas de ahorro y fundaciones; e) Instituciones educativas; y f) Profesorado. Desde la perspectiva de las instituciones de educación superior y las prácticas pedagógicas de sus docentes se requiere la construcción de nuevas capacidades, creativas e innovadoras, para trabajar los problemas societales emergentes, soportado sobre el poder de perdurabilidad en el tiempo del conocimiento y la capacidad de adaptación

y renovación de las universidades para responder a un entorno que demanda una transformación en la generación de oportunidades desde la formación del hombre (Clark, 2007). De los enfoques presentados anteriormente se pretende hacer una aproximación teórica considerando al docente como emprendedor fundamentado, no en la creación de empresas sino en la innovación de los procesos de enseñanza y aprendizaje que se evidencian desde sus prácticas pedagógicas.

La definición de emprendimiento en la perspectiva de la innovación de procesos resulta de la contextualización al campo de la educación considerando, no la creación de empresas sino la innovación de procesos, distante de la primigenia concepción economicista de Say (1800), Marshall (1890), Weber (1905), Keynes (1936) y, a mediados del siglo XX, la Escuela Austríaca de Mises, Kizner y Hayek, antagónica a la concepción norteamericana de Schumpeter que fundamenta el presente estudio. Esta última perspectiva considera al emprendedor como creador de desequilibrios a partir de nuevas combinaciones e innovaciones, reformando los patrones de producción, en este caso aplicada al conocimiento, y desarrollando actividades que permiten establecer nuevas posiciones con la identificación de oportunidades (Brazeal & Herbert, 1999 y Castillo, 1999).

Al considerar al docente y sus prácticas pedagógicas, los enfoques de Stevenson (1980) y Timmons (1998) acerca del emprendedor desde la mentalidad emprendedora y el modelo para emprender, define líneas de acción caracterizadas por la creación de empresas a partir del plan de negocios y la innovación de procesos desde los agentes activos siendo este último enfoque la visión a desarrollar en el contexto de la presente investigación considerando como objeto de estudio las prácticas pedagógicas innovadoras.

En tal sentido es necesario reconocer el rol del docente como innovador de los procesos de enseñanza y aprendizaje para el desarrollo de competencias cognitivas, metacognitivas y afectivas en el alumno, lo cual lo caracteriza como identificador de oportunidades de desarrollo integral del hombre desde la interacción en espacios fuera del aula de clase, siendo un enfoque orientado hacia un docente creativo que contextualiza sus prácticas pedagógicas innovadoras en el ámbito del emprendimiento enfocado al cambio y renovación tanto dentro como fuera del aula.

De allí que se considera a Kundel (1991) quien enfoca al emprendimiento como la actividad para la gestión del cambio radical o renovación estratégica, complementando Formichella (2004) al caracterizar al emprendedor como el individuo que “posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita

para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria” conformando grupos de trabajo para iniciar su tarea, siendo este el punto de partida para concebir la pedagogía emprendedora desde las prácticas docentes innovadoras para la formación del hombre ante la emergencia de la complejidad en el entorno.

3.2. Prácticas pedagógicas innovadoras

La evidencia empírica acerca del tema plantea tres vertientes complementarias entre sí: a) El uso de espacios virtuales que implican las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) (Ruiz i Tarrago, 1993 y Blandow & Dyrenfurth, 1994) b) las prácticas innovadoras dentro del aula de clase (Ramírez & Gonzalez, 2011 y Vieluf, Kaplan, Klieme, & Bayer, 2012) y c) las practicas innovadoras en espacios abiertos y flexibles (Villalobos & Melo, 2009). La educación considerada como “tradicional” se caracteriza por un alto arraigo a las estructuras formales que pudieran ser consideradas por los evolucionistas como rígidas y comprometidas con el cumplimiento de los contenidos académicos en ambientes educativos colmados de prácticas repetitivas que condicionan tanto al docente como al alumno, al desarrollo de actividades que limitan la creatividad afectando de manera significativa la innovación e inhibiendo la emotividad que se requiere para lograr un aprendizaje significativo.

La comprensión del entorno y el uso de recursos que provienen de éste para el desarrollo de actividades educativas, constituyen un desafío para noveles investigadores y docentes participantes de los procesos de enseñanza y de aprendizaje. El estudio de los recursos alternativos a las aulas de clase y el reconocimiento de una cultura digital que ha permeado a las estructuras escolares tradicionales están proporcionando nuevos entornos en los cuales se ha desarrollado la creatividad y la capacidad de los estudiantes como residentes digitales de la generación Z, presionando las practicas docentes didáctico-pedagógica a crear experiencias, fuera del aula, más productivas para maximizar los aprendizajes y fomentar en los estudiantes la dedicación de su tiempo personal, fuera de las instituciones de educación, a la consolidación de los conocimientos con la práctica de actividades educativamente valiosas (Molina, 2008; Katz & Chard, 2000 y Helm, 2004).

La práctica educativa ha sido estudiada en diversos contextos considerándola como formal cuando la estructura se considera de alta institucionalidad, cronológicamente graduada y jerárquicamente estructurada; informal cuando

existe un proceso intencional en el cual se adquiere y acumula conocimientos y habilidades teniendo como fuente la experiencia diaria; y no formal caracterizada por las actividades educativas organizadas y sistemáticas, fuera del ámbito oficial, facilitando los encuentros para el aprendizaje desde los subgrupos de la población aplicado en áreas tales como la educación permanente, la educación de adultos, la educación especial, la educación profesional, la animación socio-cultural y la educación en el tiempo libre (pedagogía del ocio) dentro de las cuales se encuentran las actividades y programas de educación en espacios abiertos y virtuales como medio de educación (Coombs, Ahmed, & Israel, 1974).

3.3. La innovación como práctica educativa para la libertad del hombre

El desarrollo desde la perspectiva de las libertades abarca un amplio número de factores dentro de los cuales se destaca la educación, considerándolo como una libertad fundamental. La privación de este tipo de libertades implica relaciones de alta dependencia en lo social, lo económico y lo político para el ciudadano y las comunidades, minimizando sus capacidades de desarrollo humano. Este tipo de privaciones trae como consecuencia la transformación del individuo en un sujeto de alta vulnerabilidad hacia condiciones de pobreza (Acemoglu & Robinson, 2012). Los ambientes virtuales emergen como el medio globalizado que proporciona el acceso a la educación como garante de la transformación desde la expansión de libertades del individuo.

Los emergentes fenómenos sociales y virtuales hacen de la presencialidad un requisito atado a culturas tradicionales que pueden ser objeto de deliberaciones debido a los vertiginosos avances de las tecnologías, erigiéndose los ambientes virtuales como el medio de comunicación masivo para difundir, compartir, transferir y facilitar la información de múltiples ciencias, necesaria para consolidar desde el conocimiento el desarrollo de los pueblos (Sen, 2000), razón por la cual desde la educación pudiera surgir la necesidad de transformar los medios de interacción entre facilitadores del conocimiento e interactuantes del proceso enseñanza-aprendizaje.

El rol de las aulas virtuales en la educación y la capacitación han encontrado brechas entre los escenarios tradicionales-presenciales y los escenarios de amplitud de redes de conocimiento multidisciplinares-virtuales lo que ha conllevado a que el intercambio natural entre los actores del proceso educativo evidencie una nueva dinámica en el flujo permanente de información a través de internet y las emergentes redes sociales (García, Amaro & Brioli, 2012).

Si bien es cierto, al introducir en el proceso de enseñanza – aprendizaje herramientas tecnológicas en su mayoría los docentes “Se han propuesto ofrecer al alumnado un sinnfin de actividades, tales como trabajos en grupo, participación en seminarios (foros), preparación y exposición de temas (slideshare), e-portafolios, cuadernos de problemas, redes sociales, twitter, construir wikis, hacer blogs, desarrollar proyectos, entre otros...” (Fidalgo, 2011), lo cual trae como consecuencia un arduo trabajo tanto por parte del docente como del estudiante, haciendo inviable su implementación tanto dentro como fuera del aula porque el docente no está preparado para manejar un alto volumen de información y de actividad.

La creciente competencia por los recursos entre seres humanos (Begon, Townsend & Harper, 1999) ha hecho que el conocimiento sea una de las principales fuentes para conseguir el desarrollo no solo como un medio sino como un fin sostenible y perdurable (Toca, 2011), siendo su contraparte las limitaciones que conllevan a dificultades en el acceso a información. Es así como la expansión de las libertades en forma de oportunidades (Sen, 1999) de acceso y participación en medios virtuales es la fuente para lograr el mayor aprovechamiento de la información evidenciado a través de la igualdad en su acceso permitiendo crear ventajas competitivas desde los individuos y las comunidades científicas conformadas por sus grupos académicos, impactando directamente en la calidad de vida de sus ciudadanos (Porter, 1985, 2003).

Es por esto que la información virtual y el medio, en sí mismo, pueden considerarse hoy en día fuentes de desarrollo a través del conocimiento siendo menester de los educadores y quienes se encuentran en proceso de formación para ejercer dicha profesión, destacar no solo la importancia en el uso de las herramientas teórico-prácticas que les permitan el acceso a las fuentes de información como herramienta fundamental para la toma de decisiones, sino también garantizar la socialización de dicha información para proporcionar a los actores del proceso enseñanza-aprendizaje la libertad de acceso que minimice las limitaciones de cualquier índole (Uribe, 2005 y Barber & Mourshed, 2007).

La educación bajo ambientes virtuales es una visión emergente en la expansión de las libertades humanas, sus relaciones con los derechos humanos, la intermediación del gobierno y las políticas públicas en la generación de oportunidades, así como las interconexiones de las instituciones sociales con los servicios de educación y capacitación, y sus efectos en la desigualdad y la pobreza (Sen, 1999, 2000 y Reyes, 2013).

Este reconocimiento de los emergentes enfoques de la educación para el desarrollo desde la expansión de libertades humanas en el contexto de la realidad global, evidencia la preocupación por la generación de sinergias que beneficien la educación desde el sector público y privado (Lewis, 2008 y Atkinson, 1970) el agenciamiento de los ciudadanos como participante activo en el proceso de generación de oportunidades sociales (Sen & Dréze, 1989 y Sen, 1999, 2000), la creación de instituciones públicas semiautónomas para la implementación de políticas (Yamamoto, 2008; Sen, 1999) que den sostenibilidad a los procesos de educación bajo ambientes virtuales, el enfoque humanista de las buenas prácticas entre el sector público, privado y tercer sector para la construcción de capital social (Boccacin, Rossi, & Bramanti, 2011 y Barber & Mourshed, 2007) y los cambios de la globalización en las realidades económicas de los países en desarrollo (Narula & Dunning, 2000) desde el enfoque de la educación como garante en la expansión de las libertades.

Las crecientes demandas por parte de la sociedad civil y los organismos multilaterales considerando el acceso a la educación como prioridad global, exigen en los gobiernos y los representantes de sus ciudadanos una mayor preocupación hacia la formación y la actualización siendo la información y el tiempo factores fundamentales a considerar (BancoMundial, 2009 y CEPAL, 2010). La emergencia de esta situación y la capacidad de dar respuesta a la creciente demanda de información en tiempo real confiere mayor poder a quien sea considerado creador, poseedor y administrador de esta, creando monopolios que a su vez generan desigualdades en las capacidades de acceso (Atkinson, 1970; García, 1996 y Gradín & Del Río, 2001).

Los avances tecnológicos han permitido minimizar esta brecha con la ampliación del acceso a internet hacia las poblaciones consideradas en estado de vulnerabilidad, fomentando la evolución de la educación bajo ambientes virtuales y generando cambio profundos en los cuales los responsables del diseño de las políticas públicas en educación como sus ejecutantes deben propiciar los ambientes necesarios para el intercambio, discusión y análisis de la información con el propósito de fomentar la toma de decisiones que fomenten el desarrollo sostenible y la calidad de vida (Savoie Zajck & Karsenti, 2000; CEPAL, 2010; Bolívar-Botía, 2010 y Reyes, 2013).

El uso de internet y la aplicación de las plataformas virtuales de formación en la vida diaria han hecho que las personas tengan una interacción continua con diversas herramientas tecnológicas, ampliando sus oportunidades en el acceso a la información, para la generación de conocimiento a través de conexiones facilitando

el surgimiento y manejo de estrategias educativas bajo ambientes virtuales como medio de intercambio entre los diversos actores del proceso enseñanza-aprendizaje, evidenciando el inicio de la extinción de las barreras en el uso de las tecnologías por parte de los usuarios (Hidalgo Capitán, 1998 y Argyris, 1999).

Las exigencias de escenarios de aplicación del conocimiento en la práctica han abierto los espacios a la virtualidad desde temprana edad con adelantos tecnológicos que, inicialmente promueven el entretenimiento y en la edad adulta proporciona una ampliación en las alternativas para la toma de decisiones, introduciendo cambios significativos en el ambiente que rodea el proceso de enseñanza-aprendizaje (Skinner, 1970 y Vesga & Vesga, 2012). Es así como en la actualidad los ambientes educativos virtuales han sido transformados en salas de simulación en las cuales los actores deben asumir roles y tomar decisiones en escenarios hipotéticos, diseñados para generar fenómenos complejos que permitan fomentar el aprendizaje desde el caos (Stafford, 1972; Checkland, 2000 y Rivera, 2012) tal es el caso de la gamificación (Contreras y Eguía, 2016) y la realidad aumentada como elementos emergentes en los nuevos procesos de innovación para la adquisición de los aprendizajes de las nuevas generaciones.

La familiaridad entre los usuarios, cualquiera sea su edad o nivel de formación académico, y las herramientas tecnológicas, es evidente en el acontecer diario de las grandes capitales así como en las áreas rurales a nivel global, resaltando la importancia que tiene la identificación de los estilos de aprendizaje como rasgos cognitivos, afectivos y fisiológicos que sirven como indicadores de cómo las personas perciben, interaccionan y responden a sus ambientes de aprendizaje (Gallego & Martínez, 2001) evidenciado en las tiendas Apple a nivel mundial en las cuales instructores certificados proporcionan atención personalizada a adultos mayores-tercera edad- que bien sean usuarios de Apple o se encuentren interesados en sus aplicaciones, considerándose una capacitación en equipos que tienen la particularidad de poder almacenar, transmitir y compartir información (Uribe, 2005).

Es reconocido a nivel mundial que internet proporciona información infinita para el autoaprendizaje como medio de desarrollo de las capacidades de los individuos, sin discriminar en edad, nivel de instrucción, sexo, religión, ni condición social. El creciente volumen de información publicada a través de este medio y la facilidad de acceso desde el hogar, teléfono, universidades, colegios, escuelas, cafeterías o espacios abiertos, permite ampliar tanto los tiempos de consulta como las oportunidades de interacción con expertos en áreas muy específicas del diario acontecer como de las ciencias, siendo una herramienta infinitamente enriquecedora

para los usuarios. Es así como internet se ha convertido en un ambiente virtual educativo y de entretenimiento de primer nivel proporcionando la oportunidad de formación y capacitación gratuita a través de redes de universidades alrededor del mundo.

Esta modalidad de aulas virtuales permite al usuario acceder de manera gratuita a los departamentos de extensión de universidades como Harvard y Massachusetts Institute of Technology (MIT) a través de internet pudiendo acumular créditos académicos por medio de cursos, con el uso de las herramientas de multimedia, utilizando tecnologías adicionales para trabajar en sus lecturas, asignaciones y exámenes permitiendo la interacción en tiempo real con sus instructores y sus pares, optimizando no solo la fluidez de la información sino las oportunidades de las aclaratorias con el facilitador permitiendo a los cursantes minimizar los riesgos en la veracidad de la información (García, 1996) (San Nicolás, Fariña Vargas, & Area Moreira, 2012). Deben considerarse, de igual forma los avances en comunidades virtuales de aprendizaje (Barbera & Badia, 2002) cuyo propósito es la creación, desarrollo y mantenimiento de grupos virtuales en los cuales la interacción de los participantes genera conocimiento con el compromiso de ser compartido por sus pares.

Un estudio desarrollado en la Universidad de Los Andes-Táchira evidencia que la inexistencia de las aulas virtuales como herramienta de aplicación de las tecnologías de la información al proceso enseñanza-aprendizaje, en opinión de los estudiantes, afecta su desempeño estudiantil ya que limita las oportunidades de interacción con el docente fuera del horario regular de clases y asesorías (Omaña, 2009). De igual forma manifiestan que la información encontrada en internet presenta enfoques divergentes entre las consultas, por lo cual se considera una necesidad fundamental las aulas virtuales para orientar desde la perspectiva del docente los diversos puntos de vista de la información consultada a través de la red (García, Amaro, & Brioli, 2012).

Por su parte, en discusiones informales posteriores a la investigación y debido a los problemas coyunturales de los paros de universidades, los docentes consideran que el aula virtual es la herramienta imprescindible para dar continuidad a la planificación académica de la Universidad de los Andes-Táchira, además de considerarlas fundamentales para la atención a la educación a distancia, la capacitación de comunidades foráneas y rurales, y la atención a la educación ante emergencias ambientales o desplazamiento forzado.

Valorando las diversas perspectivas analizadas en este texto se puede inferir que, en el contexto educativo, las aulas virtuales son referencia de desarrollo debido a su alto impacto en la expansión de libertades hacia los individuos y sus comunidades, incrementando sus oportunidades de acceso a capacitación que les permita consolidar la calidad de vida adecuada para dar sostenibilidad social, económica y ambiental a sus hogares y su entorno. Son las aulas virtuales el medio por el cual la educación se transforma en una herramienta sin fronteras, sin distinción de raza, ni idioma, siendo la alternativa para minimizar las fuentes de privación de libertad que conllevan a la pobreza desde la privación de las capacidades, la escasez de oportunidades, las privaciones sociopolíticas como las garantías de transparencia, la limitación en la participación de sus decisiones y el intervencionismo de los gobiernos autoritarios.

Es a través de las libertades fundamentales, dentro de las cuales se destaca la educación, que el individuo tiene la oportunidad de acceder a su crecimiento personal, la participación en las fuerzas sociales, el acceso a mejores y mayores oportunidades de crecimiento económico y la presencia en mercados que conlleven a la ruptura de la dependencia económica del estado en regímenes autoritarios, garantizando la libertad individual como compromiso social y la expansión de las oportunidades en educación como cimiento para fomentar las capacidades humanas.

3.4. El docente y la resolución de conflictos alternativos en entornos complejos

Los residentes digitales comparten valores culturales que los caracterizan como ciudadanos digitales, pero, ¿qué pasa con los roles del docente cuando se violan normas en entornos virtuales? ¿Cómo solucionar un conflicto generado por la violación de códigos que desconoce el docente? ¿Siguiendo siendo el docente el mediador de conflictos? Al igual que en tiempos de las prácticas presenciales, el docente es participante activo de una comunidad con una evolución dinámica sin precedentes, caracterizada por una diversidad de creencias y valores presentando conflictos evidenciables por sus diferencias interculturales.

El docente ha asumido esta diversidad y sus conflictos desde los intereses colectivos de la pluri-generación de participantes liderando los procesos de negociación con reconocimiento de su liderazgo por parte de los estudiantes quienes perciben comportamientos diferenciables de sus homólogos. La Estrategia de los Océanos Azules (Chan & Mauborgne, 2004) puede resultar útil para identificar y crear escenarios deseables de liderazgo en el docente desde las prácticas innovadoras, y, diferenciables, que generen en los estudiantes su identificación como líder a emular

en su vida académica y profesional, siendo fundamental el respeto a las diversas culturas digitales y la orientación hacia una ciudadanía digital, que se autorregula a través de normas homogéneas dentro de la heterogeneidad de pensamiento de los residentes digitales.

Cada día es más habitual observar en las aulas de clase y en sus entornos digitales un entramado intercultural muy diverso, lo cual permite considerar además de los aspectos visibles, otros elementos de naturaleza cognitiva y afectiva que intervienen en la persona, su identidad, su conducta y sus juicios (Aneas, 2005). Esta interculturalidad trae consigo una heterogeneidad de valores y creencias inherentes a la formación del individuo desde la perspectiva antropológica lo cual se evidencia en su personalidad (Weaver, 1985, Smircich, 1983 y García, 2005).

El desconocimiento a la diversidad y la heterogeneidad en las percepciones acerca de las normas y los valores, en la realidad del entorno y en la cultura digital, pueden afectar la convivencia en espacios interculturales, lo cual si no se maneja debidamente puede desencadenar variables significativas que afecten las relaciones entre individuos y grupos, generando obstáculos en los procesos de comunicación con las inevitables desavenencias en las relaciones interpersonales. Algunos de estos obstáculos identificados por Manzaner (2002) y contextualizados por el autor son: la profundización de posiciones de poder del docente y los alumnos, la diversidad de normas en los canales de comunicación alumno-profesor, las posiciones inamovibles y polarizadas en la defensa de intereses individuales o de las partes, los enfoques basados en lo emocional y la negación de la contraparte del derecho a disentir.

Capitalizar esas diferencias en pro de una funcionalidad comunicativa en las relaciones es el propósito fundamental en la intervención del docente-líder convirtiendo la diversidad cultural en un recurso para crecer desde el conflicto en medio de la riqueza cultural. Las situaciones de conflicto pueden surgir cuando las personas o grupos buscan o perciben metas diferentes, afirman valores heterogéneos o tienen intereses divergentes (Jares, 1997 y Escudero, 1999). Esta distinción entre intereses y posiciones aparentemente contrarias manifiestas en el aula de clase, llevan a las partes en conflicto a la identificación de agentes desmotivadores (desde lo académico-desacuerdos en la didáctica, déficit de atención, elementos distractores- y desde lo personal-percepciones actitudinales y conductuales opuestas-) significando posiciones antagónicas e implicando intereses difusos evidenciándose el inicio de una situación de discrepancia, siendo deseable aprovechar lo mejor de las diferencias en la construcción de un conflicto funcional.

El manejo del conflicto por parte del líder implica la plena identificación de las posiciones y los intereses ya explícitos entre las partes. La percepción del docente y de los estudiantes acerca de su interacción en el aula de clase influye de manera significativa en su comportamiento y en el desempeño académico de ambos. Los docentes desde su experiencia han considerado a través de los años una clasificación empírica acerca de sus grupos de estudiantes considerándolos de baja participación, poco rendidores, regulares, buenos, excelentes entre otros; dicha percepción media la forma en la cual el docente se relaciona con ellos. Esta clasificación hecha usualmente de forma individual, condiciona inconscientemente al docente a confirmar sus expectativas acerca del estudiante ajustándolos a patrones preestablecidos en su experiencia de aula.

Los estudiantes de igual forma tienen sus propias clasificaciones empíricas acerca de los docentes utilizando una cantidad infinita de adjetivos. Este tipo de segmentación se corresponde con una clasificación a priori vinculada a la percepción que tienen los estudiantes acerca del comportamiento del docente. De acuerdo a la literatura dicha clasificación obedece a los factores psicosociales, factores cognitivos y los factores emotivos (Gonzalez, 2003; Montecinos, 2003). Es así como la interacción alumno-profesor da inicio a un proceso en el cual las percepciones de unos y otros se hacen visibles y verificables mediante una estigmatización caracterizada por la experticia o las vivencias, proceso que se inicia desde el primer acercamiento en el cual se emprende una identificación de los intereses académicos que involucra, por lo menos de manera implícita un proceso de negociación, en el buen sentido de la palabra.

En principio, las percepciones alumno-profesor están vinculadas a la comunicación en el aula de clase y en espacios virtuales, causando un efecto no solo en los resultados del proceso educativo sino en los comportamientos de los estudiantes y su percepción del docente. Los estudiantes pueden responder a un aprendizaje expresado en términos de dominio de las competencias básicas en temas específicos, pudiendo estar mediado por el grado de identificación que tenga acerca del docente, fundamentado en la empatía de identificación inconsciente de algunos rasgos de cognición asociados al liderazgo del profesor en su habilidad de comunicar sus conocimientos (Cordero, 2009 y Gutiérrez, 2008).

Los estudiantes al identificar a su profesor como un líder pueden modelar aspectos de su comportamiento, inclusive en la social media lo cual puede resultar deseable en su formación como profesional. Si dicho comportamiento se manifiesta de manera sostenible durante el tiempo en el cual cursen la cátedra y durante los

semestres posteriores, se evidencia y fortalece la posición del profesor como líder, teniendo efecto incluso en sus exalumnos, quienes ya no tienen un interés particular relacionado con el curso académico, configurando lo que se llamaría un liderazgo perdurable (McCulloch, 2008).

Con base a lo anterior se puede afirmar que el liderazgo del docente genera un efecto multiplicador en sus alumnos-seguidores, lo cual influirá favorablemente en su formación integral, influyendo no solo en su vida como estudiante universitario, sino en su vida personal, familiar y laboral (Montecinos, 2003). No obstante, la manifestación del liderazgo del docente puede en algunos casos, ser también negativa (Valenzuela, 2006 y Sánchez, 2005) afectando la relación alumno-profesor en doble vía.

Los docentes que no logran desarrollar adecuadas habilidades comunicativas, presenciales y/o virtuales, para interactuar con sus alumnos, adoptan comportamientos poco sociables lo cual puede influir en la pérdida de la atención y/o participación por parte de los estudiantes respecto a la cátedra reflejándose en los resultados de las evaluaciones, la asistencia a las interacciones virtuales, y en general en el desempeño académico. Dichos resultados nutren la percepción desfavorable del profesor hacia el grupo, y la resistencia de éste, generando un círculo vicioso de apatía y abandono hacia la materia y sus contenidos, que en ocasiones puede generalizarse hacia el estudio o la carrera, con resultados devastadores para ambas partes.

Este tipo de afectividad negativa (Watson & Clark, 1984 y Watson & Tellegen, 1985) puede convertirse en un referente conductual para el joven, el cual como respuesta, puede alejar o asumir en su vida académica y laboral repitiendo una buena historia o una mala actuación. En circunstancias adversas, los espacios de reflexión se reducen abriendo brechas que posibilitan la imposición de una perspectiva induciendo a una “solución cortoplacista” en un proceso de negociación desigual.

Este efecto es observable en entornos donde se evidencian desequilibrios en el poder como es evidente en el aula de clase, presenciales y/o virtuales, el cual favorece al docente por su posición en el contexto. Ante esta situación, cuando el docente no cuenta con adecuadas habilidades comunicativas, fundamentales para la administración del conflicto, se da una medición de fuerzas a través de la asignación de actividades y demás estrategias académicas que conllevan al desgaste, al agotamiento y al desaliento, perdiéndose el propósito mismo de la formación.

Entonces, ¿Cuál es el papel del docente ante los inevitables y cotidianos conflictos? En los momentos de conflicto el docente debe liderar los procesos de

negociación a través de sus habilidades comunicativas con la creación una identidad digital que promueva la participación de un colectivo de residentes digitales que constituyan patrones de comportamiento propios de ciudadanos digitales con normas que permitan convertir desencuentros en conflictos funcionales, en los cuales se prioriza el interés de las partes, a favor de un resultado que favorezca el bien común (Robbins, 1998 y Davis, 1998).

Administrar adecuadamente un conflicto requiere que el profesor-líder disponga de una buena regulación de sus emociones en lo que se ha llamado inteligencia emocional, evitando un desborde de emociones y sentimientos. Dicha habilidad le permitirá promover en el grupo la exposición libre de ideas, aceptando y fomentando la diversidad de opiniones y argumentos, para lograr identificar los intereses particulares, asumiendo el rol de negociador del conflicto, satisfaciendo de la mejor manera las necesidades de las partes, lo cual coincide con la ideología del comportamiento diferenciable planteado en la Estrategia del Océano Azul (Chan & Mauborgne, 2004).

Es el docente como líder potencial del grupo en el aula de clase y en la comunidad virtual, llamado a tomar la iniciativa para proyectar sus habilidades comunicativas. No se trata solo de hacer que los seguidores, en este caso los estudiantes, hagan lo que él considera que deben hacer como plantean todavía algunos autores (Lewis, 2004) sino potenciar en ellos la creatividad e iniciativa para generar cambios perdurables en sus vidas, como producto de su formación. Los docentes deben promover en los estudiantes comportamientos de liderazgo dentro y fuera de los espacios virtuales. Motivar en ellos la capacidad de comunicarse efectivamente, eje central de las habilidades de liderazgo, es el trabajo del docente en todo proceso de formación, potenciar en el estudiante comportamientos transformacionales en el entorno académico y social como parte de su desarrollo en todos los ámbitos de su vida.

Conclusiones

Las prácticas pedagógicas innovadoras en estrategias, espacios y terrenos inexplorados, puede ser todo un reto para una cultura de alto arraigo de interacción en el aula de clase, debe estar orientada al cumplimiento de los contenidos del programa y ajustada al esquema presentado en el calendario académico (Galvis, 2007). La rigidez de las estructuras tradicionales presenciales, que considera el aula como único espacio de encuentro, conlleva a las prácticas pedagógicas comprometidas estrictamente con el cumplimiento de los contenidos académicos en escenarios

comunes de un reiterado y eterno discurso que convierte la práctica educativa de cadenas de actividades repetitivas que limitan el desarrollo y la aplicación de ideas creativas, afectando la innovación e inhibiendo la emotividad que se requiere para lograr un aprendizaje perdurable.

Es necesario en el desarrollo de una práctica educativa emprendedora tomar en cuenta la calidad de las relaciones interpersonales en la pedagogía emprendedora (Dulewicz & Higgs, 1998; Lopes et al, 2004), en la cual se evidencie la participación de un líder que potencialmente pueda incidir en el desarrollo de entornos saludables propicios para el aprendizaje en contextos en los cuales se promueva la habilidad para negociar, lo que implica que los estudiantes y profesores desarrollen excelentes relaciones interpersonales, llegando a ser empáticos y automotivantes (Bermudez et al., 2003; Goleman, 2006; Jhonson & Indvik, 2000).

Las Estrategias de Océano Azul son el resultado de una serie de investigaciones que tienen como propósito crear una revolución en las ciencias gerenciales como herramienta analítica para comprender las alternativas de solución que eviten el conflicto, dejando de un lado la competencia destructiva, ampliando los horizontes de negocios y generando valor a través de la innovación. Los Océanos Azules se caracterizan por la creación de mercados en áreas que no están explotadas en la actualidad, y que generan oportunidades de crecimiento rentable y sostenido a largo plazo (Chan & Mauborgne, 2004).

El papel del docente en el proceso de innovación en la pedagogía emprendedora requiere de la identificación de prácticas y acciones por parte del docente para el manejo de los conflictos promoviendo las buenas prácticas del liderazgo en los espacios académicos virtuales como parte de la formación integral de los estudiantes en la búsqueda permanente de la reflexión de estas buenas prácticas en el campo laboral. El propósito de motivar dicha praxis es además promover estos comportamientos por parte de la comunidad virtual para generar cambios revolucionarios a favor de la construcción de una nueva cultura digital de formación en líderes en espacios virtuales en la cual se potencie la diversidad desde lo cognitivo, simbólico y estructural, tal como se entiende desde la antropología moderna (Smircich, 1983; Geertz, 1973; García, 2005).

En pocas palabras, el rol que juega el docente hoy día demanda de un compromiso adquirido de manera consciente o circunstancial de convertirse en un gestor del nuevo perfil de cambio, que oriente y guíe en el proceso al estudiante hacia el desarrollo de las capacidades para definir sus objetivos, así como la forma de llegar

a ellos; que sean referentes congruentes con el ser, el pensar y el actuar hacia una inclusión social mediada por espacios de formación virtual en el cual todos sean entes participativos, teniendo presente que toda acción tiene reacción y por ende repercusión y en el campo de las redes todo es público, donde las relaciones interpersonales juegan un papel fundamental en el desarrollo de la pedagogía emprendedora orientada hacia la resolución de conflictos, generación de competencias en liderazgo, motivación al logro individual y colectivo y el trabajo en equipo.

Referencias

- Acemoglu, D., & Robinson, J. (2012). *Por qué fracasan los países*. New York: Crown Publishers.
- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), 97-107.
- Aneas, M. A. (2005). Competencia Intercultural, concepto, efectos e implicaciones en el ejercicio de la ciudadanía. *Revista Iberoamericana de Educación (OEI)*, 35 (5), 1-10.
- Albornoz, O. (2012). *Las múltiples funciones de la universidad: crear, transferir y compartir conocimiento*. San Cristóbal: Fundación Fondo Editorial Simón Rodríguez.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179-211.
- Amit, S., & Muller, E. (1994). *Push & Pull entrepreneurship. Frontiers of entrepreneurship research*. United Kingdom: Babson University.
- Andrade Adaime, J. C., & Bravo Preciado, W. (2009). *Propuesta didáctica para la enseñanza del emprendimiento en el programa administración de empresas de la Universidad de la Amazonía. Florencia*. Caquetá: Universidad de la Amazonía.
- Argyris, C. (1999). *Sobre el aprendizaje organizacional*. México: Oxford.
- Ashby, W. R. (1960). *Design for a brain: the origin of adaptative behavior*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Atkinson, A. (1970). On the Measurement of Inequality. *Journal of Economic Theory*, 2(3), 244-263.
- Banco Mundial. (2009). *Guatemala. Evaluación de la Pobreza. Buen Desempeño a Bajo Nivel*. Guatemala.: Banco Mundial.

- Bandura, A. (1997). *Pensamiento y Acción: Fundamentos Sociales*. Barcelona: Martínez Roca.
- Baron, R. (1997). *Invention, innovation and entrepreneurship*. Lennox Retreat for Young Faculty Scholars.
- Barber, M., & Mourshed, M. (2007). *Cómo Hicieron los Sistemas Educativos con Mejor Desempeño para Alcanzar los Objetivos*. London: McKinsey & Company.
- Barbera, E., & Badia, A. (2002). Hacia el aula virtual: Actividades de enseñanza y aprendizaje en red. *Revista Iberoamericana de Educación*, 36, 1-21.
- Béchar, J. P., & Grégoire, D. (2005). Entrepreneurship Education Research Revisited: The Case of Higher Education. *Academy of Management Learning & Education*, 4(1), 22-43.
- Begon, M., Townsend, C., & Harper, J. (2006). *Ecology: From Individuals to Ecosystems*. Boston: Oxford Blackwell Publishing.
- Blandow, D., & Dyrenfurth, M. (1994). *Technology education in school and industry: emerging didactics for human resource development*. London: Springer-Verlag in cooperation with NATO Scientific Affairs Division.
- Boccacin, L., Rossi, G., & Bramanti, D. (2011). Partnership, Social Capital and Good Practices Among Public, Private and the Third Sector. *Journal of US-China Public Administration*, 8, 241-260.
- Bolívar Botía, A. (2010). ¿Cómo un liderazgo pedagógico y distribuido mejora los logros académicos? Revisión de la investigación y propuesta. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 3(5), 79-106.
- Brazeal, D., & Herbert, T. (1999). The genesis of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 29-45.
- Bygrave, W., & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Cabrero, E., Orihuela, I., & Ziccardi, A. (2003). *Ciudades Competitivas-Ciudades Cooperativas: Conceptos Claves y Construcción de un índice para ciudades mexicanas*. México: CIDE.
- Cantillón, R. (2003). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Carree, M., & Thurik, R. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth. *En J. Acs, & D. Audretsch, Handbook of Entrepreneurship Research*. (págs. 437-471). Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Casson, M. (1991). *L'entrepreneur. Paris: Economica*. (Original en francés, 1982).
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Chile: Corporación de Investigación Tecnológica.
- CEPAL. (2010). *Panorama de la Gestión Pública en América Latina*. Chile: ILPES-CEPAL.
- Clark, B. (2007). *University Transformation for the Twenty-First Century*. World Conference on Higher Education.
- Chabaud, D., & Ngijol, J. (2004). La reconnaissance des opportunités de marche par l'entrepreneur: faut-il changer de perspective? *Association Internationale de Management Stratégique*, 1-19, obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/6465071.pdf>.
- Chan, K., & Mauborgne, R. (2004). *La Estrategia del Océano Azul*. España: Norma.
- Checkland, P. (1989). Soft System Methodology. *Human System Management*, 8(4), 273-289.
- Checkland, P. (2000). Soft System Methodology: A Thirty Year Restrospective. *System Research and Behavioral Science*, 17, S11-S58.
- Cobo, J. M. (2002). Aprendiendo de la experiencia. *Capital Humano*, 68-71.
- Colom, A., & Mélich, J. (1994). *Después de la modernidad. Nuevas filosofías de la educación*. Barcelona: Paidós.
- Comisión Europea. (2013). *Plan de acción sobre el emprendimiento 2020*. Bruselas: Comisión Europea.
- Contreras, R., & Eguia, J. (2016). *Gamificación en aulas universitarias*. Bellaterra : Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Coombs, P., Ahmed, M., & Israel, B. (1974). *Attacking Rural Poverty; How Nonformal Education Can Help*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Cordero, R. (2009). Relación maestro-alumno. *Oficina de Educación Virtual Universidad Autónoma Metropolitana de México*, 1, 1-4.

- Contreras, F., Barbosa, D., & Espinosa, J. (2010). Personalidad, inteligencia emocional y afectividad en estudiantes universitarios de áreas empresariales. Implicaciones para la formación de líderes. *Revista Diversitas. Perspectivas en Psicología*, 6 (1), 65-79.
- Cristancho, J., Díaz, A., & Useche, T. (2011). El rol del docente mediador en la era digital. En *UPEL, Desarrollo de procesos cognitivos y metacognitivos en educación* (págs. 79-100). Caracas: UPEL.
- Day, R. (2005). *Cómo escribir y publicar trabajos científicos (3ª ed.)*. Washington, D.C.: Organización Panamericana de Salud.
- Davis, P. (1998). *Management Cooperativista*. Argentina: Grandica.
- Dean, T., & McMullen, J. (2002). Market failure and entrepreneurial opportunity. *Academy of Management Proceedings*, F1-F6.
- De La Torre, S. (1997). *Innovación Educativa: El proceso de innovación*. Madrid: Dykinson.
- Ducker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Dulewicz, V., & Higgs, M. J. (1998). Emotional intelligence: can it be measured reliably and validly using competency data? *Competency*, 6 (1), 28-37.
- Eckhardt, J., & Shane, S. (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29. 333-349.
- Escudero, J. (1999). *Diseño, desarrollo e innovación del currículum*. Madrid: Síntesis.
- Etzkowitz, H. (1998). The Triple Helix as a Model of Innovation Studies. *Science and Public Policy*, 25(3), 195-203.
- Fayolle, A. (2008). Entrepreneurship education at a crossroads: towards a more mature teaching field. *Journal of Entreprising Culture*, 16(4), 325-337.
- Fidalgo, A. (2011). La innovación docente y los estudiantes. *La Cuestión Universitaria*, 7, 84-91.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: INTA.
- Gallego, A., & Martínez, E. (2001). Estilos de aprendizaje y E-Learning. Hacia un mayor rendimiento académico. *Revista De Educación a Distancia*, 3(7), 1-10.

- García, F. (1996). *El Análisis de la Realidad Social*. Madrid: Alianza Editorial.
- García, I., Amaro, R., & Brioli, C. (2012). La valoración del docente universitario en entornos virtuales: algunos descriptores claves. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 14(19), 205-226.
- Gradín, C., & Del Río, C. (2001). *La Medición de la Desigualdad*. España: Universidad de Vigo.
- Galvis, R. (2007). De un Perfil Docente Tradicional a un Perfil Docente Basado en Competencias. *Acción Pedagógica*, 16, 48-57.
- García, C. (2005). Una Aproximación al Concepto de Cultura Organizacional. *Universitas Psychologica*, 5(1), 163-174.
- Gartner, W. (1988). "Who is an entrepreneur" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 13, 11-31.
- Garzón, C. A., & Vivas García, M. (1999). Una didáctica constructivista en el aula universitaria. *Educere*, 5.
- Geertz, C. (1987). *La Interpretación de las Culturas*. Barcelona: Gediza.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2011). *Informe Ejecutivo*. Caracas: Centro de Emprendedores IESA.
- Goleman, D. (2006). *Inteligencia Social*. México: Planeta.
- González Soto, A. P. (2002). *Enseñanza, profesores y universidad*. Tarragona: Institut de Ciències de l'Educació-Universitat Rovira i Virgili.
- Günther, J., & Wagner, K. (2007). Getting out of the ivory tower-new perspectives on the entrepreneurial university. *European J. International Management*, 2(4), 400-417.
- González, C. (2003). Factores Determinantes del Bajo Rendimiento Académico en Educación Secundaria. (*tesis de doctorado*). España: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/4802/>.
- Guirao J., Olmedo, A., & Ferrer, E. (2008) El artículo de revisión. *Revista Iberoamericana de Enfermería Comunitaria*, 1, 1-6.
- Gutiérrez, A. (2008). El profesor como mediador o facilitador del aprendizaje. *Oficina de Educación Virtual Universidad Autónoma Metropolitana de México*, 2, 1-6.

- Jares, X. (1997). Micropolítica Escuela: El Lugar del conflicto en la organización escolar. *Revista Iberoamericana de Educación de la OEI*, 15, 53-73.
- Hammerman, D. (1994). *Teaching in the Outdoors*. Illinois: Interstate Publishers.
- Hara, B. (22 de mayo de 2016). Reflexive Pedagogy. Jesús y Mary School. Obtenido de <http://www.jmrab.edu.lb/index.php/jmnews/ah/1373-reflexive-pedagogy>.
- Hazy, J., Goldstein, J., & Lichtenstein, B. (2007). *Complex systems leadership theory: new perspectives from complexity science on social and organizational effectiveness*. Massachusetts: ISCE Publishing.
- Heimlich, J. (1996). *Adult Learning in Nonformal Institutions*. Columbus, Ohio: Eric Clearinghouse on Adult, Career and Vocational Education.
- Helm, J. (2004). *Projects That Power Young Minds*. Educational Leadership, 58-62.
- Hidalgo Capitán, A. L. (1998). *El Pensamiento Económico sobre Desarrollo*. España: Universidad de Huelva.
- Hurtado, I., & Toro, J. (1997). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de cambio*. Venezuela: Episteme Consultores Asociados.
- Jhonson, S., & Tunnccliffe, S. (2000). *Primary childrentalk about plants in the garden*. Annual Meeting of the National Association for Research Science Teaching.
- Katz, L. (2000). Another look that at what youg children should be learning. ERIC Digest. Clearinghouse on Elementary and Early Childhood Education, 1-8. Obtenido de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED430735.pdf>.
- Katz, L., & Chard, S. (2000). *Engaging Children's Minds: The Project Approach*. Stamford: JAI Press.
- Keynes, J. M. (2002). *The general theory of employment, interest and money*. Cambridge: MacMillan.
- Kuratko, D. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends and challenges. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 29(5), 577-597.
- Levie, J. (1999). *Entrepreneurship education in higher education in England: A survey*. Glasgow: University of Strathclyde.
- Lewis, D. (2008). Crossing the Boundaries between “Third Sector” and State: life-work histories from the Philippines, Blangaldesh and the UK. *Third World Quarterly*, 29(1), 125-141.

- Lewis, J. (2004). *La Profecía del Autocumplimiento y el Liderazgo*. México: McGraw Hill.
- Lopes, P. N., Brackett, M. A., Nezlek, J. B., Schütz, A., Sellin, I., & Salovey, P. (2004). Emotional intelligence and social interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1018-1034.
- Manzaner, A. (2002). La Negociación Como Solución a Situaciones Conflictivas. *Anuario de Psicología Jurídica*, 12, 129-140.
- McCullogh, W. (2008). El Liderazgo Perdurable. Una Conversación con David McCullogh. *Harvard Business Review*, 86, 36-40.
- Marchett's Penagos, L. E. (2010). *La emancipación a través del conocimiento como objetivo en el diseño curricular de programas de alfabetización*. Colombia: Red Capital de Bibliotecas Públicas de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Marshall, A. (2012). *Principles of economics*. London: McMillan.
- Mischel, W. (1973). Toward a cognitive social learning. Reconceptualization of personality. *Psychological Review*, 80(4), 252-283.
- Molina Ruiz, E. (2007). Escuela y educación fuera del aula: contribución de los escenarios exteriores al aprendizaje. *Revista Iberoamericana de Educación*, 44(4), 2-12.
- Molina Ruíz, E. (2008). Actividades educativamente valiosas y experiencias de aprendizaje en espacios exteriores al centro educativo. *Investigación Educativa*, 12(22), 71-98.
- Molina, E. (s/d). Organización de Experiencias Educativas en Contextos No Formales de Aprendizaje. Obtenido de http://mail.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_706/a_9470/9470.pdf.
- Mora, P. (1997). *La escuela del día de después*. San Cristóbal: Universidad de Los Andes.
- Moreno Rodríguez., J. (2010). Hacia una pedagogía emprendedora en educación superior. *Cuadernos Unimetanos*, 1-14.
- Montecinos, C. (2003). Desarrollo profesional docente y aprendizaje colectivo. *PsicoPerspectivas*, 3, 105-128.
- Morín, E. (2001). *Los siete saberes necesarios a la educación del futuro*. Caracas:

IESALC/UNESCO.

- Morin, E. (2004). Epistemología de la Complejidad. *Gazeta de Antropología*, 20, 1-14.
- Muñoz, J., & Olmos, S. (2010). Espacios abiertos y educación. Análisis e interpretación del lenguaje educativo de un espacio público. *Revista de Educación*, 352, 331-352.
- Myrdal, G. (1974). *La Pobreza de las Naciones*. Barcelona: Ariel.
- Narula, R., & Dunning, J. (2000). Industrial Development, Globalization and Multinational Enterprises: New Realities for Developing Countries. *Oxford Development Studies*, 28(2), 141-161.
- Ojeda Suárez, R. (2006). Gestión del conocimiento y desarrollo local. *En Carpio Benalcázar, Retos del desarrollo local (págs. 269-289)*. Quito: OFIS/ILDIS.
- Omaña G., J., & Pérez Díaz, O. (2011). Responsabilidad social de la universidad en el desarrollo integral de la frontera colombo-venezolana. *Propuesta operativa. Heurística*, 14, 181-185.
- Omaña, J. (2009). Las aulas virtuales como herramienta de aplicación de las nuevas tecnologías en el proceso enseñanza-aprendizaje. *Dialéctica. Revista de Investigación Educativa*, 97-107.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- Porter, M. (2003). The Economic Performance of Regions. *Regional Studies*, 37, 549-578.
- Piñeiro Otero, M., Martínez Caraballo, M., & Guillén Solórzano, E. (2014). A good equipment: the outdoor training and the rural tourism. *Revista de ocio y turismo*, 8, 77-83.
- Pozo, J. (1993). Psicología y didáctica de las ciencias de la naturaleza: ¿concepciones alternativas? *Infancia y Aprendizaje*, 62-63, 187-204.
- Prieto Herrera, J. E. (2012). *Gestión estratégica organizacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ramírez, D., & González, A. (2011). Modelo de acción docente para el desarrollo de prácticas pedagógicas con medios informáticos y telemáticos en el contexto aula. *Universitas Tarraconensis. Revista de Ciències de l'Educació*, 59-79.
- Ramis, M., Massero, M., Ferrer, V., & García, E. (2007). ¡No es fácil ser un buen jefe/a! Influencia de las habilidades comunicativas de la dirección sobre la

- motivación, la autoeficacia y la satisfacción de sus equipos de trabajo. *Revista Pedagógica del Trabajo y de las Organizaciones*, 23(2), 161-181.
- Ramsden, P. (1992). *Learning to teach in higher education*. London: Routledge.
- Reina Rubiano, E., & Contreras, F. (2014). *Emprendimiento y liderazgo*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. *Revisión de la literatura. Innovar*, 15(26), 73-89.
- Reyes, G. (2013). Ayuda Humanitaria y Desarrollo: Inclusión Social y Sostenibilidad. *Compendium*, 29, 67-96.
- Rivera, J. (2012). La Educación, entre la ciencia y la técnica. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 14(19), 151-174.
- Robbins, S. (1998). *Fundamentos de Comportamiento Organizacional*. México: McGraw Hill.
- Ruiz Bolívar, C. (2014). *La estrategia didáctica mediadora: una propuesta instruccional para el desarrollo de procesos cognitivos a través del contenido curricular*. Actas del 5to Encuentro Internacional de Educación y Pensamiento. Ponce.
- Ruiz i Tarrago, F. (1993). *Integration of information technology into secondary education: Main issues and perspectives*. IFIP Working Group.
- Salinas R., F., & Osorio B., L. (2012). Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 128-151.
- Sánchez, F. (2005). *Bicameralismo, senados y senadores en el cono sur latinoamericano*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials.
- San Nicolás, M. B., Fariña Vargas, E., & Area Moreira, M. (2012). Competencias digitales del profesorado y el alumnado en el desarrollo de la docencia virtual. El caso de la Universidad de La Laguna. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 14(19), 227-245.
- Say, J. B. (2001). *A treatise on political economy*. Canada: Batoche Books.
- Savoie Zajck, L., & Karsenti, T. (2000). *Introduction à la recherche en éducation*. Quebec: Éditions du CRP. Université de Sherbrooke.
- Schneier, C., Russell, C., Beatty, R., & Baird, L. (1994). *The training and development*

- sourcebook*. Amherst, Massachusetts: Human Resource Development Press.
- Sen, A. (1982). Rights and Agency. *Philosophy & Public Affairs*, 11(1), 3-39.
- Sen, A. (1999). *Desarrollo y Libertad*. Bogotá: Planeta.
- Sen, A. (2000). *Freedom, Rationality and Social Choice: Arrow Lectures and Other Essays*. Oxford: Clarendon Press.
- Sen, A., & Dréze, J. (1989). *Hunger and Public Action*. New York: Oxford University Press.
- Skinner, B. (1970). *Tecnología de la enseñanza*. Barcelona: Labor.
- Smircich, L. (1983). Concepts of culture and Organizational Analysis. *Administrativa Science Quaterly*, 28, 339-358.
- Stafford, B. (1972). *Brain of the Firm*. London: Penguin Press.
- Suarez Durán, M. (2007). Cultura de la modernidad/posmodernidad, implicaciones en la educación venezolana. Una mirada desde el ámbito universitario para la formación docente. *Universitas tarraconensis. Revista de ciències de l'educació*, 1, 177-191.
- Suárez Durán, M. E. (2000). Las corrientes pedagógicas contemporáneas y sus implicaciones en las tareas del docente y en el desarrollo curricular. *Acción Pedagógica*, 9(1-2), 42-51.
- Sureda, J., & Colom, A. (1989). *Pedagogía Ambiental*. Barcelona: Ceac.
- Taylor, E. (2010). *Cultural Institutions and Adult Education*. UK: Wiley.
- Thomas, H., Davyt, A., Gomes, E., & Dagnino, R. (1997). Racionalidades de la interacción universidad-empresa en América Latina (1955-1995). *Educación Superior y Sociedad*, 8(1), 83-110.
- Toca, C. (2011). *Perspectivas para el estudio de la realidad y la perdurabilidad de las organizaciones*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Uribe, M. (2005). El liderazgo docente en la construcción de la cultura escolar de calidad: un desafío de orden superior. *Revista PRELAC*, 1(1), 42-10.
- Valenzuela, S., & Correa, T. (2006). Prensa y Candidatos Presidenciales 2005. Así los Mostramos, así los Miraron. *Cuadernos de Información*, 19, 89-96.
- Valera, R. (2003). *Hacia una universidad con espíritu empresarial*. II Conferencia de

Investigación en Entrepreneurship en Latinoamérica. Viña del Mar.

- Valera Loza, D. (2010). La universidad emprendedora: nuevos retos en la educación superior. *Innovación & Emprendimiento*, 9-36.
- Vesga, L., & Vesga, J. (2012). Los docentes frente a la incorporación de las TIC en el escenario escolar. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 247-263.
- Vieluf, S., Kaplan, D., Klieme, E., & Bayer, S. (2012). Teaching Practices and Pedagogical Innovation: Evidence from TALIS, OECD Publishing. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1787/9789264123540-en>.
- Villalobos, A., & Melo, Y. (2009). El espacio abierto: una técnica didáctica facilitadora del desarrollo de competencias generales en la formación profesional superior. *Avalancao*, 14(3), 629-652.
- Warnick University, U. (2008). Open Space Learning Center (OSL). Disponible en http://www2.warwick.ac.uk/fac/cross_fac/iatl/activities/projects/osl-final/.
- Watson, D., & Tellegen, A. (1985). Toward a consensual structure of mood. *Psychological Bulletin*, 98, 219-235.
- Watson, D., & Clark, L.A. (1984). Negative affectivity: The disposition to experience aversive emotional states. *Psychological Bulletin*, 96, 465-490.
- Weaver, T. (1985). *Antropología y Experiencia Humana*. Barcelona: Omega.
- Zorob Avila, S. R. (2012). Estrategia curricular para la formación de la competencia de emprendimiento en negocios en redes universitarias. Pixel-Bit. *Revista de Medios y Educación*, 41, 149-161.

Ventajas e inconvenientes de la implementación de las normas internacionales de información financiera para pymes en Colombia

Advantages and disadvantages of the implementation of the
international financial information standards for pymes in
Colombia

Recibido: Junio 01 de 2017 - Evaluado: Septiembre 02 de 2017 - Aceptado: Diciembre 03 de 2017

Nubia Isabel Díaz Ortega*

Para citar este artículo / To cite this Article

Díaz Ortega, N. I. (Enero-Junio de 2018). Ventajas e inconvenientes de la implementación de las normas internacionales de información financiera para pymes en Colombia. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (71-84).

Resumen

Esta investigación se centra en realizar un breve análisis de las ventajas e inconvenientes que conlleva el proceso de implementación de Normas Internacionales en las empresas Pymes de Colombia, bajo la perspectiva del rol del contador público, quien busca coordinar y armonizar la información financiera para que sea compatible con las necesidades de inversión, en el contexto de la globalización de los mercados de capital actuales. La metodología utilizada fue la revisión y análisis documental dándoles siguiendo autores como García (2013), Rodríguez (2014) y Vásquez y Franco (2013), entre otros. Este estudio de carácter reflexivo utilizando el análisis

* Contador Público y Doctora en Administración. Profesora adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre de Colombia Seccional Cúcuta. Email: nubiai.diazo@unilibre.edu.co.

documental arrojó como resultado que las pymes en Colombia deben mirar en un sentido positivo los cambios producidos por las NIIF por las importantes ventajas que les proporciona. Concluyendo que los cambios introducidos por las NIIF son más favorables que sus desventajas.

Palabras Clave: NIIF, PYMES, Competitividad, Proceso de Adopción, Implementación

Abstract

This research focuses on a brief analysis of the advantages and disadvantages of the process of implementation of International Standards in the SME companies of Colombia, under the perspective of the role of the public accountant, who seeks to coordinate and harmonize financial information to be Compatible with the needs of investment, in the context of the globalization of the current capital markets. The methodology used was the revision and documentary analysis giving them following authors such as Garcia (2013), Rodríguez (2014) and Vásquez and Franco (2013), among others. This reflective study using documentary analysis showed that SMEs in Colombia should look positively at the changes brought about by IFRSs because of the important advantages it provides them. Concluding that the changes introduced by IFRS are more favorable than their disadvantages.

Key words: IFRS, SMB, Competitiveness, Adoption Process, Implementation

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II Plan de redacción. - 1. Las NIIF para PYMES en Colombia. - 2. Principales beneficios de las NIIF PYMES. - 3. Desafíos de la implementación de las NIIF PYMES. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Las Normas Internacionales de Información Financiera para pequeñas y medianas empresas NIIF- PYMES fueron emitidas formalmente en el 2010 por el Internacional Accounting Stándar Board, IASB (2013) como una norma autónoma de 230 páginas delineadas de acuerdo con las necesidades y capacidades de este grupo empresarial que en el mundo y en Colombia representa más del 95,00% del conjunto empresarial. Lo anterior, constituye para las empresas colombianas un tema de gran actualidad, en especial para aquellas ubicadas en el grupo 2 que no cotizan

en bolsa ni están obligadas a rendir información pública, ya que se encuentran en el periodo obligatorio de elaboración de sus primeros informes de estados financieros bajo las NIIF-PYMES.

Se advierte lo esencial que significa para las empresas su correcta aplicación, alrededor de cambio de enfoque en las prácticas contables han surgido dudas sobre sus beneficios convirtiéndose en un foco de análisis tanto empresarial como académico. Por consiguiente, en este contexto es importante realizar estudios sobre el tema que permitan analizar las ventajas e inconvenientes en la implementación de las NIIF en las pequeñas y medianas empresas. En función de ello, el presente estudio permite reflexionar, a partir del basamento teórico que soporta el tema, incluida la revisión de textos y otros documentos bibliográficos que contienen información sobre las variables de estudio, las cuales sirvieron de apoyo para el análisis que permitió plasmar la importancia, ante las organizaciones, del buen uso que debe dársele al proceso de implementación de las NIIF como apoyo vital para una correcta toma de decisiones. De igual forma, el análisis involucra el conocimiento, por parte de la autora, de las prácticas contables en pequeñas empresas, expresando las experiencias y conocimientos para finalmente establecer los puntos de vista o postura sobre el tema tratado.

Esta investigación se estructura en tres secciones, inicialmente describe como en Colombia se ha llevado a cabo el proceso de las NIIF para PYMES, luego explica los principales beneficios de la implementación de la NIIF, después sus principales desafíos y termina con las conclusiones.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes que conlleva el proceso de implementación de Normas Internacionales en las empresas Pymes de Colombia?

2. Plan de Redacción

2.1. Las NIIF para PYMES en Colombia

Los estándares internacionales tienen su antecedente en el país con la discusión iniciada por la ley 550 de 1999 pidiendo una revisión de las normas colombianas en

materia de contabilidad y por las recomendaciones del informe sobre la observancia de estándares y de códigos, llamado informe ROSC del Banco Mundial (2003) para los países que hacían parte del Fondo Monetario Internacional sobre las prácticas contables y auditoría en Colombia, el diagnóstico reveló la presentación de estados financieros con fines específicos y mostró el atraso en la incorporación de normas internacionales. El proceso ha sido lento y paulatino, sujeto a amplios debates, refutaciones, suspensiones y aplazamientos. No obstante, la ley 1314 de 2009 marcó un hito al progresar hacia la armonización de las normas colombianas con las internacionales. Posteriormente, se fueron reglamentando de acuerdo a una clasificación de empresas en tres grupos, para las empresas grandes las NIIF plenas grupo 1, para las pequeñas y medianas empresas la NIIF para Pymes grupo 2 y para las microempresas la contabilidad simplificada grupo 3.

La NIIF para PYMES fueron emitidas por IASB en el año 2009 adaptando las normas a este tipo de empresa, por tanto, realizó una versión reducida de las mismas para lo cual incluyó omisiones de temas no aplicables, simplificó criterios a la vez que incrementó excepciones y exenciones (International Accounting Estándar Board, 2013). La adopción de la NIIF para las Pymes por primera vez implica un sinnúmero de acontecimientos que van desde la aplicación de criterios contables, tales como el reconocimiento, medición, clasificación, presentación e información a revelar, como la adecuación de la estructura organizacional operativa, ya que necesariamente se deben modificar las competencias y funciones ejecutadas por los colaboradores que procesan y reportan la información financiera. A la par de lo anterior, es importante considerar el impacto financiero para la entidad al realizar cambios en la parte de los sistemas informáticos, ya que se deben hacer adecuaciones en el software contable y financiero.

Las pymes hacen parte importante de la economía colombiana, por tanto, ha merecido una clasificación realizada por la Ley de Reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales, Ley 590 del 2000, adicionada con la Ley 905 de 2004 de Promoción de las pymes. Son todas aquellas unidades económicas realizadas por una persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales o de servicios, rural o urbana. Las pequeñas empresas se definen como aquellas con activos con 501 a 5.000 salarios mínimo legales mensuales y tengan entre 11 y 50 empleos, mientras que las medianas empresas son aquellas empresas con activos entre 5.001 a 30.000 salarios mínimos legales mensuales y tengan entre 50 y 200 empleados y las microempresas o famiempresas con hasta 10 empleados y menos de 501 salarios mínimos legales mensuales de activos.

2.2. Principales beneficios de las NIIF PYMES

En ese sentido, las NIIF se consideran un instrumento esencial para el desarrollo de las empresas pues permiten su participación en el mercado internacional que exige la presentación de los estados financieros bajo NIIF, su adopción conlleva muchos beneficios (Casinelli (2011), Flórez (2010), International Federation of Accountants (2015), Organización Interamericana de Ciencias Económicas (2010)), de manera que algunas de sus principales ventajas se describen a continuación.

Para empezar, facilitan la comparabilidad de la información financiera, el inversionista tendrá un acceso más fácil y rápido a las oportunidades de inversión alrededor del mundo, para Cardozo (2014) significa apoyar la internacionalización de las relaciones económicas de las empresas y mejorar la relevancia de la información para los analistas (Istrate, 2015 y Turki, Wali, & Boujelbène 2017). Al hacer uso de las NIIF las empresas pueden cotizar en las bolsas de valores sin la necesidad de tener que conciliar sus estados financieros con los diferentes PCGA de cada país, eliminando una de las barreras para la circulación de capitales en el mundo. Otros estudios, como el de Platikanova & Perramon (2012), analizaron la relación entre la liquidez del mercado y la divulgación de la información financiera bajo NIIF en cuatro países europeos, sus resultados confirmaron una mejora en la comparabilidad, por ende, afecta directamente de manera positiva la liquidez del mercado.

Asimismo, en Latinoamérica se emprenden una serie de investigaciones en este tema, para ilustrar en veinte países del continente se documenta el proceso de convergencia denotando ciertas características que permiten encontrar mayor calidad de la información y comparabilidad (Vásquez Quevedo, Carril Márquez & Pascual García, 2013); el conjunto de características de la firma está relacionado con sus estados contables (Lorencini & Moraes da Costa, 2009).

Seguidamente mejoran la competitividad empresarial: Cuando las pymes abordan la etapa de transición hacia las NIIF inician con un proceso de planeación de la entidad en el cual se analizan todas las funciones del negocio, por lo tanto, se involucran diversas áreas de la empresa porque impactan la información financiera. De acuerdo con Higuera (2016), las NIIF cumplen un papel crucial para la competitividad de las empresas debido a las nuevas dinámicas de los mercados mundiales. Además, se revisan los contratos tanto en ejecución como los futuros, los impuestos, los controles internos y procesos, este exhaustivo estudio conllevaría a un beneficio importante para las pymes un mejoramiento de su estrategia empresarial (Jermakowicz, Reinstein, & Churyk, 2014).

Igualmente permiten el acceso al sistema financiero internacional en un mundo globalizado la contabilidad internacional proporciona una mejor información acerca de la realidad de la empresa lo que las hace indispensable para acceder al servicio de crédito extranjero. Según Humire (2008), las PYMES poseen niveles de financiamiento de terceros fundamentalmente del sistema financiero que requieren información contable confiable la cual se puede lograr a través de la aplicación de las NIIF para el desembolso de recursos ante la banca internacional e incluso se prevé a el corto plazo para la banca nacional, pues tienen entre sus cualidades que se obtiene una visión más completa sobre la situación de la empresa (García, 2013).

También proporcionan una mayor transparencia a los mercados de capitales generando una seguridad en los inversionistas promoviendo el crecimiento y desarrollo de los mismos con el aumento de la inversión. Para Yáñez, Pilar & González (2010) las NIIF contribuyen a mejorar la percepción internacional de las empresas como receptores de inversiones por una revisión más sencilla, oportuna y con mayor transparencia (Gómez, De la Hoz & De la Hoz, 2011; Beiruth, Lopes, Dal Ri, Feres, & Brugni, 2017 y Van Zijl, & Maroun, 2017).

Como último punto, aumentan la calidad de la información financiera (Nurul, Monem & Van Zijl (2016) y Oksana, (2016)) ya que al hablar de las NIIF se hace referencia a que reflejan la realidad económica de la empresa, este es, uno de los mayores aportes que las NIIF brindan a las organizaciones porque redundan con un impacto positivo en la toma de decisiones administrativas y financieras, como por ejemplo inversión o financiamiento. Las NIIF producen un salto significativo y cuantitativo en la calidad y cantidad de la información financiera (Jara & Abarca, 2009; Onali, Ginesti & Ballestra, 2017 y Baig & Ali, 2016).

2.3. Desafíos de la implementación de las NIIF PYMES

No obstante, así como las NIIF ofrecen grandes beneficios a las empresas también existen inconvenientes que dificultan la implementación de las normas.

En primer lugar, existe una diversidad de empresas en el grupo 2, en Colombia el 95,00% de las empresas son pymes, (Confecámaras, citado por el Consejo Técnico de la Contaduría, 2017) al respecto, el IASB dejó a criterio de cada país la definición de Pyme de acuerdo con la situación empresarial y el estado de la economía de cada país. En otras palabras, teniendo en cuenta las estrategias de crecimiento e internacionalización de la economía cada país podría decidir entre adopción, adaptación o convergencia de sus normas locales a NIIF (Consejo Técnico de la

Contaduría, 2015). En consecuencia, Colombia realizó una adopción incorporando en su legislación interna la normativa del marco internacional con la expedición del Decreto 3022 de diciembre 28 de 2013 haciendo un endoso pleno en la forma y el fondo de NIIF.

En la misma forma, la NIIF para PYMES en la sección 1 define en su párrafo 1.2 qué se entiende por pyme, para lo cual la empresa debe cumplir dos requisitos no tener obligación pública de rendir cuentas y debe publicar estados financieros con propósito de información general para usuarios externos. Sin embargo, muchas de las empresas clasificadas en el grupo de las NIIF para PYMES no realizan operaciones globales, no son estructuras organizacionales complejas y tampoco conviven con una competencia agresiva solo atienden el mercado local, según datos de Confecámaras (2016), para el año 2015 las pymes participan con el 8,00% del total de las exportaciones (US\$2.928 millones) y las microempresas contribuyen con el 1,00% de las ventas externas (USD\$501 millones).

El marco regulatorio aplicable a las NIIF PYMES las clasifica basándose en el nivel de activos, valor de ingresos y número de empleados, la determinación de estas empresas NIIF pymes atendiendo a Salazar Baquero (2011) debe considerar el interés público y no solo su tamaño. De ello puede inferirse, que se olvidaron de una gran diversidad de empresas en la cual se encuentran desde organizaciones muy estructuradas hasta pequeñas famiempresas que atienden necesidades de subsistencia, con poca capacidad de expansión, baja tecnología y una estructura organizativa informal. Cabe decir, que para estas empresas la aplicación de las NIIF es visto como un gran costo que implica un esfuerzo desproporcionado.

En segundo lugar, se registra un incremento en preparación de informes y mayor número de revelaciones Sugiyama & Islam (2016); la mayoría de las pymes colombianas son entidades muy pequeñas que no publican estados financieros con propósito general para usuarios externos, en los Fundamentos a las conclusiones de la NIIF para Pymes del International Accounting Stándar Board (2013), se observó que a diferencia de las empresas más grandes la forma como utilizan los estados financieros son generalmente para atender necesidades de información para uso exclusivo de los dueños gerentes, autoridades fiscales u organismos gubernamentales.

Además, en los países europeos surgió esta crítica durante los primeros años de aplicación la cantidad de trabajo adicional necesario para la correcta aplicación (Fronti, 2013) ante la exigencia de cumplir con todos los informes requeridos para diversos fines. En efecto, los estados financieros preparados bajo NIIF para PYMES

no cumplen la normatividad fiscal en el contexto colombiano implicando una doble carga de información en la empresa.

En tercer lugar, el aspecto cultural afecta los procesos de adopción de las NIIF (Ugrin, Mason & Emley, (2017) y Nurul, Monem y, Tareq & Van Zijl, (2016)), particularmente la resistencia al cambio significa pasar de una cultura contable basada en normas tributarias a una basada en normas financieras, (Maroun & Van Zijl, 2016). siguiendo una costumbre muy antigua la contabilidad local usa las normas tributarias, de hecho, los balances normalmente coinciden con la declaración de renta. Ciertamente es que, se ha observado en estudios en empresas peruanas una alta incidencia de aspectos fiscales y tributarios al momento de la preparación de los estados financieros en las empresas antes que una aplicación integral de las NIIF (Díaz, 2010). Al realizar la migración a NIIF requiere la aplicación de guías o estándares de carácter financiero (Coe & Delaney, 2013), una situación novedosa que se convirtió en un reto para las empresas y para los contadores. Para Vásquez y Franco (2013), los costos de adoptar las NIIF envuelven aspectos de impacto a los preparadores, auditores y reguladores, induciendo una importante resistencia al cambio. La conversión exitosa hacia las NIIF implica un compromiso a largo plazo que incluye motivación, comunicación y capacitación permanente a todos los empleados de la empresa para lograr un clima de confianza, así como una positiva actitud hacia las NIIF.

En cuarto lugar, el alto costo de implementación que supone la implementación de las NIIF requiere del desembolso de recursos significativos por parte de las PYMES. Por una parte, los costos aumentan por la contratación de consultoría de profesionales experimentados en el tema con el propósito de apoyar el proceso de implementación y, por otra parte, en la modernización del software debido a la reorganización de los datos aplicando una manera diferente de compilación, igualmente, por tener la capacidad de producir dos clases diferentes de reportes con NIIF y bajo normas colombianas. En investigación realizada para firmas australianas Pawsey (2017) obtuvo dentro de los resultados una percepción de incremento del 20,00% o más de los costos de las firmas que realizaron la adopción de las NIIF.

Desde otra perspectiva, en los países más desarrollados como por ejemplo en los Estados Unidos la Comisión de Valores Estadounidense recopiló datos de multitud de empresas que se preocuparon por los altos costos de la conversión a NIIF comparado con los beneficios directos que trae la adopción. Según Cortijo (2013) esta consideración está expresada para grandes empresas, mientras que este asunto es muy diferente para las pequeñas y medianas empresas que cuentan con menos recursos humanos y financieros para abordar el proceso de implementación.

En quinto lugar, la capacitación del recurso humano es otro factor que juega un papel muy importante es que las pymes no cuentan con una política integral de desarrollo en donde se incorporen estrategias claves como la capacitación de su recurso humano. La capacitación sobre NIIF debe ser dirigida de manera permanente a todos los miembros de la empresa, pero muy especialmente recaer en el contador que es el líder natural del proceso y es vital como usuario permanente de la normativa contable. A pesar, de que puedan diseñarse amplias campañas de promoción y sistemas confiables de información la falta de un conocimiento adecuado e idóneo por parte de los profesionales de la contaduría sobre tema es un problema de fondo que impediría propiciar unos buenos procesos de implementación.

En sexto lugar, el compromiso de la alta dirección con las NIIF dado que no son un tema exclusivo del contador, con frecuencia en las PYMES se encuentran administradores con poca conciencia que no han comprendido la importancia del tema, investigaciones realizadas en empresas argentinas y chilenas muestran el comportamiento discrecional de la gerencia en la transición a las NIIF (Verón & Marcolini, 2016), también en países como los Estados Unidos (Bierstaker, Kopp, & Lombardi 2016) y en Australia (Kabir, & Rahman, 2016).

Por otra parte, la adopción es considerada como un proceso integral que afecta a la totalidad de la empresa donde el compromiso y conocimiento por parte de los responsables de la administración será un factor clave en el éxito de la implementación. Rodríguez (2014), indica que se presentan cambios en el negocio, sistemas, procesos contables, controles. En la alta dirección nacen decisiones trascendentales relacionadas con las políticas contables, procesos y procedimientos de las empresas relacionadas con la información financiera y varios aspectos de su gestión se han visto afectados por las NIIF (Procházka, (2016) y Kouaib & Jarboui (2017)).

Conclusiones

Las NIIF para PYMES, la norma que se debe utilizar para las medianas y pequeñas empresas, está dividida en 35 secciones, redactada en un lenguaje más sencillo y funcional, se fundamenta en principios más que en reglas; mientras las NIIF plenas tienen sus conceptos para cada situación, la IASB reforzó con guías, y notas adicionales explicativas, de forma tal que el usuario pueda entender de manera fácil el tema, que en nuestro país es totalmente nuevo.

Actualmente existen dificultades en la implementación de las NIIF en el corto plazo como sus altos costos, el incremento de trabajo, la resistencia al cambio, entre otros, que podrían irse superando con la participación activa de las pymes ante los

organismos responsables para que las acompañen con una estrategia de capacitación masiva, permanente y a bajo costo.

Este sería un punto de partida para empezar a tomar conciencia de que los beneficios futuros de la conversión lo justifican, las pymes colombianas deben ver en las NIIF una oportunidad para fortalecerse ganando espacio en el mercado globalizado, tomar las múltiples ventajas que proporcionan como la comparabilidad, la calidad y la transparencia de la información para convertir la información financiera en una herramienta de posicionamiento para este grupo importante de empresas en el exterior. Para terminar, los estándares internacionales de contabilidad e información financiera no pueden seguir siendo estigmatizados como un elemento aislado de la sustantividad económica. Así sea que para las Pymes se simplifiquen sus normas contables con eliminaciones de aspectos que no son relevantes por su tamaño, estas organizaciones no pueden desligarse de los mercados mundiales, por tanto, sus estados financieros que interesan a muchos usuarios deben seguir los procedimientos exigidos para la presentación de la información recabada en ellos.

Referencias

- Cardozo, H. (2014). IFRS/NIIF para el sector solidario. Aplicadas a las PYMES. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Casinelli, H. (2011). Reflexiones acerca del alcance de la NIIF para las PYMES. Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 93, 26-29.
- Baig, M., & Ali, S. (2016) Impact of IFRS on Earnings Management: Comparison of Pre-Post IFRS Era in Pakistan. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 230, 343-350.
- Banco Mundial. (2003). Informe sobre la Observancia de Estándares y de Códigos (ROSC). Colombia. Disponible en <http://www.juanfernandomejia.8m.com> y www.adecum.org/internacional. Consultado el 15 de febrero de 2017.
- Beiruth, A., Lopes L., Dal Ri, F., Feres, J., & Brugni, T. (2017). Structural changes in covenants through the adoption of IFRS in Brazil, Accounting Forum. Disponible en: (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0155998216300394>). Consultado el: 8 de julio de 2017.
- Bierstaker, J., Kopp, L., & Lombardi, D. (2016). Are financial professionals ready for IFRS? An exploratory study. Advances in Accounting, 35, 1-7.

- Coe, M., & Delaney, J. (2013). Trabeck prepares for IFRS: An IFRS case study. *Journal of Accounting Education*, 31(1), 53-67.
- Consejo Técnico de la Contaduría, (2017). Sistema de Contabilidad para microempresas en Colombia. Disponible en: http://www.ctcp.gov.co/_files/documents/1490110936-4354.pdf. Consultado el 5 de marzo de 2017.
- Consejo Técnico de la Contaduría (2015). Documento de Orientación Técnica 005. Adopción por primera vez de las NIIF para PYMES. Disponible en: http://www.ctcp.gov.co/_files/documents/DOC_CTCP_68QK3_192.pdf. Consultado: el 5 de marzo de 2017
- Confecámaras (2016). Perfil y sofisticación de las empresas exportadores colombianas. Disponible en: http://www.confecamaras.org.co/phocownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%00D0%B0lisis_Economico_N_10.pdf. Consultado el: 27 de febrero de 2017.
- Cortijo, V. (2013). Posición de la Comisión de Valores Estadounidense ante las NIIF. *Boletín Económico del ICE*, 3043, 57-64.
- Decreto 3022 (2013). Marco técnico normativo de información financiera. *Diario Oficial de Colombia*, 49.016. Julio 27, 201.
- Díaz, O. (2010). Estado actual de la aplicación de las NIIF en la preparación de estados financieros de las empresas peruanas. *Revista Contaduría y Negocios*, 5, 5-28.
- Flórez, G. (2010). Las NIIF para PYMES en Latinoamérica. República Dominicana: Asociación Interamericana de Contabilidad.
- Fronti, I. (2013). Introducción a las Normas Internacionales de Información Financiera. Editorial. México: Alfaomega.
- García, I. (2013). Introducción a las NIIF. Ejercicios y casos reales en la web. México: Alfaomega.
- Gómez, O., De la Hoz, A., & De la Hoz, B. (2011). Armonización de las NIC/NIIF en las prácticas contables de entes emisores no financieros que cotizan en la Bolsa de Valores de Caracas. *Revista Contaduría y Administración*, 233, 155-181.
- Higuera, J. (2016). Convergencia a las NIIF: un cambio hacia la competitividad. *Boletín UAMF. Boletín de Coyuntura*, 6. Disponible en: <http://www.fce.unal.edu.co/boletines/uamf/boletin6/002.pdf>. Consultado el 21 de febrero de 2017.
- Humire, G. (2008). Necesidad de una norma internacional de información financiera

- para Pymes en Perú. *Revista Contabilidad y Negocios*, 6, 5-9.
- International Accounting Estándar Board (2013). NIIF para PYMES. Disponible en: http://www.ifrs.org/IFRS-for-SMEs/ED-October-2013/Documents/ED_2013-9_ES_website.pdf. Consultado el: 7 de marzo de 2017.
- International Federation of Accountants (2015). El uso de las NIIF para PYMES en América Latina y el Caribe: un breve análisis. Disponible en: <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/business-reporting/discussion/el-uso-de-la-niif-para-las-pymes-en-am-rica>. Consultado el 18 de febrero de 2017.
- Istrate, C. (2015). On the Translation in Romanian of IAS/IFRS. *Procedia Economics and Finance*, 20, 308-315.
- Jara, L., & Abarca, C. (2009). Primera aplicación en Chile del estado de resultados integrales. Una aproximación a sus principales componentes y características. *Revista Capic Review*, 7, 13-22.
- Jermakowicz, E., Reinstein, A., & Churyk, N. (2014). IFRS framework-based case study: DaimlerChrysler – Adopting IFRS accounting policies. *Journal of Accounting Education*, 32(3), 288-304.
- Kabir, H., & Rahman, A. (2016). The role of corporate governance in accounting discretion under IFRS: Goodwill impairment in Australia. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 12(3), 290-308.
- Kouaib, A., & Jarboui, A. (2017). The mediating effect of REM on the relationship between CEO overconfidence and subsequent firm performance moderated by IFRS adoption: A moderated-mediation analysis. *Research in International Business and Finance*, 42, 338-352.
- Ley 550 Reactivación empresarial y la reestructuración de los entes territoriales 1999. *Diario Oficial*, 43.836, 30 de diciembre de 1999 y 43.940, 19 de marzo de 2000.
- Ley 590 Promoción de las pymes 2000. *Diario Oficial de Colombia*, 44.078. Julio 12 de 2000.
- Ley 905 Promoción de las Pymes 2004. *Diario Oficial de Colombia*, 45.628 Agosto 2 de 2004.
- Ley 1314 Convergencia Contable 2010, *Diario Oficial de Colombia*, 47.409 Julio 13, 2010.

- Lorencini, F., & Moraes Da Costa, F. (2011). Escolhas contábeis no Brasil: identificação das características das companhias que optaram pela manutenção versus baixa dos saldos do ativo diferido. *Revista Contabilidade Financiera*, 23(58), 52-64.
- Maroun, W., & Van Zijl, W. (2016). Isomorphism and resistance in implementing IFRS 10 and IFRS 12. *The British Accounting Review*, 48(2), 220-239.
- Nurul, M., Monem, R. Tareq, M., & Van Zijl, T. (2016). Secrecy and the impact of mandatory IFRS adoption on earnings quality in Europe. *Pacific-Basin Finance Journal*, 40, 476-490.
- Nurul, M., Monem, R., & Van Zijl, T. (2016). The economic consequences of IFRS adoption: Evidence from New Zealand. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 27, 40-48.
- Organización Interamericana de Ciencias Económicas (2010). NIIF para PYMES. Disponible en: <http://www.nicniif.org/home/talleres-para-formacion/presentaciones-niif-para-pymes.html>. Consultado el 1 de marzo de 2017.
- Onali, E., Ginesti, G., & Ballestra, L. (2017). Investor reaction to IFRS for financial instruments in Europe: The role of firm-specific factors. *Finance Research Letters*, 21, 72-77.
- Oksana, K. (2016). The IFRS Adoption Reform through the Lens of Neoinstitutionalism: The Case of the Russian Federation. *The International Journal of Accounting*, 51(3), 345-362.
- Platikanova, P., & Perramon, J. (2012). Consecuencias económicas de la adopción por primera vez de las NIIF en Europa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 156, 497-520.
- Pawsey, N. (2017). IFRS adoption: A costly change that keeps on costing. *Accounting Forum*, 41(2), 116-131.
- Procházka, D. (2016). Specifics of IFRS Adoption by Czech Private Companies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 220, 363-372.
- Rodríguez, C. (2014). Estado de Situación Financiera de Apertura para NIIF PYMES. ¿Qué hacer y cómo hacerlo? Medellín: Instituto Colombiano de Estudios Fiscales.
- Salazar Baquero, E. (2011). Análisis de las implicaciones no financieras de la aplicación de las NIIF para PYME en las medianas entidades en Colombia.

Revista Cuadernos de Administración, 12(30), 211-241.

- Sugiyama, S., & Islam, J. (2016). Empirical findings from the reconciliations in the first IFRS compliant reports prepared by Japanese-owned subsidiaries in Australia. *Advances in Accounting*, 35, 143-158.
- Turki, H., Wali, S., & Boujelbène, Y. (2017). Adoption obligatoire des IFRS et asymétrie d'information dans le contexte français: effet modérateur de l'endettement. *La Revue Gestion et Organisation*, 9(1), 63-78.
- Ugrin, J., Mason, T., & Emley, A. (2017) Culture's consequence: The relationship between income-increasing earnings management and IAS/IFRS adoption across cultures. *Advances in Accounting*, 37, 140-151.
- Van Zijl, W., & Maroun, W. (2017). Discipline and punish: Exploring the application of IFRS 10 and IFRS 12. *Critical Perspectives on Accounting*, 44, 42-58.
- Vásquez, R., & Franco, W. (2013). El ABC de las NIIF. Guía básica de preguntas y respuestas para la implementación de las IFRS-NIIF. Bogotá: Legis Editores.
- Vásquez Quevedo, M., Carril Márquez, M. A., & Pascual-García, M. (2013). Convergencia y adopción de NIIF en Latinoamérica: un análisis de afinidad. *Revista Contabilidad y Auditoría Investigaciones en Teoría Contable*, 38, 55-103.
- Verón, C., & Marcolini, S. (2016). El balance de transición a NIIF en las empresas argentinas y chilenas: la relación entre los ajustes obligatorios y los ajustes voluntarios. *Revista Fundamentos*, 11, 11-42.
- Yáñez, V., Pilar, F., & González, C. (2010). Impacto de las IFRS en la valoración de las empresas: evidencia para una muestra de empresas chilenas cotizadas. *Revista Activos*, 15, 135-162.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5, 2018. p.p. 85 - 101
ISSN 2539-3669
Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Tácticas políticas y poder: aplicaciones en el contexto universitario
Edixon Chacón Guerrero
Rolando Eslava Zapata
Andersson Martínez Nieto

Tácticas políticas y poder: aplicaciones en el contexto universitario*

Political tactics and power: Applications in the university context

Recibido: Junio 06 de 2017 - Evaluado: Septiembre 07 de 2017 - Aceptado: Diciembre 08 de 2017

Edixon Chacón Guerrero**
Rolando Eslava Zapata***
Andersson Martínez Nieto****

Para citar este artículo / To cite this Article

Chacón Guerrero, E., Eslava Zapata, R., & Martínez Nieto, A. (Enero-Junio de 2018). Tácticas políticas y poder: aplicaciones en el contexto universitario. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (85-101).

Resumen

Este artículo tiene el propósito de analizar las tácticas políticas utilizadas por los docentes en las universidades a fin de lograr el ascenso laboral. Siguiendo un estudio cuantitativo se diseñó un cuestionario con las tácticas políticas: “utilizar

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto de investigación vinculado a la Maestría en Administración Mención Gerencia de la Universidad de los Andes de Venezuela.

** Profesor Titular de la Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” – Táchira - Venezuela. Doctor en Psicología obtenido en la Universidad Autónoma de Madrid, en el programa de Metodología de las Ciencias del comportamiento. Email: edixon.chacon@gmail.com.

*** Profesor Asociado de la Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” – Táchira - Venezuela, Licenciado en Contaduría Pública, Licenciado en Administración y Magister en Ciencias Contables obtenidos en la Universidad de Los Andes - Venezuela. Diploma de Estudios Avanzados y Doctor en el programa de “Nuevas tendencias en administración de organizaciones” obtenidos en la Universidad Complutense de Madrid. Postdoctorado en “Desarrollo Humano” obtenido en la Universidad de los Andes - Venezuela. Email: rolandoeslava@gmail.com.

**** Profesor Asociado de la Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” – Táchira - Venezuela. Licenciado en Administración y Magister en Administración mención Gerencia obtenidos en la Universidad de los Andes – Venezuela. Email: anieto61@hotmail.com.

la información como un arma política”, “crearse una imagen favorable” y “formar coaliciones de poder”. El cuestionario estuvo integrado por doce (12) afirmaciones en la escala de Likert. La muestra de estudio estuvo conformada por setenta y siete (77) profesores a “tiempo completo” y “dedicación exclusiva” de la Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” - Táchira – Venezuela. Los resultados permitieron concluir que las tácticas políticas en estudio son usadas por los profesores en el contexto universitario para lograr el ascenso laboral; asimismo, se evidencia que entran en juego la política y el poder para configurar el comportamiento político de los profesores.

Palabras Clave: Tácticas Políticas, Poder, Ascenso Laboral, Universidad

Abstract

This article is intended to analyze the political tactics used by teachers in universities in order to achieve job promotion. Following a quantitative study, a questionnaire was designed with political tactics: “use information as a political weapon”, “create a favorable image” and “form coalitions of power.” The questionnaire consisted of twelve (12) statements on the Likert scale. The study sample consisted of seventy-seven (77) professors at “full-time” and “exclusive dedication” of the University of Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” - Táchira – Venezuela. The results led to the conclusion that the political tactics under study are used by professors in the university context to achieve job promotion; it is also evident that the politics and the power to shape the political behavior of teachers come into play.

Key words: Political Tactics, Power, Labor Promotion, University

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. Poder. - 2. Comportamiento político. - 3. Táctica política. - 4. Resultados de investigación. - 4.1 Utilizar la información como arma política. - 4.2 - Crearse una imagen favorable. 4.3. Formar coaliciones de poder. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

El hombre está inmerso en un sinfín de relaciones sociales que determinan su conducta y vida. El mundo global en el que estamos inmersos promueven relaciones que afectan todos los ámbitos sociales, más aún, con las tecnologías de la

información se genera una aldea virtual en la que los seres humanos deben buscar como satisfacer sus necesidades. El conjunto de todas las relaciones sociales se ordena a través de la actividad política y, la actividad política requiere del poder a fin de lograr la obediencia de las personas (Bouza Brey, 1991).

La política es una forma de acceder al poder, es la manera de gobernar las situaciones sociales (Bouza Brey, 1991). En la política se da una mezcla de consensos y conflictos dada una relación entre dominantes y dominados (Bouza Brey, 1991). Existen grupos sociales como la familia donde la política no tiene cavidad mientras que otros grupos como los sindicatos la política se tiene cavidad (Leftwich, 1987). La política y el poder se manifiesta de distintas maneras en la organización; todo depende de la forma administrativa, sea esta horizontal o vertical. Las relaciones de poder suponen acciones de fuerza que van adquiriendo forma y se legitiman en la organización a causa de agentes que demandan obediencia y manifiestan el interés de ocupar posiciones importantes en la estructura organizativa.

Las personas en la organización son conscientes que en el interior de la organización surgen luchas internas a causa del ejercicio del poder y las políticas seguidas para lograr la obediencia, el control y el ascenso laboral (Álvarez Sánchez, 2010). El poder es la capacidad de una instancia de hacer que otros realicen la acción encomendada e influenciar en su conducta. El poder se manifiesta en las organizaciones y fundamentalmente se debe a la naturaleza política de esta, debido a la distribución de la autoridad. A través del estudio del poder se puede llegar a comprender el funcionamiento de las estructuras organizacionales y su dinámica interna (Daudi, 1986). Al hablar de poder se hace referencia a los medios utilizados para garantizar el orden y lograr unos fines concretos.

La política es el arte de dirigir acciones para mantener el poder y garantizar los intereses de una o varias personas (Estrada Mesa, 2012). En las organizaciones existen actores políticos que interactúan entre sí y forma grupos de coalición, dando vida a un proceso político. A través de las interacciones que se dan entre los miembros de la organización unas personas actúan sobre otras para perseguir sus fines. En los últimos años las organizaciones viven una dinámica que exige de los gerentes el establecimiento de tácticas políticas a fin de alcanzar los propósitos. El presente artículo tiene por objetivo analizar las tácticas políticas utilizadas por los docentes universitarios a fin de lograr el ascenso laboral. Para ello, se estudian las tácticas políticas: “utilizar la información como arma política”, “crearse una imagen favorable” y “formar coaliciones de poder”.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

Considerando que en las universidades entran en juego intereses y estrategias políticas para lograr el ascenso laboral, en esta investigación se plantea la siguiente interrogante de investigación:

¿Cómo se llevan a cabo las tácticas políticas utilizadas por los docentes universitarios para lograr el ascenso laboral?

2. Metodología

En esta investigación se siguió un enfoque cuantitativo a fin de analizar el comportamiento de las variables relacionadas con las tácticas políticas en el contexto universitario. En este sentido, la muestra estuvo integrada por setenta y siete (77) profesores a “tiempo completo” y “dedicación exclusiva” de la Universidad de Los Andes “Dr. Pedro Rincón Gutiérrez” – Táchira-Venezuela.

Se diseñó un cuestionario para conocer las opiniones sobre las tácticas políticas: “utilizar la información como un arma política”, “crearse una imagen favorable” y “formar coaliciones de poder”. el cuestionario está integrado por doce (12) afirmaciones en la escala de Likert de cinco puntos donde uno (1) es el valor más bajo y cinco (5) es el valor más alto (Totalmente en Desacuerdo, en Desacuerdo, Ni en Acuerdo ni en Desacuerdo, De Acuerdo y Totalmente de Acuerdo). Los datos son analizados con el software estadístico SPSS.

3. Plan de redacción

3.1. Poder

Los miembros de una organización comparten relaciones personales que pueden estar basadas en el uso del poder (Mumby, 2001) el cual está presente en todas partes y en todo momento (Giraldo Díaz, 2006). El uso del poder supone la imposición de la voluntad en una relación para lograr la obediencia; así, en las organizaciones el poder puede derivar de las facultades relacionadas con el cargo que se ocupa y el poder derivado del rol personal de quien ocupa el cargo. El estudio sobre el poder viene desde Aristóteles y ha sido abordado en disciplinas

diversas como la sociología, la psicología social y la ciencia política. Marx y Weber explicaron el poder desde la óptica de la división del trabajo. Marx (1962) estudia las formas capitalistas de producción y rechaza los modelos económicos burgueses; por su lado, Weber (1947) se centra en el estudio la sociedad occidental y plantea algunas diferencias entre la autoridad burocrática y la tradicional.

Weber (1947) plantea que la dominación es innata a la organización y el poder es innata a la empresa; asimismo, sostiene que la dominación es un estado en el que algunos agentes sociales manifiestan un mandato sobre otros agentes sociales, lo que genera una relación dominador - dominado. Algunos ejemplos de la dominación desde el punto de vista Weberiano se encuentran en los sindicatos y los partidos políticos. Weber hace una distinción del poder de hecho y poder de derecho; el primero es un poder que se ejerce usando las capacidades personales para influir en otros y el segundo es el poder legítimo, regulado por normas. Weber identificó que el poder se puede legitimar de tres formas: de forma racional a través de ordenamientos legales establecidos; de forma tradicional a través de estamentos de carácter sagrado y de forma carismática a través de cualidades personales.

Los seguidores de Marx evolucionaron en diferentes grupos, tales como la Escuela de Frankfurt, la escuela neomarxistas y la escuela estructuralista; por su lado, los seguidores de Weber evolucionaron en la teoría burocrática. Las investigaciones sobre el poder en la década de los setenta tuvieron un punto de vista reduccionista; los trabajos ubicaron al poder en un sistema burocrático y cerrado. Algunos estudios se centraron en el estudio de la política en las instituciones del gobierno, siendo el individuo la principal unidad de análisis, dado que, la política se comienza a considerar como parte de la conducta humana. La política está presente en todos los sistemas sociales (March & Simon, 1958 y Mumby, 2001) y se manifiesta de distintas formas creando subsistemas políticos (Leftwich 1987 y Young, 1986).

Para el siglo XX comienzan a surgir estudios sobre el poder separando la postura política del individuo. El poder desde la derecha se integra al marco jurídico y el poder desde la izquierda se integra en la estructura del Estado (Foucault, 1992). Por ejemplo, Young (1986) estudió la política desde la óptica institucional y consideró al Estado y las estructuras de gobierno en el extremo de la derecha (Foucault, 1992). Según Young (1986) la ciencia política es la ciencia del Estado y se centra en los asuntos del gobierno. La política se centra en el gobierno y en los puntos de vista de discusión entre los hombres; de ahí, el interés del Estado en diseñar reglas a fin de resolver los conflictos de la sociedad (Leftwich, 1984).

El poder ha sido tratado en la sociología, en la ciencia política y en la administración (Álvarez Sánchez, 2010). En la administración el poder ha sido ejercido de forma racional y, las decisiones pasan por un proceso político en el que participan grupos con intereses diversos y recursos escasos (Andrew, 1967 y Mumby, 2001). Las personas actúan estratégicamente para lograr promociones y ocupar puestos claves en la organización (Martínez Nieto, Eslava Zapata, Chacon, Zambrano & González, 2017) y, en este proceso intervienen factores psicológicos (Andrew, 1967) y factores sociales (Thompson, 1967).

Foucault (1991) señala que el poder supone la modificación de ciertas acciones llevadas a cabo de unos sujetos sobre otros sujetos en un “campo de posibilidades”. Para Foucault (1991) el ejercicio del poder puede llevar a la confrontación y a la desobediencia y puede requerir de un sistema de diferenciaciones, objetivos, medios, formas de institucionalización y grados de racionalización. En las organizaciones el poder se manifiesta en las relaciones de los jefes y subordinados tanto en las estructuras organizacionales horizontales y verticales. Las organizaciones gestionan recursos financieros, humanos y conocimiento y, en la actualidad, gestionan el desarrollo científico y tecnológico el cual se ha convertido en una pieza clave que influye en las relaciones de poder (Álvarez Sánchez, 2010). De ahí, que el poder se puede entender como las relaciones sociales donde operan intereses y conflictos diversos (Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción al Desarrollo, 2011).

El poder está relacionado con la posibilidad de imponer la propia voluntad y lograr la obediencia de otros. El poder puede provenir de las facultades asignadas en la organización o por el mismo ejercicio del poder. El ejercicio del poder puede estar determinado por: la actuación burocrática en la que se consideran fundamentalmente las normas y el rol desempeñado; la actuación delegada en la que se consideran las normas cedidas; la actuación con autoridad en la que se consideran las habilidades personales; la actuación con liderazgo la cual está vinculada a la capacidad personal de hacer que los demás realicen las actividades y, la actuación con influencia que está relacionada con la capacidad de inducir a otros para que actúen de determinada manera. El poder puede ser coercitivo, con el cual la obediencia se logra con la amenaza y la privación, por ejemplo la relación entre el Estado y los ciudadanos cuando aquél monopoliza poder; el poder persuasivo, en el que la obediencia se logra con la unificación de preferencias, por ejemplo la relación entre los partidos políticos y sus miembros y; el poder retributivo, con el cual la obediencia se logra mediante una relación de intercambio y de utilidad, por ejemplo la relación entre empresas y trabajadores en una economía de mercado (Bouza Brey, 1991).

3.2. Comportamiento político

El comportamiento político comprende las acciones conductuales llevadas a cabo por unas personas a fin de influir en otras en asuntos públicos y otros aspectos sociales (García Nuñez del Arco, 2006); de ahí que su estudio recae en manos de la psicología política (Pettigrew, 1973). En la actualidad el comportamiento político debe ir acompañado de la ética, de modo que la conducta humana se desarrolle bajo principios morales públicos (Alarcón Menchaca, 2012). El comportamiento político conlleva al uso de tácticas políticas (Devrim Yılmaz, 2014), y en algunos casos, la prevalencia de intereses personales sobre los grupales (Valle & Perrewe, 2000).

En las organizaciones el comportamiento político se manifiesta en la política organizativa, la cual busca influir en otras personas (Allen, Madison, Porter, Renwick & Mayes, 1979) a fin de lograr el poder (Cavanagh, Moberg & Velásquez, 1981) y obtener los resultados deseados (Pfeffer, 1981). La política organizativa precisa del diseño de acciones las cuales deben estar previamente aprobadas (Ferris, Fedor, Chachere & Pondy, 1989 y Greenberg & Baron, 1997); con el firme propósito de controlar algunos medios sociales formales e informales (Drory & Romm, 1990 y Ferris, Perrewe, Anthony & Gilmore, 2000) para lograr los fines políticos propuestos (Zivnuska, Kacmar, Witt, Carlson, & Bratton, 2004 y Drory & Romm, 1988).

El comportamiento político representa una línea de acción en la política el cual está determinado por elementos tales como la personalidad o la situación del entorno. Por ejemplo, en la actualidad se observa como los políticos con la intención de ganar el apoyo del electorado están usando con más fuerza las redes sociales a fin de promover las propuestas electorales (Guerra & Villalpando, 2015). El político en la medida de lo posible debe procurar tener un comportamiento ético cumpliendo con el deber y actuando de forma responsable; es decir, siguiendo unos principios sanos en cada acto; de ahí, que el político debe ser una persona prudentes, ecuanímes, justas y sabias al tomar las decisiones.

La idea es que el político haga el bien a la sociedad haciendo las cosas del mejor modo posibles (Aristóteles, 1982). En el comportamiento político entran en juego otros factores determinantes a fin de atraer al electorado, por ejemplo, la imagen del político, las coaliciones y las actitudes (Bedoya Marulanda, 2015). Al respecto, existen factores individuales que influyen en el comportamiento político, tales como los roles de padre o líder comunitario, los cuales van a delinear el comportamiento y determinar las actitudes con las demás personas (Bedoya Marulanda, 2015).

El político debe ser consciente de que el votante también tiene un comportamiento político que puede estar determinado por las expectativas y emociones que sienten hacia el candidato. También, hay otros factores que influyen en el comportamiento político del votante, por ejemplo, la edad, el género, el nivel socio-económico o la educación (Brussino, Alonso & Imhoff, 2015). El político que quiere sumar votantes, debe mantener un comportamiento moral y responsable (Bustos Gisbert, 2007).

3.3. Táctica política

En las organizaciones existen juegos de estrategias políticas entre jefes y subordinados a fin de lograr obediencia (Álvarez Sánchez, 2010). El ejercicio de poder se da en cualquier posición, se puede potenciar entre unos y otros o se puede fragmentar (Calveiro, 2005). Las tácticas políticas obedecen a las acciones para lograr los objetivos y neutralizar a los oponentes, de manera que están vinculadas a factores sociales, alianzas y recursos (Díaz Jiménez, 2015). Las tácticas políticas obedecen al objetivo de influir en algunas personas para que apoyen las acciones emprendidas y; las acciones van a depender de las alianzas y recursos disponibles para llevarlas a cabo (Alfaro, 2016). Los actores de una organización a través de las tácticas políticas muestran su poder de negociación para lograr a concretar las acciones propuestas (Allen et al., 1979).

Las tácticas políticas permiten influir en la conducta de otras personas, haciendo buen uso del poder y de otros mecanismos de control. Las tácticas políticas pueden estar determinada por un comportamiento proactivo o un comportamiento reactivo de la persona que la practique (Martínez Nieto et al., 2017). El comportamiento proactivo se asocia a personas que asumen responsabilidad y tienen un gran interés por la sociedad; al respecto Salessi y Omar (2017: 82) plantean que la proactividad está vinculada a la conducta orientada al cambio y a situaciones de incertidumbre. Por su lado, el comportamiento reactivo está vinculado a conductas convencionales en la que se responde a los hechos a medida que suceden (Pinazo Calatayud, 2006).

Entre las tácticas políticas se encuentran “utilizar la información como un arma política”, “crearse una imagen favorable” y “formar coaliciones de poder” (Kreitner & Kinicki, 1996 y Oladosu Omisore & Nwaneka Nweke, 2014). La táctica “utilizar la información como un arma política” está al manejo de la información para los objetivos políticos; la cantidad y calidad de la información que se posea es un elemento clave a la ora de influir en otras personas y lograr obtener puntos a

favor del objetivo que se quiere alcanzar. El manejo de la información permite crear las condiciones para lograr la victoria y lograr una posición ventajosa frente a un adversario; en este sentido, el estar más informado, es una táctica que permite tener más impacto social en un momento determinado (Brander Palacios, 2009).

En cuanto a la táctica “crearse una imagen favorable”, se tiene que es un recurso importante para acceder al poder y conservarlo; la idea, es lograr tener una imagen óptima a fin de transmitir confianza y credibilidad a los demás (Phail Fanger, 2014). La imagen política está muy vinculada a la credibilidad y reconocimiento que un colectivo tiene sobre un político, de ahí, que el diseño de una imagen política ayuda a mejorar la percepción pública y generar un valor agregado de quien la porta (López Rabadán, López Meri & Doménech Fabregat, 2017). El político debe encontrar las pautas a seguir para ser asertivo en el entorno organizacional y lograr posicionarse positivamente en la mente de los demás.

Otra de las tácticas políticas a ser tratada en este trabajo es “formar coaliciones de poder”, la cual está relacionada con la formación de grupos a fin de lograr el poder. La coalición de poder surge por las afinidades o intereses comunes entre los miembros de una organización; y, vista como una fuerza política, puede influir de forma determinante en la obtención del poder (Espinell Febles, 1999). Las coaliciones surgen con el fin de lograr alianzas y alcanzar una mayoría absoluta para controlar la acción política de cualquier grupo. Las coaliciones permiten lograr los objetivos y es un medio adecuado para alcanzar los planes perseguidos y la posibilidad de pactar con otros grupos (Robles Egea, 1992). Para conseguir el poder deseado se llevan a cabo acciones que son concretadas en coaliciones para lograr el acoplamiento de las personas para hacer frente a los adversarios.

3.4. Resultados de investigación

3.4.1. Utilizar la información como arma política

En la tabla 1 se observa la distribución de frecuencia de la táctica “utilizar la información como arma política”. Los resultados muestran que el 37,66% de los encuestados consideran que las personas con cargos directivos esconden la información; al respecto, se nota que existe desconfianza de los directivos, puesto que, se intuye que ellos manejan información que no es difundida en su totalidad a todos los miembros de la organización (Mariño Arévalo, 2014 y Durán, 2015). La desconfianza por parte de los profesores encuestados se ratifica con el ítem 2, cuando

un 36,36% consideran que la información se les entrega incompleta. Sin embargo, de otro lado, en cuanto a la descripción de los objetivos a seguir en una tarea, el 22,07% considera que reciben la información oportuna; al respecto, los directivos deben proporcionar la información necesaria a fin de que todos los miembros de la organización logren tomar decisiones adecuadas (Eslava Zapata, Martínez Nieto & Zambrano, 2016 y Ayala, 2014).

Tabla 1. Distribución de frecuencia: utilizar la información como arma política

Ítem	Totalmente en desacuerdo		Desacuerdo		Ni en desacuerdo ni De acuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
	1 Las personas con Cargos Directivos esconden la información.	14	18,18%	5	6,49%	9	11,69%	20	25,97%	29
2 Cuando usted solicita información percibe que las personas dentro de la Universidad se la entrega incompleta	3	3,90%	9	11,69%	17	22,08%	20	25,97%	28	36,36%
3 A las personas dentro de la Universidad les describen claramente los objetivos a seguir en una tarea	5	6,49%	37	48,05%	18	23,38%	12	15,58%	5	6,49%
4 Los que ocupan Cargos Directivos explican claramente los lineamientos a seguir	1	1,30%	18	23,38%	44	57,14%	11	14,29%	3	3,90%

Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Crearse una imagen favorable

En la tabla 2 se pueden apreciar los resultados relacionados con el examen de la táctica política “crearse una imagen favorable”. Los encuestados consideran en un 70,13% que las personas que ocupan cargos directivos visten muy bien, lo cual favorece su imagen ante los demás; el arte de vestirse bien resulta determinante en la percepción que los demás se forman sobre el directivo (Martín González, 2008 y Brenes Peña, 2014). Otro aspecto que se puede destacar es que el 44,16% consideran que no reciben reconocimientos laborales; este resultado, pone en evidencia una oportunidad para los directivos a fin de realizar actividades orientadas a reconocer la labor de los miembros de la universidad (Falbe & Yukl, 1992). También, se aprecia que un 67,53 de los encuestados consideran que hay personas en el trabajo que les gusta alabarse, esto puede ser producto del interés por crear una imagen favorable y destacar sus cualidades (Orejuela Seminario, 2009 y Zamora & Losada, 2011).

Tabla 2. Distribución de frecuencia: crearse una imagen favorable

f	Ítem	Totalmente en des-acuerdo		Desacuerdo		Ni en des-acuerdo ni en Acuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
		%	f	%	f	%	F	%	f	%	f
5	Las personas con Cargos Directivos se visten peor que las que los otras personas	54	70,13%	12	15,58%	7	9,09%	1	1,30%	3	3,90%
6	Suelen las personas dentro de la Universidad recibir el reconocimiento de las labores que realizan los demás	10	12,99%	24	31,17%	31	40,26%	8	10,39%	4	5,19%
7	Las personas dentro de la Universidad realizan las tareas por falta de estima por parte de las personas que ocupan Cargos Directivos	0	0,00%	8	10,39%	58	75,32%	7	9,09%	4	5,19%
8	Existen personas dentro de la Universidad que se alaban ante los demás	0	0,00%	3	3,90%	6	7,79%	16	20,78%	52	67,53%

Fuente: Elaboración propia.

3.4.3. Formar coaliciones de poder

Los resultados de la táctica “formar coaliciones de poder” se pueden apreciar en la tabla 3. El 58,44% de los encuestados consideran que las personas toman las decisiones desestimando el apoyo de las demás personas; este resultado deja en evidencia la percepción de individualismo al momento de tomar las decisiones. De otro lado, se tiene que el 67,53% de los encuestados consideran que las personas influyentes en la universidad hacen alianzas con compañeros de trabajo y se reúnen con otras personas para tomar decisiones, así lo demuestra el 45,46%. Al respecto, se confirma que las coaliciones políticas es una táctica que permite distribuir el poder en los grupos y permite lograr cambios favorables en la forma como se ejerce la política (Aldelfer, 1977 y Espinel Febles, 1999).

Tabla 3. Distribución de frecuencia: formar coaliciones de poder

Ítem	Totalmente en des-acuerdo		Desacuerdo		Ni en des-acuerdo ni en Acuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
9 Las personas dentro de la Universidad desestiman el uso de grupos para que los apoyen al momento de tomar las decisiones	8	10,39%	12	15,58%	12	15,58%	37	48,05%	8	10,39%
10 Las personas influyentes suelen reunirse para tomar decisiones que afecten en el trabajo	5	6,49%	11	14,29%	26	33,77%	19	24,68%	16	20,78%
11 Las personas influyentes dentro de la Universidad rechazan las alianzas con compañeros de trabajo	21	27,27%	31	40,26%	21	27,27%	1	1,30%	3	3,90%
12 Suelen existir personas más influyentes que otras en la universidad	2	2,60%	1	1,30%	5	6,49%	19	24,68%	50	64,94%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

En cuanto a los resultados relacionados con la táctica “Utilizar la información como arma política”, se tiene que el manejo de la información ofrece ventajas frente a otras personas y permite obtener una rápida colaboración de los demás en todos los niveles de la Universidad. El líder que tiene dominio de la información puede comprender de mejor manera las acciones políticas que debe seguir a fin tomar las mejores decisiones que contribuyan al logro de los objetivos. El manejo de la información es una táctica que ayuda a lograr ventajas frente a otras personas y lograr el ascenso laboral deseado. El manejo de la información es un arma determinante para obtener ventajas competitivas frente a otros a fin de lograr ocupar puestos claves en la organización. en la actualidad, las tecnologías de información y las redes sociales ofrecen nuevos escenarios para controlar la información y requiere hacerse de la información de forma oportuna a fin de lograr ventajas frente sobre otros y obtener una mayor participación política.

La táctica política “crearse una imagen favorable” permite posicionar al directivo en la Universidad. las características personales son determinantes para mejorar la imagen del directivo ante los demás, lo que de una u otra manera afectara positivamente en la imagen y credibilidad. Los resultados del estudio permiten comprobar que elementos tales como la forma de vestir y los reconocimientos recibidos son factores ayudan a configurar la imagen política. Por ejemplo, la forma de vestir acompaña al mensaje y puede convertirse en un modelo a seguir por los demás miembros de la organización; además, la forma de vestir permite a un directivo posicionarse como una persona cercana y con talento para mitigar los problemas de organización.

La táctica “formar coaliciones de poder” hacen referencia a la formación de grupos a fin de ejercer fuerza de voto para tomar decisiones y, es precisamente la coalición lo que permite alcanzar el poder. Las coaliciones de poder suponen la unión de grupos por intereses comunes, sentimiento y cualquier otra afinidad. En este sentido, la jerarquía de los miembros de la coalición va a depender de aspectos tales como la procedencia o la clase social de miembro. La coalición fortalece a un grupo puede llegarse a lograr una mayoría absoluta a fin de lograr el poder. Es así como la coalición se configura como una táctica política con la que se emplearan todas las acciones necesarias para lograr las alianzas necesarias en pro del poder ideológico e institucional.

Referencias

- Alarcón Menchaca, L. (2012). ¿Ética y política - Una relación obligada? *Revista Estudios Filosóficos*, 9, 44 – 55.
- Álvarez Sánchez, Y. (2010). El poder y las relaciones de poder en las organizaciones. Algunas aproximaciones teóricas desde las perspectivas de Michel Foucault, Pierre Bourdieu y Max Weber. *Gestión Social*, 4(1), 145-161.
- Alfaro D. (2016) Resumen del Libro El orden político en las sociedades en cambio de Samuel P. Huntington. *Revista La Universidad* consultado el 13 de Enero 2017 enlace: <http://revistas.ues.edu.sv/index.php/launiversidad/article/view/124>.
- Andrews, K. R. (1967). *The Concept of Corporate Strategy*. Nueva York: Harper Row Publishers.
- Aldelfer, C. P. (1977). Organization development. *Annual Review of Psychology*, 28, 197- 223.
- Allen, R. W.; Madison, D. L.; Porter, L. W.; Renwick, P. A., & Mayes, B. T. (1979). Organizational politics: Tactics and Characteristics of its Actors'. *California Management Review*, 22, 77-83.
- Aristóteles. (1982). *Ética nicomáquea. Ética eudemia*. Madrid: Editorial Gredos.
- Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción al Desarrollo (2011). *Poder social y poder político. Nuevos desafíos para los actores sociales. Una mirada desde la sociedad civil*. México: Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción al Desarrollo A.C. – ALOP.
- Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 26, 23-48.

- Bedoya Marulanda, J. F. (2015). Los estudios del comportamiento del elector en América Latina: un análisis bibliográfico de los casos de México, Argentina, Chile y Colombia, 2000-2010. *Estudios Políticos*, 46, 197-219.
- Bedoya Marulanda, J. F. (2015). El conductismo en la ciencia política: descifrando un concepto poco maleable en los horizontes de la investigación empírica. *Reflexión Política*, 17(33), 38-51.
- Brenes Peña, E. (2014). La imagen del político en los medios de comunicación. Identificación y análisis de las estrategias (des)corteses utilizadas en la entrevista televisiva No acomodaticia. *Revista de Filología*, 32, 63-80.
- Brussino, S., Alonso, D., & Imhoff, D. (2015). Dimensiones culturales, afectivas y cognitivas del comportamiento de voto al kirchnerismo. *Psicología & Sociedade*, 27(2), 351-361.
- Bouza Brey, L. (1991). Una teoría del poder y de los sistemas políticos. *Revista de Estudios Políticos*, 73, 119-164.
- Bustos Gisbert, R. (2007). Corrupción de los gobernantes, responsabilidad política y control parlamentario. *Teoría y Realidad Constitucional*, 19, 135-160.
- Brander Palacios, J. M. (2009). El dominio de la información y su contribución para triunfar en un conflicto armado. *Revismar*, 3, 219-229.
- Calveiro, P. (2005). *Familia y poder*. Buenos Aires: Araucaria.
- Cavanagh, G. F., Moberg, D. J., & Velásquez, M. (1981). The ethics of organizational politics. *Academy of Management Review*, 6, 363-374.
- Daudi, P. (1986). *Power in the organization*. Oxford: Blackwell.
- Díaz Jiménez, O. F. (2015). Marketing político y profesionalización de las campañas electorales presidenciales del Partido Acción Nacional y del Partido de la Revolución Democrática, 1994-2006. *Polis*, 11(1), 119-168.
- Devrim Yilmaz, O. (2014). Perception of Organizational Politics and Impression Management Behaviors: A Tourism Industry Perspective. *International Journal of Business and Social Science*, 5(8), 98-109.
- Drory, A., & Romm, T. (1988). Politics in organization and its perception in the organization. *Organizational Studies*, 9, 165-179.

- Drory, A., & Romm, T. (1990). The definition of organizational politics. A review *Human Relations*, 43(11), 1133-1154.
- Durán, S. C. A., (2015). Aspectos interventores en la participación política y electoral de jóvenes. Una reflexión sobre la información, interacción y difusión de contenidos en redes sociales para futuras investigaciones en Santander. *Desafíos*, 27(1), 47-81.
- Eslava Zapata, R.; Martínez Nieto, A., & Zambrano, M. (2016). Los Usuarios de la información financiera pilares de la utilidad de la información de las empresas del Estado Mérida. *Revista dialéctica*, 12(2), 145- 167.
- Estrada Mesa, D. A. (2012). La política como libertad y poder. Una Aproximación A Hannah Arendt. *Escritos*, 20(44), 047-067.
- Espinel Febles, M. C. (1999). El poder y las coaliciones. *Revista Suma*, 31, 109-117.
- Falbe, C. M., & Yukl, G. (1992). Consequences for managers of using single influence tactics and combinations of tactics. *Academy of Management Journal*, 35, 638-653.
- Ferris, G. R.; Fedor, D. B.; Chachere, J. G., & Pondy, L. R. (1989). Myths and politics in organizational contexts. *Group and Organization Studies*, 14, 83-103.
- Ferris, G. R.; Perrewe, P. L.; Anthony, W. P. & Gilmore, D. C. (2000). Political skill at work. *Organizational Dynamics*, 28, 25-37.
- Foucault, M. (1991). El sujeto y el poder. Precedido por tiempo y espacio en el discurso de Michel Foucault. Bogotá: Carpe Diem Ediciones.
- Foucault, M. (1992). *Microfísica del poder*. España: Las ediciones de la piqueta.
- García Nuñez del Arco, C. (2006). Conciencia política y liderazgo. *Liberabit*, 12, 33-40.
- Giraldo Díaz, R. (2006). Poder y resistencia en Michel Foucault. *Tabula Rasa*, 4, 103-122.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (1997). *Behavior in Organizations*, Englewood Cliffs, USA: Prentice Hall.
- Guerra, B. J. P., & Villalpando, P. (2015). Mercadotecnia Política en México: Antecedentes y Estrategias Representativas. *International Journal of Good Conscience*, 10(1), 192-204.

- Kreitner, R., & Kinicki, A. (1996). *Comportamiento de las organizaciones*. USA: Irwin.
- Leftwich, A. (1984). *What is Politics?* Oxford: Basil Blackwell.
- Leftwich, A. (1987). *¿Qué es la política? La actividad y su estudio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- López Rabadán, P., López Meri, A., & Doménech Fabregat, H. (2017). La imagen política en 'twitter'. Usos y estrategias de los partidos políticos españoles. *Index. Comunicación*, 6(1), 165-195.
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958). *Organizations*. Chichester: Wiley.
- Mariño Arévalo, M. (2014). Las relaciones de poder y la comunicación en las organizaciones: una fuente de cambio. *AD-minister*, 24, 119-141.
- Martín González, J. A. (2008). Cómo utilizar la telegenia del envase para convencer. La imagen política como producto electoral. *MK Marketing+Ventas*, 232, 8-16.
- Martínez Nieto, A.; Eslava Zapata, R.; Chacon, E.; Zambrano, M., & González Junior, H. (2017). Tácticas políticas y ascenso directivo en universidades publicas venezolanas. *Revista Sapienza Organizacional*, 4(8), 115-134.
- Marx, C. (1962). *Escritos económicos varios*. México: Grijalbo.
- Mumby, D. K. (2001). Power and politics. En F. M. Jablin y L.L. Putnam (Eds.). *The new handbook of organizational communication*. USA: Sage Publications.
- Oladosu Omisore, B., & Nwaneka Nweke, A. (2014). The Influence of Power and Politics in Organizations. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(7), 164-183.
- Orejuela Seminario, S. (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral. *Revista de Comunicación*, 8, 60-83.
- Phail Fanger, E. Mc. (2014). Análisis de la imagen en campañas políticas. *Comunicación y Ciudadanía*, 86, 1-26.
- Pinazo Calatayud, D. (2006). Conducta proactiva en situaciones de incertidumbre cultural y situacional. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(2), 133-149.
- Pettigrew, A. (1973). *The politics of organizational decision making*. London: Tavistock.

- Pfeffer, J. (1981). *Power in organizations*. Boston: Pitman.
- Robles Egea, A. (1992). Reflexiones sobre las coaliciones políticas. *Revista de Estudios Políticos*, 77, 303-320.
- Salesi, S., & Omar, A. (2017). Comportamientos proactivos en el trabajo: una puesta al día. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 9(3), 82-103
- Thompson, J. D. (1967). *Organisations in Action*. New York: McGraw-Hill.
- Valle, M., & Perrewe, P. L. (2000). Do Politics Perceptions Relate to Political Behaviors? Tests of an Implicit Assumption and Expanded Model. *Human Relations*, 53(3), 359-386.
- Weber M. (1947) *The Theory of Social and Economic Organization*, trad. A. R. Henderson, intr. yed. T. Parsons. Londres: Hodge.
- Young, O.R. (1986). *Sistemas de ciencia política*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Zamora, R., & Losada, J. C. (2011). La imagen del candidato electoral: hacia una integración de su dimensión racional y emocional. *Cuadernos de Información*, 29, 9-24.
- Zivnuska, S.; Kacmar, M.; Witt, L.; Carlson, D., & Bratton, V. (2004). Interactive effects of impression management and organizational politics on Job Performance. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 627–640.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5, 2018. p.p. 102 - 124
ISSN 2539-3669
Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Los informes de fiscalización autonómica de los órganos de control externo:
rendición de cuentas
Elviz Daniel Núñez Barrios

Los informes de fiscalización autonómica de los órganos de control externo: rendición de cuentas*

Autonomous audit reports of external control organs: accountability

Recibido: Junio 07 de 2017 - Evaluado: Septiembre 08 de 2017 - Aceptado: Diciembre 10 de 2017

Elviz Daniel Núñez Barrios**

Para citar este artículo / To cite this Article

Núñez Barrios, E. D. (Enero-Junio de 2018). Los informes de fiscalización autonómica de los órganos de control externo: rendición de cuentas. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (102-124).

Resumen

Este artículo tiene por objetivo estudiar de la información contenida en los informes de fiscalización de los Órganos De Control Externo (OCEX) en España. Para la configuración del universo y la muestra del estudio se examina la participación de los diversos Organismos de Control Externo con potestad fiscalizadora de las Comunidades Autónomas Españolas. La técnica de estudio se basa en un criterio analítico transversal, evolutivo y con un enfoque valorativo de los posibles cambios en los niveles de revelación informativa de los informes de fiscalización emitidos por los OCEX de la cuenta general rendida por las CCAA. Los resultados evidencian una tendencia marcada a la descentralización geográfica, de competencias públicas y de control externo para las regiones.

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto de investigación vinculado al Doctorado en Administración por la Universidad Complutense de Madrid.

** Profesor Titular de la Universidad de Los Andes - Venezuela. Doctor en el Programa de "Nuevas Tendencias en Administración de Organizaciones" por la Universidad Complutense de Madrid. Email: eldani65@gmail.com.

Palabras Clave: Informes de Fiscalización, Rendición de Cuentas, Control Externo, Administración Pública

Abstract

The objective of this article is to study the information contained in the audit reports of the External Control Bodies (OCEx) in Spain. For the configuration of the universe and the sample of the study, the participation of the various External Control Organizations with oversight authority of the Spanish Autonomous Communities is examined. The study technique is based on a transversal, evolutive analytical criterion and with an evaluative approach of the possible changes in the informative disclosure levels of the audit reports issued by the OCEx of the general account rendered by the Autonomous Communities. The results show a marked tendency towards geographic decentralization, public competences and external control for the regions.

Key words: Audit reports, Accountability, External Control, Public administration

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. Informes de fiscalización. - 2. Plan de redacción. - 2.1 Informe de Fiscalización Anual. - 2.2 Partes generales del Informe de Fiscalización Anual. - 2.3 Tipología de objetivos del Informe de Fiscalización. - 2.4 Alcance del trabajo, metodología y limitaciones (resultados de la fiscalización autonómica). - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

La rendición de cuentas en las administraciones públicas en general, ha evolucionado en función de la descentralización y la delegación de competencias (Riera López, 2013), esta realidad se refleja en las tendencias, actuaciones y contenido de los informes de fiscalización de los Entes de Control Externo (Benítez Palma, 2017). El objetivo de la investigación es estudiar y valorar las partes generales y resultados de los informes de fiscalización vinculados con la rendición de cuentas de las Comunidades Autónomas (CCAA) y los correspondientes Organismos de Control Externo (OCEx). El acceso a través de Internet y otros medios a publicaciones oficiales de la normativa, informes, revistas especializadas del sector público y de las administraciones autonómicas (Valencia Tello y De Chueiri, 2015), han permitido

verificar que se han publicado artículos de opinión, científicos y académicos demostrativos y comparativos de los aspectos del control externo y los informes de fiscalización divulgados que muestran las líneas de desarrollo de la rendición de cuentas y en consecuencia permiten valorar las actuaciones bajo la óptica de la actualidad y la responsabilidad.

El estudio pretende aportar la determinación y análisis de los informes de fiscalización formados en la rendición de cuentas y las directrices de los informes anuales de fiscalización autonómica para el colectivo y modelos para las administraciones públicas descentralizadas de otros países. Desde el punto de vista académico el estudio revisa el marco de los informes de fiscalización, al determinar y relacionar los resultados de fiscalización para destacar las tendencias de los informes autonómicos en la rendición de cuentas y su relación con el control externo.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuál es la información contenida en los informes de fiscalización de los Órganos De Control Externo (OCEx) en España?

2. Metodología

El diseño de la Investigación seleccionado para el método de estudio se basa fundamentalmente en la revisión de las fuentes de información de la Contabilidad Pública relacionadas con el control externo y la rendición de cuentas de las Administraciones de las Comunidades Autónomas Españolas. Los informes de fiscalización de la Cuenta General de las CCAA han sido poco tratados en los estudios y las investigaciones académicas, de manera que han sido muy pocas las publicaciones observadas, por ello, se ha determinado hacer un análisis y valoración de las partes generales y los resultados de la fiscalización presentados en los informes por los OCEx. Asimismo se observará el grado de descentralización de la función de fiscalización pública autonómica, obligatoria para los OCEx y de referencia voluntaria.

La rendición de cuentas se distingue por el apego a las disposiciones legales que permiten las intervenciones y le otorgan la autoridad para, planificar sus actuaciones, fiscalizar y emitir los informes correspondientes. Los informes para el análisis provienen de los Organismos de Control Externo: del TCu y de los

OCEx Autonómicos, los cuales han realizado las actuaciones de fiscalización en las correspondientes CCAA, durante los últimos años.

En una revisión de los antecedentes de un par de años previos a 1999, se observan muy pocos informes o memorias publicadas en algunas de las páginas web oficiales de las CCAA (1997 y 1998, cinco y siete respectivamente), durante periodos anteriores a estos años sólo fueron publicados en los boletines oficiales correspondientes vinculados a los OCEx respectivos. A partir de 1999 los OCEx y el TCu, comienzan a publicar en Internet los informes anuales de fiscalización de las Cuentas Generales, lo cual constituye un avance importante en la divulgación y transparencia de la información pública. Con motivo de la disponibilidad de la información en Internet, se observa una consolidación de la divulgación de información, por tanto, se inicia el periodo de estudio desde el ejercicio 1999 hasta 2009.

Como puede apreciarse en la Tabla 1, es necesario destacar la participación del TCu en las actuaciones de aquellas CCAA, que no poseen o en su momento no poseían para el ejercicio auditado un OCEx a cargo de la fiscalización autonómica correspondiente. Adicionalmente, se evidencia que de los últimos periodos están por emitirse más de veinte informes de fiscalizaciones anuales de algunas CCAA (21 informes pendientes (P) hasta el primer semestre del 2011). Los principios y normas de auditoría del sector público emitidos por la Comisión de Coordinación de los Órganos Públicos de Control Externo del Estado Español publicados en 1992, contienen las guías principales para la ejecución de los programas y determinan que los informes de fiscalización se presenten de manera completa por parte de los OCEx y el TCu.

Tabla 1. Informes de fiscalización de las CCAA desde 1999 hasta 2009

CCAA	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Andalucía	CCA	CCA									
Aragón	TCu	P	P	P	P						
Asturias	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	SCA	SCA	SCA	SCA	SCA
C. La Mancha	TCu	TCu	TCu	TCu	SCCM	SCCM	SCCM	SCCM	SCCM	SCCM	P
Canarias	ACC	ACC									
Cantabria	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	P	P	P	P	P
Castilla y León	TCu	TCu	TCu	TCu	CCCL	CCCL	CCCL	CCCL	CCCL	P	P
Cataluña	SCC	P									
Extremadura	TCu	P	P								
Galicia	CCG	P									
Illes Balears	TCu	TCu	TCu	SCIB	SCIB						
La Rioja	TCu	P	P	P	P						
Madrid	CCM	CCM									
Murcia	TCu	P	P								
Navarra	CCN	CCN									
País Vasco	TVCP	P									
Valencia	SCV	SCV									
Total por Año	17	14	14	11	7						

TCu = Informes Auditados por el Tribunal de Cuentas (Informes de Fiscalización Completos)

OCEx Autonómicos de acuerdo a las siglas = (Informes de Fiscalización Completos):

CCA= Cámara de Cuentas de Andalucía

ACC= Audiencia de Cuentas de Canarias

TVCP= Tribunal Vasco de Cuentas Públicas

CCM= Cámara de Cuentas de la Comunidad de Madrid

CCN= Cámara de Comptos de Navarra

SCV= Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana

SCA= Sindicatura de Cuentas del Principado de Asturias

SCIB= Sindicatura de Comptes de Illes Balears

SCC= Sindicatura de Comptes de Catalunya

SCCM= Sindicatura de Cuentas de Castilla La Mancha

CCCL= Consejo de Cuentas de Castilla y León

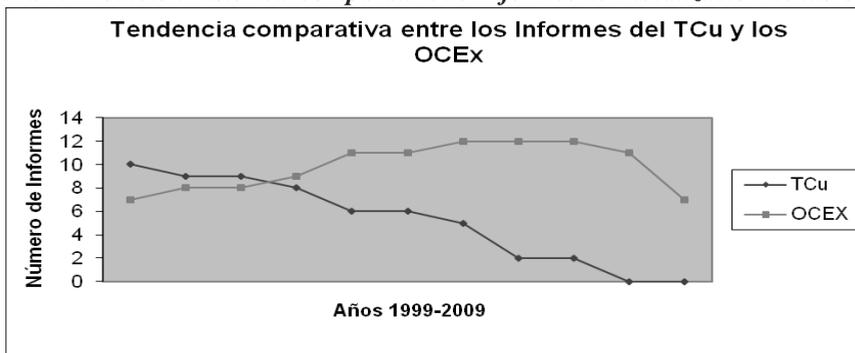
CCG= Consello de Contas de Galicia

P = Pendiente emisión del Informe Fiscalización

Fuente: Elaboración Propia.

Con la información gráfica que se muestra en la Figura 1 tal como lo señala Armet i Coma (2004:106) se demuestra una evolución histórica creciente de actuaciones por parte de los OCEx autonómicos, se proyecta gráficamente la curva de evolución histórica en la emisión de Informes de Fiscalización de las CCAA, por parte del TCu muestra una evolución histórica clara en forma decreciente hasta llegar a cero en los dos últimos años y de manera totalmente inversa por parte de los OCEx autonómicos, los cuales tienden a mantener una proporción superior en sus informes hasta la fecha.

Figura 1. Evolución histórica Comparativa de Informes de Fiscalización de las CCAA



Fuente: Elaboración Propia.

El horizonte de estudio está caracterizado por una evolución histórica clara de mayor participación de los OCEX autonómicos en los trabajos de fiscalización anual, sin embargo, dicha situación se caracteriza por la aplicación de los principios de Contabilidad Pública, las leyes vigentes aplicables en el ámbito autonómico e importantes avances en el marco normativo en beneficio de la descentralización y del control externo financiero – presupuestario.

Durante los últimos ejercicios estudiados se han elaborado, aprobado y publicado en web oficiales 165 informes anuales, aun cuando deberían haber sido 186 (88,71% emitidos) dichas actuaciones corresponden a las diversas denominaciones de los entes fiscalizadores para el control externo de las cuentas generales del sector público autonómico, a saber: Cámaras, Sindicaturas, Audiencia, Consejos o Tribunales de Cuentas. A comienzos de 2010, estaban funcionando a pleno rendimiento un total de 12 OCEX autonómicos, a los cuales habría que sumar la Cámara de Cuentas de Aragón, es así como recientemente se conoció la noticia del inicio de las actuaciones de dicho OCEX Aragonés con el apoyo operativo y traspaso de funciones del TCu. En consecuencia, se sumarán otros proyectos de control externo en las restantes CCAA, como es el caso de las propuestas del gobierno y Parlamento de Extremadura.

Los OCEX Autonómicos creados hasta la actualidad, alcanzan un total de 13 (Ver Tabla 2), lo cual representa un 76,47 % de las CCAA con su propio ente fiscalizador, según lo muestra Lozano Miralles (2008:68), no obstante debe mencionarse que en la Comunidad Autónoma de Aragón se ha aprobado en 2009 la creación del órgano de control externo una nueva Cámara de Cuentas, pero a la fecha del estudio la misma todavía estaba en proceso de inicio de su actividad fiscalizadora, como consecuencia en las CCAA restantes que no operan los OCEX (4 de 17, un 24,00% aproximadamente) ejercerá el control de las cuentas públicas el Tribunal de Cuentas del Estado Español (TCu).

Tabla 2. Informes anuales de las CCAA por OCEX desde 1999 hasta 2009

CCAA	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Andalucía(*)	CCA	11										
Canarias(*)	ACC	11										
Madrid(*)	CCM	11										
Navarra(*)	CCN	11										
Valencia(*)	SCV	11										
País Vasco(*)	TVCP	P	10									
Galicia(*)	CCG	P	10									

Cataluña(*)	SCC	SCC	SCC	SCC	SCC	SCC	SCC	SCC	SCC	SCC	P	10
Illes Balears	TCu	TCu	TCu	SCIB	11							
Asturias	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	SCA	SCA	SCA	SCA	SCA	11
C. La Mancha	TCu	TCu	TCu	TCu	SCCM	SCCM	SCCM	SCCM	SCCM	SCCM	P	10
Castilla y León	TCu	TCu	TCu	TCu	CCCL	CCCL	CCCL	CCCL	CCCL	P	P	9
Murcia	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	P	P	9
Extremadura	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	P	P	9
La Rioja	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	P	P	P	P	7
Cantabria	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	P	P	P	P	7
Aragón	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	TCu	P	P	P	P	7
Totales por Año	17	17	17	17	17	17	17	14	14	11	7	165

(*) CCAA e Informes seleccionados para la Muestra

Fuente: Elaboración Propia.

Respecto a la valoración de las partidas informativas se tiene que es la técnica que consiste en la determinación de índices de información o ratios que miden el nivel relativo de la información divulgada por una entidad A, a través de un instrumento B. La formulación de índices de revelación es un concepto abstracto, según Sanz Santolaria y Kot Meza (2006:101), que requiere un criterio superior en la investigación puesto que puede llegar a hacerse complejo y subjetivo. Los ratios de revelación permiten valorar la cantidad y calidad de la información de las organizaciones. El coeficiente se obtiene por la relación entre la información efectivamente divulgada y el máximo esperado, para determinar el nivel de divulgación de las partidas informativas o variables estudiadas, en ese sentido, Díaz Riffo (2007:10) lo define como un instrumento para medir el cumplimiento de la rendición de cuentas y de accountability.

La definición de las partidas informativas es fundamental para la elaboración del índice de revelación informativa y consiste en la identificación de las variables categóricas, así señalado por García Meca y Martínez Conesa (2004:66), y expresan la cantidad y calidad de información esperada que deben emitir los OCEX para divulgar en sus respectivos Informes de Fiscalización Anual los aspectos relevantes en lo concerniente a la rendición de cuentas y control externo de las CCAA. Por la naturaleza de la información contenida en los Informes de Fiscalización las partidas a elegir tendrán un basamento u origen normativo. Las técnicas utilizadas en otros estudios para determinar los términos que conforman los ratios o índices de revelación de información por lo general se basan en la normativa legal específica relacionada con el objeto contable estudiado, similar a las propuestas de: Giroux

y McLelland (2003: 212). En este estudio se valoraron específicamente las partes generales o introductorias y los resultados de la fiscalización.

3. Plan de redacción

3.1. Informes de fiscalización

Los antecedentes de la investigación destacan han sido el estudio comparativo de los informes de fiscalización de Entidades Locales (EELL), elaborados por los órganos técnicos de control descentralizado externo, desarrollado por Hernández Fernández (1996), en dicho estudio efectuó especial referencia a los entes territoriales locales y a los aspectos destacables comparables de los informes publicados el año 1996, asimismo publicó un artículo comparando las memorias elaboradas por algunos OCEX del año 1997 (Hernández Fernández, 1999). De igual forma son destacables los estudios desarrollados por González Díaz (2002), puesto que ha realizado una línea de estudios sobre la rendición de cuentas de las Universidades Públicas, publicando artículos sucesivos (2002,2003 y 2005) de estudios sobre la revelación, rendición de cuentas y los informes de fiscalización presentados por los OCEX del sector público universitario (González Díaz, 2005).

El desarrollo institucional de las Comunidades Autónomas (CCAA) ha conllevado también al crecimiento de sus Órganos de Control Externo (Abellán López y Aldeguer Cerdá (2017) y Ordoki Urdazi, (2013)), tanto en su número como en las funciones que realizan (Fernández Llera, 2009). En otro orden de ideas, un estudio de opinión a los usuarios de los informes de fiscalización, caso de Navarra por Erbiti Zabalza (2005), la mayoría aprueba la estructura, presentación, claridad y extensión de los informes, no obstante, un número importante califica las conclusiones poco claras, hasta considerar los informes excesivamente técnicos y algunos usuarios opinan que requieren un mayor uso de gráficos y tablas comprensibles (López Hernández & Minguillón Roy, 2017).

3.2. Resultados de investigación

3.2.1. Informe de Fiscalización Anual

El objeto de estudio utilizado para el análisis y valoración empírica ha sido el Informe anual emitido por el OCEX respectivo y constituye el producto de la

fiscalización aprobado y publicado posteriormente, en tal sentido y en concordancia con los antecedentes de investigaciones anteriores se ha estipulado para el análisis que las partidas informativas estén determinadas fundamentalmente por la estructura del Informe de Fiscalización Anual de las CCAA. Se han escogido 19 partidas informativas que de manera clave se incluyen en el diseño del estudio y valoración de los aspectos informativos de la fiscalización de las CCAA por parte de los OCEX (véase la Tabla 3), se espera que estén contenidas en los respectivos epígrafes de los informes de fiscalización anuales. Se han clasificado en dos grandes grupos o secciones de análisis y valoración a saber: Partes Generales y Resultados de la fiscalización, en cada ítem específico se verifica la evidencia que permite asignar un puntaje para medir los parámetros de revelación de cada partida del 0 hasta el 1 (100,00%).

Tabla 3. Partidas informativas de los informes de fiscalización de las CCAA

Nº	Partida Informativa	Parámetro / Indicador	IR%
Partes generales			
1	Identificación del objeto auditado	Personas, entidades u órganos	100,0
2	Destinatario(s) del Informe	Usuarios a quienes va dirigido	35,31
3	Razones de la fiscalización	Justificación y autorización	79,38
4	Objetivos de regularidad financiera	PGCP, imagen fiel y situación	84,69
5	Objetivos de regularidad legal	Cumplimiento de la legalidad	91,56
6	Objetivos de auditoría de gestión	Eficacia, eficiencia y economía	69,38
7	Fechas del trabajo	Inicio y terminación de la auditoría	61,56
8	Período auditado	Delimitación temporal	100,0
Resultados de Fiscalización			
9	Alcance del examen	Apego a normas de auditoría	77,81
10	Metodología y procedimientos	Técnicas y pruebas aplicadas	65,63
11	Limitaciones al alcance	Factores externos a la fiscalización	79,38
12	Cuentas o hechos auditados	Delimitación del objeto auditado	100,0
13	Muestras utilizadas	Magnitud y criterios de selección	55,63
14	Normativa básica y específica	Leyes y normas aplicables	76,56
15	Principios contables y de gestión	Políticas y criterios utilizados	49,06
16	Aprobación de la información	Órgano correspondiente	45,63
17	Organización y Control interno	Descripción de normas internas	62,19
18	Antecedentes de la organización	Evolución de la entidad pública	69,06
19	Rendición de cuentas al ÓCEX	Cumplimiento y remisión	80,00

IR = Índice de Revelación

Fuente: Elaboración Propia.

El primer grupo o sección parcial de partidas informativas lo constituyen los aspectos preliminares, que se encargan de introducir a los usuarios en las generalidades de la actuación de control externo autonómico. Los epígrafes o partes generales

tienen el propósito de ubicar al lector en cuanto a razones y fines de la actuación. El segundo grupo lo conforman las partidas vinculadas con los resultados de la fiscalización que definen detalles del alcance del trabajo, metodología, basamento y aspectos característicos de la información del proceso de examen, considerada importante o estratégica para que sea presentada a juicio de los auditores públicos.

3.2.2. Partes generales del Informe de Fiscalización Anual

La forma de presentar la Introducción de los informes difiere en el estilo y cantidad de la muestra: la Cámara de Cuentas de Andalucía se extiende en numerales al estilo de redacción de disposiciones normativas señala por puntos de manera secuencial las razones de la fiscalización e identifica las respectivas cuentas que serán objeto del estudio, en cuanto al contenido de la Introducción misma, se observa que el resto esquematiza o subdivide la primera parte, la Audiencia de Cuentas de Canarias presenta de manera general la justificación, la Cámara de Cuentas de la Comunidad de Madrid hace una presentación de la rendición de cuentas, la Sindicatura de Comptes de Valencia y de Cataluña presentan los aspectos legales y las cuentas fiscalizadas, el Consello de Contas de Galicia incluye en la Introducción el ámbito subjetivo, las cuentas, el alcance, los objetivos, contenido del informe y las limitaciones, en su lugar la Cámara de Comptos de Navarra la denomina presentación y en el otro extremo del estilo el Tribunal Vasco de Cuentas Públicas expresa una sola y breve redacción de aspectos generales en un único párrafo inicial. Se puede observar que cada OCEX tiene su propio estilo al iniciar el informe, no obstante, la tendencia es denominar la primera parte como “Introducción General”.

Partida Informativa N° 1. Identificación del objeto auditado

Se ha de facilitar una identificación adecuada, por lo tanto, deberá indicarse el nombre de la Entidad o la materia fiscalizada a que se refieren, tanto al inicio del informe como en la opinión y contenido correspondiente. La identificación del objeto auditado desde el ámbito subjetivo ha sido una de las partidas de mayor revelación, observada en un 100,00% de los casos. Efectivamente se señala al inicio del informe y en la sección correspondiente a los resultados de la fiscalización.

Partida Informativa N° 2. Destinatario(s) del Informe

Debe señalar a quienes van dirigidos. Esto puede ser innecesario en procedimientos formales para su distribución física. En tal sentido, se supone que el

destinatario principal del informe de control externo es el Parlamento autonómico, no obstante, también debe dirigirse al TCU, a la Intervención General respectiva, al gobierno de la CCAA y al publicarse, a la colectividad. Esta partida informativa se caracteriza por ser una de las variables observadas, contenida en los informes de forma implícita, es decir, se presume que se dirige a los usuarios. Por ello, la determinación clara del destinatario de los informes, ha sido la partida que ha obtenido la menor puntuación global de 35,31%, con un nivel bajo de revelación, y sólo puede destacarse un hecho aislado como es el caso del Informe de Fiscalización de Navarra del 2002, el cual señala expresamente a quienes va dirigido el informe y abre la posibilidad para que la colectividad o público en general se identifique y pueda utilizar la información publicada.

Partida Informativa N° 3. Razones de la fiscalización

Todos los informes deben iniciarse indicando el origen jurídico de la actuación del organismo fiscalizador en el contexto de la administración pública descentralizada, justificando la presentación de dicho informe en un marco legal, planificado, con total autoridad y validez. Todas las normas señalan la base legal que requiere que se haga referencia a la norma que le autoriza. Por lo tanto, debe dejar claro las razones, la justificación que exprese la intención y propósito de la actuación, bien sea por un mandato formal, de acuerdo a un plan o programa de fiscalización. La mayoría de los informes en el sector público y en todos los casos y ejercicios observados se inician con la base legal que provee al ente fiscalizador la autoridad para efectuar la actuación de la fiscalización anual de las cuentas correspondientes. Las razones de la fiscalización alcanzan una puntuación promedio de revelación de un 79,38%, exceptuado por la falta de indicaciones en algunos casos de los planes de fiscalización anual, no obstante, es evidente la marcada intención de ubicar al usuario desde el momento inicial o preliminar en la validez, formalidad y legalidad del informe que se presenta. El caso concreto de Navarra se destaca a partir del ejercicio 2003 que incluye la palabra Introducción y se observa una evolución importante en esta partida informativa de manera que como preliminar se destaca el aspecto legal que justifica y da razón de ser a la actuación.

3.2.3. Tipología de objetivos del Informe de Fiscalización

En toda fiscalización deben estar claramente definidos los objetivos generales de la misma, en el caso particular del sector público, además debe fundamentarse en la disposición legal que le provee la autoridad para efectuar la fiscalización

correspondiente a la respectiva Comunidad Autónoma para el periodo señalado. La regularidad financiera y sujeción a principios contables es el objetivo central con el que se han realizado tradicionalmente las fiscalizaciones financieras del sector público y se ocupa de verificar que los estados contables de la entidad han sido elaborados y presentados de acuerdo a los principios contables aplicables, previamente la entidad auditada debe haber registrado las operaciones, de manera que se procese y produzca información oportuna para presentarla con los documentos de apoyo o soportes a fin de efectuar la respectiva verificación por parte del OCEX respectivo.

Partida Informativa N° 4 Objetivos de Regularidad Financiera

Los fines de regularidad financiera, como se señala en la Tabla 4, abarcan tres aspectos: los principios contables, la imagen fiel y la situación, pero el principal aspecto del objetivo es verificar la utilización de los criterios básicos de contabilidad. Desde el punto de vista de las normas de auditoría pública vigentes, los principios contables públicos son la base sobre los cuales se fundamenta la calidad de la información económica financiera y garantiza la credibilidad de los datos e informes emitidos por los organismos.

Tabla 4. Objetivos de Regularidad Financiera

Normas de Origen Órgano Emisor y Año de Publicación	Principios de Auditoría Comisión de Coordinación de OCEX (1992)	Normas de Auditoría Pública IGAE (1998)	Normas Internas Audiencia de Cuentas (2003)	Normas de los Informes de INTOSAI (2007)
Párrafo #				
Expresión del contenido del texto y énfasis	4.2.4.3.(c)	6.3.3.1	3.7.146.(b)	8.(c) y 10
Verificar la utilización de los principios de contabilidad que le sean aplicables.	√	√	√	
Distinguir entre generales y particulares de imagen fiel de la entidad.			√	
Referencia a los objetivos para emitir opinión de las cuentas (Situación).	√			√

Fuente: Elaboración Propia.

Se observa a través de una análisis del contenido que en el 84,69% de las CCAA observadas se verifican los objetivos de regularidad financiera, algunos señalan que se verifica si la información financiera se presenta adecuadamente de acuerdo con los Principios de Contabilidad y el caso particular del TCPV se refiere al examen de

los principios contables aplicados, por ello debe destacarse el señalamiento común en los informes “que le sean aplicables” de manera que si existen diferentes planes de cuentas o tipos de entidades se verifiquen en cada uno la aplicación en las cuentas o principios contables que les correspondan respectivamente. La mitad de las CCAA estudiadas, específicamente: Canarias, Galicia, Madrid y Navarra, cuyos OCEX destacan la razonabilidad de la situación Presupuestaria, Económica, Financiera y Patrimonial. No lo mencionan expresamente los informes de fiscalización de Andalucía, Cataluña, País Vasco y Valencia, debe resaltarse el énfasis observado en los últimos años e informes estudiados que hacen mención de los objetivos a la situación de la estabilidad presupuestaria, y a indicadores como el déficit público y la deuda pública.

Partida Informativa N°5 Objetivos de Regularidad Legal

La regularidad legal se cumple a través de la aplicación de técnicas de auditoría de cumplimiento, también denominadas pruebas de observancia. El principal aspecto de la regularidad legal es el de verificar la utilización de la normativa vigente que le sea aplicable. Es muy importante verificar estos extremos en la fiscalización porque todos los organismos del sector público se guían por disposiciones legales para la gestión y el grado de cumplimiento de ellas permite un marco de seguridad legal a las operaciones de administración presupuestarias, económicas, financieras y patrimoniales en el periodo examinado.

La legalidad reguladora de la actividad administrativa económica financiera es general para el sector público y abarca los principios y normativa de control interno de las cuentas (Ver Tabla 5), así como también la ley de contratación pública que se valorará en los resultados de la fiscalización. Se observa a través de un análisis del contenido que en el 91,56 % de las CCAA observadas se verifica el cumplimiento de la legalidad, aun cuando debe matizarse la forma de expresar dicho cometido puesto que algunos lo vinculan con la información económica financiera y otras hacen referencia a los procesos, operaciones o gestión autonómica, como por ejemplo la revisión de la contratación administrativa.

Tabla 5. Objetivos de Regularidad Legal

Normas de Origen Órgano Emisor y Año de Publicación	Principios de Auditoría Comisión de Coordinación de OCEX (1992)	Normas de Auditoría Pública IGAE (1998)	Normas Internas Audiencia de Cuentas (2003)	Normas de los Informes de IN-TOSAI (2007)
Párrafo #				
Expresión del contenido del texto y énfasis	4.2.4.3.(c)	6.3.3.1	3.7.146.(b)	8.(c)
Verificar la utilización de la normativa vigente que le sea aplicable	√	√	√	√
Referencia a los objetivos sobre legalidad de las cuentas.				√

Fuente: Elaboración Propia.

Partida Informativa N° 6 Objetivos de Auditoría de Gestión

La eficacia, eficiencia y economía y otros objetivos de auditoría como la responsabilidad ecológica, son conocidas como las tres “E” de la Administración Pública y a las cuales se les aplicaría en la Auditoría Operativa o la Auditoría de Gestión, con el propósito de verificar el logro de objetivos con el mejor manejo de los recursos disponibles. Como puede verse en la Tabla 6 los objetivos de la auditoría de gestión, buscan medir la eficacia, economía y eficiencia del sector. El grado de cumplimiento de los objetivos es un documento que debe acompañar a la ejecución presupuestaria, pero que se complica en su presentación al tratarse de proyectos que superan un ejercicio económico, al corresponderse a gastos afectados, o al estar divididos en programas específicos, por lo que dificulta su estudio debido a su diversidad y la inconveniencia de emitir una opinión general de la eficacia o de la eficiencia del uso de recursos. Todo ello, producto de los diferentes casos que suelen presentarse, ya que los objetivos de los diferentes programas y proyectos tendrán un estatus que puede ser similar o muy desigual según sea el caso.

Tabla 6. Objetivos de Auditoría de Gestión Pública

Normas de Origen Órgano Emisor y Año de Publicación	Principios de Auditoría Comisión de Coordinación de OCEX (1992)	Normas de Auditoría Pública IGAE (1998)	Normas Internas Audiencia de Cuentas (2003)	Normas de los Informes de INTOSAI (2007)
Párrafo #				
Expresión del contenido del texto y énfasis	4.2.4.3.(c)	6.3.5.4	3.7.146.(b)	8.(c) y 22
Se especificarán referidos a los aspectos de eficacia, eficiencia y economía.	√	√	√	√
Señalar claramente objetivos de auditoría operativa y conclusiones a obtener.		√		
Auditoría operacional o de gestión con referencia a rendir cuentas.				√

Fuente: Elaboración Propia.

En medio de las limitaciones intrínsecas de la auditoría de gestión se observa revelado como objetivo de fiscalización en un 69,38% de los informes. Aun cuando el caso concreto de la Ley de Hacienda Pública de las CCAA exige que se verifique el logro de los objetivos (eficacia) y la economía de los costes de los servicios públicos. En algunos informes se expresa la imposibilidad de emitir una opinión general de la auditoría operativa o de resultados, como una limitación en los objetivos de la fiscalización de la gestión, debido a la ausencia de una contabilidad de costes, que permita hacer un estudio de los datos para la verificación de la eficiencia y economía. Aún falta por alcanzar la revisión de la eficacia, eficiencia y economía en la mayoría de las CCAA. En algunos casos por falta de una normativa legal que obligue a los entes involucrados a desarrollar una auditoría integral que evalúe conjuntamente con las cuentas los resultados de la gestión y la utilización de los recursos públicos y en otros por falta de información y documentación necesaria que efectivamente permita a los OCEX realizar una fiscalización de los resultados, de gestión y de costes (economía y eficiencia).

Partida Informativa N° 7 Fecha de terminación de los trabajos

Especificar las fechas del proceso de auditoría es muy importante para ubicar al usuario en el transcurso de los acontecimientos, cuando se recibió la información, cuando se terminó el trabajo de campo, el trámite de alegaciones y la aprobación definitiva del Informe de Fiscalización, esta información es requerida solamente por

la Comisión de Coordinación de OCEX (1992) en el párrafo # 4.2.4.8, por lo tanto es una partida obligatoria, y su utilidad radica en poder delimitar la responsabilidad por eventos o situaciones posteriores al cierre, pero antes de la terminación del trabajo de campo. Esta partida alcanza una valoración promedio de 61,56%, un valor medio, por numerosos informes que no indican expresamente dichas fechas. En el contexto de los hechos posteriores que puedan afectar la información financiera, el contenido del informe y la validez de las opiniones emitidas producto de la fiscalización, es importante para los usuarios, conocer la cadena de fechas: aprobación de cuentas por la CCAA, rendición al OCEX, fechas del proceso de Alegaciones, aprobación del OCEX y emisión al Parlamento, y así identificar los días transcurridos en cada uno de los procesos hasta la publicación del informe aprobado por el Parlamento respectivamente.

Partida Informativa N° 8 Período Auditado

La especificación temporal alcanza un índice de revelación del 100% y lo señalan todas las normas y debe indicarse con las cuentas y balances, además de especificar cuándo se corresponda a periodos anteriores o posteriores, es fundamental pues se relaciona con el principio del periodo contable. La indicación del ejercicio al que se refiere la fiscalización, es una variable totalmente revelada puesto que los informes son anuales e indican el periodo contable, indicándose al inicio del informe, en el alcance de las cuentas auditadas y en los resultados de fiscalización.

3.2.4. Alcance del trabajo, metodología y limitaciones (resultados de la fiscalización autonómica)

Desde la planificación de una auditoría debe delimitarse hasta donde abarcará la misma y destacar en qué aspectos pondrá énfasis el examen de acuerdo a los objetivos y las circunstancias. Con la intención de garantizar la calidad y transparencia en el trabajo de revisión deben revelarse los procedimientos de auditoría que se aplican para generar credibilidad en el ente auditado y los usuarios del informe.

En la sección de resultados se ha observado menor énfasis, y las partidas se presentan de manera implícita en el contenido de los informes. El informe debe incluir una referencia al alcance de la fiscalización. La mayoría de los OCEX son muy concretos al definir el alcance, vinculándolo directamente con los objetivos planteados y limitándose a la revisión de las cuentas que por disposición legal expresa se ha encomendado. Debe destacarse que en este apartado del Alcance generalmente adicionan los procedimientos o metodología del trabajo de fiscalización, de manera

que dejan en evidencia los hallazgos y las principales técnicas de auditoría aplicadas en términos muy generales.

Partida Informativa N° 9 Alcance del Examen

En situaciones normales, como se señala en la Tabla 7, se considera suficiente la manifestación de que el examen o fiscalización se ha realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas, habiendo incluido todas aquellas pruebas selectivas o procedimientos técnicos considerados necesarios, de acuerdo con las circunstancias. En algunos casos a través del alcance se expresa que no hubo limitaciones, esto implica que no han existido factores externos restrictivos a la fiscalización de las cuentas objeto de examen, de ningún tipo, así como en la aplicación de las técnicas correspondientes y que se han practicado todas aquellas pruebas consideradas imprescindibles en auditoría. El índice de revelación de esta partida alcanza el 77,81%, manteniendo una línea estándar durante los períodos consecutivos. Existe una tendencia de la Sindicatura de Cuentas de la Comunidad Valenciana distingue el alcance general de la fiscalización, de la auditoría operativa, de los procedimientos y metodología de fiscalización.

Tabla 7. Alcance del Examen

Normas de Origen Órgano Emisor y Año de Publicación	Principios de Auditoría Comisión de Coord. de OCEX (1992)	Normas de Auditoría Pública IGAE (1998)	Normas Internas Audiencia de Cuentas (2003)	Normas de los Informes de INTOSAI (2007)
Párrafo #				
Expresión del contenido del texto y énfasis	4.2.4.4.(a)	6.3.3.2	3.7.146.(c)	8.(c)
Manifestación de que el examen o fiscalización se ha realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas.	√	√	√	√
Se hará mención expresa del tipo de comprobaciones efectuadas en la evaluación de la información y en la formación del juicio u opinión.		√		
Esta información establece los límites de la auditoría.				√

Fuente: Elaboración Propia.

Partida Informativa N° 10 Metodología y procedimientos

En los Informes de Fiscalización, generalmente, se definen dentro del alcance de la fiscalización los procedimientos, añadiendo de manera breve y en algunos casos más específica los procedimientos y metodología de fiscalización. La normativa describe esta partida como una cualidad relacionada con las técnicas de auditoría más aceptadas. La valoración de la partida de la metodología y los procedimientos aplicados ha alcanzado el 65,63%, en situaciones concretas o áreas específicas de estudio ha de ser conveniente especificar las técnicas aplicadas en dichas parcialidades o a la entidad auditada; además, en su redacción y presentación puede variar según los casos.

Partida Informativa N° 11 Limitaciones al Alcance

La posibilidad de que existan limitaciones sobre el alcance (Tabla 8), proviene en general de factores externos a la organización de la fiscalización, susceptibles de impedir a los auditores una formulación objetiva de sus opiniones. Pueden encontrarse y señalarse numerosos obstáculos vinculados con los sistemas de información y gestión, para medir la eficacia, economía o eficiencia. Empero, se debe señalar las limitaciones de alcance del informe, la existencia de limitaciones no es un elemento negativo en sí, lo importante es mencionar o explicar su posible incidencia sobre los resultados de la fiscalización. A pesar de ser una variable que puede no encontrarse se ha identificado en un 79,38% de los casos, lo cual evidencia que existen factores importantes incidiendo en las actuaciones de los OCEX de las CCAA durante el periodo estudiado.

Tabla 8. Limitaciones al alcance de la fiscalización

Normas de Origen Órgano Emisor y Año de Publicación	Principios de Auditoría Comisión de Coordinación de OCEX (1992)	Normas de Auditoría Pública IGAE (1998)	Normas Internas Audiencia de Cuentas (2003)	Normas de los Informes de INTOSAI (2007)
Párrafo #				
Expresión del contenido del texto y énfasis	4.2.4.4.(a)	6.3.3.2	3.7.146.(e)	12.(a)
Si existen limitaciones en el alcance (previa o posterior) que afecten a la opinión o conclusión, deberán exponerse en detalle.	√	√	√	√
Indicando sus causas y consecuencias.		√	√	
Indicando su relevancia para los objetivos fijados		√	√	
Si no existiese ninguna restricción, se haría constar		√		

Fuente: Elaboración Propia.

Partida Informativa N° 12 Cuentas o hechos auditados

Se observa la tendencia a ampliar la explicación del objeto de examen, es decir las cuentas y entes que han sido fiscalizados, todo ello coincidiendo con las disposiciones de la LGP 47/2003, se hace necesario señalar y explicar el contenido de la Cuenta General que está siendo fiscalizada. Con respecto a las cuentas o hechos auditados, las normas señalan que en cada caso se indicarán, las cuentas o hechos objeto de la fiscalización, incorporando una reproducción íntegra o resumida de la información económico-financiera examinada, las cualidades de dicha explicación debe ser suficiente, competente y relevante.

Partida Informativa N° 13 Muestras Utilizadas

Debe revelarse si se han utilizado muestras estadísticas, la magnitud y criterios de las mismas, esta partida se ha observado contenida parcialmente en el desarrollo de los resultados de fiscalización, por lo tanto, ha alcanzado un valor de 55,63%. Asimismo, el informe debe asegurar a los usuarios que esos datos en que se ha basado son suficientes, creíbles y fiables.

Partida Informativa N° 14 Normativa legal básica y específica

Se ha observado diversidad de formatos pues algunos OCEX presentan un epígrafe dedicado a resumir las disposiciones legales que afectan principalmente a las CCAA, en consecuencia la partida alcanza un 76,56% de revelación, ciertamente puede llegar a ser muy extensa toda la normativa, por ello, algunos se limitan a resumir las principales normas consideradas para la fiscalización al inicio, en la introducción y otros las colocan en un listado como anexo para que el usuario pueda consultarlas, si le interesa.

Partida Informativa N° 15 Principios Contables y de Gestión

La intención de este epígrafe es la de presentar al usuario un resumen que recoja las principales políticas contables y de gestión de las entidades auditadas, la referencia descriptiva forma parte del resultado de fiscalización, puesto que solo resaltará los aspectos de mayor importancia, interés o impacto en la información financiera para el periodo auditado. La revelación global alcanza el 49,06% de los casos observados, debido a una escasa especificación de los criterios y prácticas contables y de gestión aplicada.

Partida Informativa N° 16 Aprobación de la Información

La norma general señala que se requiere la descripción de la información objeto de examen e indicación de sí la información examinada ha sido aprobada formalmente por el órgano correspondiente. La Comisión de Coordinación de OCEX (1992) en el # 4.2.4.5. La aprobación de la información objeto de examen alcanza un 45,63% de revelación, y en muy pocos casos manifiesta que ha sido aprobada.

Partida Informativa N° 17 Organización y Control Interno

La descripción de la organización y el sistema de control interno correspondiente. Es una partida estipulada por la Comisión de Coordinación de OCEX (1992) en el # 4.2.4.5, e indicado por el TCu # 137(b) al señalar que deben incluirse las características más importantes de la entidad, así como las unidades a las que se les atribuye la gestión de la actividad sometida a fiscalización, en términos generales se revela en un 62,19% de los casos estudiados.

Partida Informativa N° 18 Antecedentes de la Organización

Los antecedentes de la entidad auditada, ámbito geográfico, actividad y características económicas es una exigencia de la Comisión de Coordinación de OCEX (1992) en el párrafo # 4.2.4.5, las normas de Auditoría Pública restantes solo hacen referencia a la Información introductoria del informe, que debe expresarse de manera conjunta al ámbito de fiscalización, con relación al objeto auditado. Extrapolando las tendencias del sector privado, el requerimiento de indicar esta información se relaciona a casos de posibles cambios, adiciones, eliminaciones, evolución, conformación y alcance de las actividades de la entidad auditada. No obstante, se ha revelado en un 69,06% de las veces.

Partida Informativa N° 19 Rendición de Cuentas al OCEX

La rendición de cuentas al OCEX representa información voluntaria que se puede suministrar, ya que la norma de la Comisión no contempla expresamente el requerimiento de dicha información, sin embargo, las normas internas de fiscalización del TCu (1997: #138) señalan la necesidad de que el informe comente si el ente sujeto a la fiscalización ha rendido cuenta al órgano de control correspondiente en la forma y tiempo oportunos. Esta partida informativa vincula al OCEX con la rendición de de cuentas que deben hacer las CCAA oportunamente. La norma interna de fiscalización de la Audiencia de Cuentas del 2003 también destaca el control

de la rendición de cuentas de las entidades, previamente a la planificación de las actuaciones de fiscalización autonómica, en el párrafo # 147. Cuando proceda, en el informe se pondrá de manifiesto si la entidad fiscalizada ha cumplido regularmente con su obligación de rendir cuentas al OCEX, y las incidencias relacionadas con dicha obligación. Esta partida alcanza una valoración alta del 80%, destacándose en algunos informes que señalan en la sección introductoria, la oportunidad de la entrega y rendición de cuentas por parte de la Intervención General dentro de los lapsos previstos.

Conclusiones

Se evidencia una tendencia a la descentralización y mayor autonomía en la gestión pública de las regiones y comunidades que geográfica y políticamente gestionan competencias de beneficio colectivo, acompañado de un incremento en el número de OCEX autonómicos con función y potestad fiscalizadora para optimizar la emisión de informes estandarizados y oportunos, que generan y determinan indicadores de revelación de información auditada de aspectos generales y resultados.

Los sistemas de rendición de cuentas de las CCAA se complementan con la función fiscalizadora de los Organismos de Control Externo como lo demuestra la partida informativa de la rendición al OCEX como ente fiscalizador, constituyendo una tendencia del 80 % hacia unos indicadores de revelación de la información que en promedio de las CCAA de la muestra tienden a satisfacer los requerimientos con valores altos y aceptables.

Se observa una coincidencia en los aspectos generales e introductorios de los Informes caracterizando con un nivel Informativo importante de las partidas informativas básicas. Los informes de fiscalización analizados que son elaborados y publicados por los OCEX para las Administraciones Autonómicas se corresponden con los elementos básicos de los informes de auditoría, explican el cumplimiento de los principios de Contabilidad Pública y expresan los resultados de la fiscalización autonómica. Las experiencias observadas en la rendición de cuentas de las CCAA de España permiten proponer los elementos primordiales de las buenas prácticas en la fiscalización de los OCEX, tales como la mayor especificación de los objetivos que verifiquen la gestión y se soporten en el análisis de los costes de la gestión autonómica, datos de ejecución presupuestaria, verificación del déficit presupuestario y endeudamiento autonómico en términos de una Contabilidad Nacional con indicadores macroeconómicos de las regiones autonómicas.

Referencias

- Abellán López, M. A., & Aldeguer Cerdá, B. (2017). Los Órganos de control externo (OCEX): una aproximación desde la perspectiva de las Relaciones Intergubernamentales. *Revista Vasca Administración Pública*, 109-I, 311-338.
- Armet I Coma, L. (2004). Control Externo del Sector Público. *Revista Española de Control Externo*, 6(16), 105-122.
- Benítez Palma, E. (2017). La convivencia entre los Órganos de Control Externo (OCEX) y las Agencias Autonómicas de prevención y lucha contra la corrupción Consejero. *Auditoría Pública*, 69, 9 – 18.
- Díaz Riffo, P. (2007). Un índice de transparencia financiero-contable para las empresas chilenas. *Capiv Review*, 5, 9-18.
- Erbiti Zabalza, F. (2003). La comunicación: asignatura pendiente de las instituciones de control. *Auditoría Pública. Revista de los Órganos Autonómicos de Control Externo*, 30, 4-13.
- Fernández Llera, R. (2010). Fiscalización de la Gestión Pública en los Órganos de Control Externo de las CCAA. Presupuesto y Gasto Público. *Revista de la Secretaría General de Presupuestos y Gastos. Instituto de Estudios Fiscales*, 57, 135-154.
- García-Meca, E., & Martínez-Conesa, I. (2004). Divulgación voluntaria de información empresarial: Índices de Revelación. Partida Doble. *Revista de Contabilidad, Auditoría y Empresa*, 157, 66-77.
- Giroux, G., & McLelland, A. (2003). Governance structures and accounting at large municipalities. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22(3), 203-230.
- González Díaz, B. (2005). La actuación de los Órganos de Control Externo en la fiscalización de las Universidades Públicas. *Hacienda Pública Española. Revista de Economía Pública*, 172(1/2005), 145-177.
- González Díaz, B. (2003). La rendición de cuentas de las universidades a los OCEX: su compleja normativa. *Auditoría Pública. Revista de los Órganos Autonómicos de Control Externo*, 35, 65-71.
- González Díaz, B. (2002). Información contable de las Universidades y su utilidad para los Órganos de Control Externo. (tesis de Doctorado). España: Universidad de Oviedo.

- Hernández Fernández, J. (1999). Estudio comparativo de las memorias elaboradas por los OCEX. Auditoría Pública. Revista de los Órganos Autonómicos de Control Externo, 17, 54-59.
- Hernández Fernández, J. (1996). Estudio Comparativo de los Informes de Fiscalización elaborados por los órganos técnicos de Control Externo: Especial referencia a los entes territoriales. (tesis de doctorado). España: Universidad de Murcia.
- López Hernández, A. M., & Minguillón Roy, A. (2017). Las fiscalizaciones de cumplimiento realizadas por los OCEX: normas técnicas, ejecución e informes. Revista Española de Control Externo, XIX(56), 15-42.
- Ordoki Urdazi, L. (2013). El control de calidad de los trabajos e informes de los Órganos de Control Externo (OCEX). Auditoría Pública, 59, 29 – 37.
- Riera López, M. (2013). OCEX y Redes Sociales: ¿Necesidad o Reto? Auditoría Pública, 60, 97 - 103.
- Sanz-Santolaria, C. & Kot-Meza, A. (2006). Transparencia de la información en internet del sector no lucrativo en España. Partida Doble. Revista de Contabilidad, Auditoría y Empresa, 183, 96-105.
- Valencia Tello, D. C., & De Chueiri, V. K. (2015). Accountability, rendición de cuentas y controles a la administración. ¿Cómo funcionan en Argentina según el ordenamiento jurídico vigente? Opinión Jurídica, 15(29), 165-185.

Las organizaciones, el control y la auditoría interna

Organizations control and internal audit

Recibido: Junio 03 de 2017 - Evaluado: Septiembre 06 de 2017 - Aceptado: Diciembre 08 de 2017

Eli Saul Rojas Ruíz*

Para citar este artículo / To cite this Article

Rojas Ruíz, E. S. (Enero-Junio de 2018). Las organizaciones el control y la auditoría interna. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (125-145).

Resumen

El mundo cambio, las organizaciones cambiaron y el concepto de auditoría también lo hizo, es por ello que la auditoría interna dentro del control de las organizaciones, está encaminada en estos momentos, en apoyar a los miembros de la empresa en el desempeño de sus actividades. Para ello, la auditoría interna le proporciona análisis evaluaciones, recomendaciones, asesoría e información concerniente a las actividades revisadas. El presente trabajo tiene como objetivo debatir los conceptos e importancia de las organizaciones, el control y la auditoría interna. La metodología utilizada fue la revisión documental y la fundamentación de entrevistas a expertos en el área. El crecimiento de las organizaciones y la incorporación de nuevas tecnologías han orientado la obligación de optimizar los procesos de control, de allí parte la necesidad de implantar la unidad de auditoría interna. La auditoría interna en la era del conocimiento y la tecnología de la información, está enfocada hacia nuevos roles, con la utilización del control tecnológico, como las herramientas de instrumentación, tecnología de la información, sistemas autorregulables, procedimientos encadenados, la robótica y diseños asistidos por computadoras. El nuevo rol del auditor interno en

* Magister en Ciencias Contables por la Universidad de los Andes de Venezuela. Profesor Asociado adscripto al Departamento de Contabilidad y Finanzas y Jefe de Cátedra de Contabilidad de Costos en la Universidad de los Andes de Venezuela. Presidente del Colegio de Contadores Públicos del Estado Mérida – Venezuela. Email: elisaul@ula.ve y elisaul19@hotmail.com.

la empresa de hoy, se enfoca en evaluar el grado de exposición al riesgo en que se encuentran las organizaciones y sus posibles repercusiones, cumplimientos de los controles y cifras financieras, gestión del manejo de los recursos; actividades referidas al estudio de factibilidad, estrategias de rentabilidad, servicios financieros complejos y altamente riesgosos; actividades de soporte con información y asesorías; responsable de esquemas de controles preventivos y cumplimiento tributario entre otras actividades.

Palabras Clave: Auditoría, Control, Organizaciones, Estrategias

Abstract

The world changed, organizations changed and the concept of auditing also did, that is why the internal audit within the control of organizations, is currently aimed at supporting the members of the companies in the performance of their activities. For this purpose, the internal audit provides analysis, evaluations, recommendations, advice and information concerning the activities reviewed. The objective of this paper is to discuss the concepts and importance of organizations, control and internal audit. The methodology used was the documentary review and the basis of interviews with experts in the area. The growth of the organizations and the incorporation of new technologies have oriented the obligation to optimize the control processes, hence the need to implement the internal audit unit. Internal audit, in the era of knowledge and information technology, is focused on new roles, with the use of technological control, such as instrumentation tools, information technology, self-regulating systems, chained procedures, robotics and designs assisted by computers. The new role of the internal auditor in the company today, focuses on assessing the degree of exposure to risk in which organizations are and their possible repercussions, compliance with controls and financial figures, management of resource management; activities related to the feasibility study, profitability strategies, complex and highly risky financial services; support activities with information and advice; responsible for preventive control schemes and tax compliance among other activities.

Key words: Audit, Control, Organizations, Strategies

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. Las organizaciones y la necesidad de control. - 2. El Departamento de auditoría interna. - 3. Implantación de la auditoría interna. - 4. El auditor interno. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

La auditoría interna es una actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta, concebida para agregar valor y mejorar las operaciones de una organización. Ayuda a una organización a cumplir sus objetivos aportando un enfoque sistemático y disciplinado para devaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno, así quedó establecido en el marco de las Normas Internacionales para el Ejercicio de la Auditoría Interna (2004). Para Morales (2015) desde sus orígenes la auditoría interna fue reconocida como un importante complemento empresarial, dado su papel de supervisión y cumplimiento de funciones y logro de metas organizacionales.

Las actividades de auditoría interna son ejercidas en ambientes legales y culturales diversos, dentro de organizaciones que varían según sus propósitos, tamaño y estructura, y por personas dentro o fuera de la organización. Si bien, estas diferencias pueden afectar la práctica de la auditoría interna en cada ambiente, el cumplimiento de las Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna es esencial para el ejercicio de las responsabilidades de los auditores internos. En el caso de que los auditores internos no puedan cumplir con ciertas partes de las Normas por impedimentos legales o de regulaciones, deberán cumplir con todas las demás partes y efectuar la correspondiente declaración.

Los servicios de aseguramiento comprenden la tarea de evaluación objetiva de las evidencias, efectuada por los auditores internos, para proporcionar una opinión o conclusión independiente respecto de un proceso, sistema u otro asunto. Para Triana Rubio (2010) la actividad de auditoría interna debe estar libre de injerencias al determinar el alcance de auditoría interna, al desempeñar su trabajo y al comunicar sus resultados. El mundo en el que opera la función de auditoría interna no deja de cambiar. Según Gómez López (2015) la auditoría interna se ha venido ocupando del control interno organizacional. Los grupos de interés esperan cada vez más de las organizaciones. La administración del riesgo en la comunidad de negocios se presenta como una herramienta diferenciadora entre una organización y otra, de allí se deriva la importancia y la necesidad de la unidad de auditoría interna.

Según Sánchez & Calderón (2012), la comunidad de negocios enfrenta un mundo altamente cambiante, dinámico y competitivo, donde existe una alta competencia organizacional por poseer liderazgo, donde existen y se comparten grandes flujos de información y donde se lucha cada día por adecuar y controlar la información para la toma de decisiones que lleven a la organización a una mayor rentabilidad.

Para Pricewaterhouse Coopers (2011), la mayoría de las organizaciones reconoce que la función de auditoría interna, dada su visibilidad y su campo de acción en todas las áreas y niveles de la organización, cuenta con el posicionamiento estratégico necesario para ayudar a la organización a abordar los importantes retos y riesgos a los que se enfrenta.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cuáles son los conceptos e importancia de las organizaciones, el control y la auditoría interna?

2. Metodología

Para obtener los datos de esta investigación, deben seleccionarse distintos métodos y técnicas que permitan obtener la información. Por consiguiente, la investigación contiene un marco metodológico que guía el conjunto de procedimientos lógicos, técnicos y operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de sistematizarlos, ponerlos de manifiesto para así descubrir y analizar los supuestos del estudio. La presente investigación se desarrolla como no experimental. Balestrini (2002), señala al respecto lo siguiente: la investigación no experimental se ubica en las investigaciones exploratorias, descriptivas, donde se observan los hechos estudiados tal como se manifiestan en su estado natural, y en ese sentido, no se manipulan manera intencional las variables.

El estudio también tiene carácter descriptivo, López (2002) lo define como aquella que reseñan las características o rasgos de una situación o fenómeno objeto de estudio. Una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto.

Según opinión de Morillo (2007) las técnicas utilizadas para esta investigación fueron la técnica de observación documental. Esta técnica constituye un punto de partida en el análisis de las fuentes documentales; mediante las lecturas generales se inicia la búsqueda y observación de hechos presentes en los materiales escritos consultados, el objetivo es captar planteamientos esenciales y lógicos que contribuyeron con el logro de las metas trazadas.

3. Plan de redacción

3.1. Las organizaciones y la necesidad de control

El control para las organizaciones tiene como propósito de acuerdo en opinión de Ferretti (2015) preservar la existencia de la misma y apoyar a su crecimiento, además de su desarrollo. Los controles son procedimientos y medidas que se aplican sobre las acciones, actividades y procesos, el fin es proteger los activos y orientar los objetivos organizacionales. El entorno de control según Navarro Stefanell & Ramos Barrios (2016) es el ideario general de la entidad y es asimilable a la cultura de la organización, entendida como las maneras, las formas, los procedimientos y los métodos con que la organización viene actuando habitualmente.

En la actualidad, asegura Cepeda (2000), el control representa una actitud, un compromiso de todas y cada una de las personas de una organización en un clima estable de trabajo, desde la gerencia hasta el nivel más bajo. Una organización podrá sentirse satisfecha con el control interno implantado en la medida en que este instrumento le permita alcanzar sus metas y objetivos de manera eficaz y eficiente y de acuerdo con las normas. Según Hernández (2016), la auditoría interna se desarrolla como un órgano consultor, estableciendo mayores lazos de trabajo con la dirección, como herramienta de apoyo para la gestión.

Cada tipo de empresa tiene su función en el ambiente económico, y esa función determina mucho la forma de gestionar. Cada proceso tiene su propia forma de organizar actividades para conseguir los fines. La necesidad de una auditoría interna se pone de manifiesto en opinión de Dos Santos & Guevara Graterón (2005) en una empresa a medida que esta aumenta su volumen, extensión geográfica y complejidad, lo que hace imposible el control directo de las operaciones por parte de la dirección. Para Ortiz & Cruz, (2012) el examen sobre la importancia del control interno empresarial se manifestó inicialmente en el sector privado, donde se reconoció que éste era fundamental e indispensable, en virtud del crecimiento de las organizaciones, el volumen y la complejidad de las operaciones y niveles de riesgo, es así como responsablemente grupos empresariales sintieron la necesidad de crear sus departamentos de auditoría interna.

La evolución de las organizaciones en el tiempo, ha traído consigo la aplicación y adaptación de nuevos modelos para el seguimiento y control de operaciones, a continuación, se presenta como los enfoques de auditoría en general han cambiado en el mundo de los negocios (figura 1).

Figura 1. Evolución histórica de la auditoría

	EDAD MEDIA	INDUSTRIAL	INFORMATICA
Componente Principal	Inventarios	Legalidad	Tecnología de la información
Énfasis Organizacional	Patrimonio	Jerarquías	Cadena de Valor (procesos)
Materia prima	Datos	Estados Financieros	Conocimientos (procesos)
Definición	Detectar Fraudes	Pruebas	Aseguramiento Calidad
Criterio	Lo que diga el Inventario	Lo que diga la Norma	Lo que aporta La Organización

Fuente: Elaboración propia a partir de (Arens & Loebbecke 1996, p. 132).

Es necesaria la creación de marcos normativos y estructuras que permitan orientar el ejercicio profesional para dar respuesta a los objetivos organizacionales. Acota López Díaz (2013) que el mundo ha cambiado de forma dramática en los últimos 20 años, el entorno para los negocios se hizo diferente y los avances de la profesión contable en materia normativa han sido muy limitativos.

3.2. El Departamento de auditoría interna

El departamento de auditoría interna para Suárez (1991), es la unidad organizacional que tiene la función de evaluar permanente e independientemente en cada organización si el sistema de control interno está operando efectiva y eficientemente. En el pasado la auditoría interna no fue vista como independiente por el hecho de la dependencia salarial de dicho departamento, situación que no guarda relación con los nuevos enfoques aplicados actualmente. Desde sus orígenes comenta Arias González (2018), la auditoría interna fue reconocida como un importante complemento empresarial, dado su papel de supervisión y cumplimiento de funciones. Para Borrajo Domínguez & Iturriaga Miñón (2003), La auditoría interna en la actualidad ha cambiado su alcance y objetivo, pasando de ser un órgano de control a un órgano consultor o staff de la dirección de las organizaciones, jugando un papel determinante en el reforzamiento de la transparencia empresarial.

El objetivo primordial de este departamento según Whittington (2000), es asesorar a la alta gerencia para fortalecer los controles internos existentes, sugerir nuevos controles, así como promover la eficiencia de los procedimientos existentes.

Afirma Montilla Galvis & Herrera Marchena (2005), que la auditoría interna se debe construir mediante un pensamiento coherente con la realidad que brinde guías de orientación y reflexión a la organización, ampliando horizontes y derrumbando los obstáculos que no le permiten crecer.

La auditoría interna no debe hacer parte del procesamiento de las transacciones. ¿Cómo examinar operaciones realizadas por un departamento, donde se participó en el procesamiento de datos? La intención del equipo de auditoría interna según Dorta Velázquez (2005), es optimizar los procesos, tener independencia mental, de criterio y poder evaluar el control interno en forma adecuada, es además una actividad de evaluación independiente, dentro de la organización, cuya finalidad es el examen de las actividades contables, financieras, administrativas y operativas, cuyos resultados constituyen la base para la toma de decisiones en los más altos niveles de la organización.

Esta función debe ser desempeñada por unidades o grupos interdisciplinarios altamente calificados en los aspectos administrativos, técnicos, operativos, organizacionales y de control de la organización. Dentro de las principales características de la auditoría interna, según Pérez López & Pérez López (2014), tenemos:

- a. Es una función inscrita en la estructura de la organización.
- b. Analiza la veracidad de la información que se reporta a la gerencia.
- c. Informa sobre el cumplimiento y mantenimiento de la eficacia, eficiencia y economía en los sistemas y procedimientos dentro de la organización.

Entre los principales objetivos que persigue la auditoría interna se encuentran los especificados en la figura 2.

Figura 2. Objetivos de la auditoría interna

USUARIOS	OBJETIVOS
Alta Gerencia	Dar recomendaciones para fortalecer el control
Áreas Operativas	Evaluación independiente y de manera continua
Entorno Externo	Confianza y aseguramiento de operaciones
Dpto. Auditoría Interna	Posición crítica frente a la información y observar el cumplimiento del deber

Fuente: Elaboración propia a partir de (Suárez, 1991, p. 89).

Dentro de las funciones de la auditoría interna según Franco Ruiz (2001), se destacan las relacionadas con las actividades de planeación del ejercicio del control, la verificación de que éste sea ejercido realmente por los funcionarios, el fomento de la cultura del autocontrol en toda la organización, el apoyo a los directivos en el desarrollo de sus obligaciones y el reporte oportuno a la administración de la organización de los hallazgos tanto negativos como positivos que se hagan, además de un proceso de aprendizaje continuo.

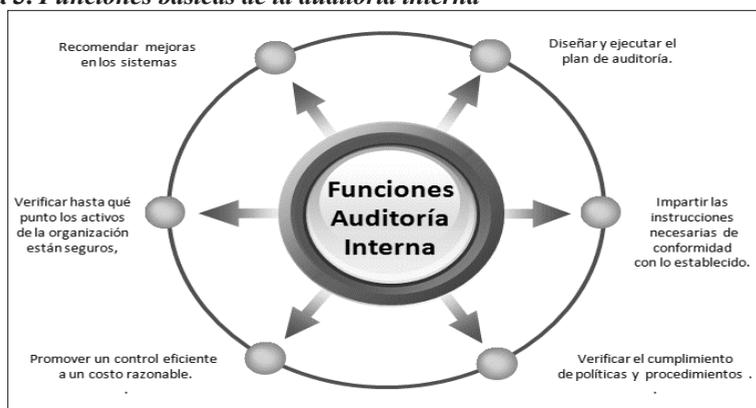
Para Etkin (2009), el aprendizaje viaja más allá de la simple definición estructurada y estática, uno de los elementos fundamentales son las bases de los comportamientos organizacionales sustentados por la experiencia en los procesos aportados por quienes la conforman. En opinión de Villardefrancos Alvarez & Rivera (2006) las funciones de la auditoría interna tienen sobre todo un carácter asesor, sin un componente operativo distinto del que lógicamente se requiere para formar un juicio sobre la materia que se esté analizando, en otras palabras no es creada esta unidad, para ejercer el control, sino para ayudar al resto de las unidades operativas de la organización. Según Barrantes, Molero & Ruiz (2001), el control interno debe ser ejercido por los funcionarios de la organización, como un desarrollo natural de sus actuaciones administrativas. Esta es la razón por la cual dicho control debe estar inscrito en los propios procedimientos, de tal manera que el empleado competente pueda efectuar su actuación administrativa, y, al mismo tiempo, verificar que ella cumple con todos los requisitos establecidos por el sistema de control.

Cuando hay una debida identificación de los empleados con los objetivos de la organización según Rezaee, McMikle, Sharbatogblie & Elam (2004), el autocontrol no sólo es una conveniencia administrativa, al permitir que cada quien participe en la tarea del control, sino que es un incentivo directo para hacer del sistema de control un mecanismo verdaderamente útil, y sin duda una manera de aseguramiento de calidad de las operaciones.

El éxito de la auditoría interna en opinión de Ocampo, Trejos & Solarte (2010), se mide, en gran parte, en función del compromiso organizacional que se logre promover en relación con el tema, la posibilidad real de educar ampliamente acerca del concepto de control interno, la ayuda especializada que esta unidad organizacional ofrezca a la gerencia general y cada uno de los empleados en el diseño, la implantación y el fortalecimiento del Sistema de Control Interno a través de su evaluación y revisión permanente. Así mismo exponen Carrión, Mendoza & Vera (2017) que la auditoría interna mide donde se encuentra la organización, hacia donde están dirigidos los programas de desarrollo y si existe necesidad de

modificar planes para lograrlos. Para Stephen (1993), el liderazgo tiene una relación directa con la conducta ética organizacional, independientemente que un empleado tenga su ética personal y de que la administración se esfuere por desarrollar un código ético para la organización, si los altos mandos de la organización actúan de manera poco ética y de poco cumplimiento al ambiente de control, implícitamente estarán fomentando que sus empleados hagan lo mismo. Pero también ocurre lo contrario, si los líderes que exhiben visiblemente normas éticas y de control elevadas se convierten en modelos de roles para los otros miembros de la organización. Entre las funciones básicas de la auditoría interna se encuentran las especificadas en la figura 3.

Figura 3. Funciones básicas de la auditoría interna



Fuente: Elaboración propia a partir de vSuárez, 1991, p. 153).

El fin de mantener la sostenibilidad operativa dentro de un mundo global, es por ello que, dentro de su ejecución, es importante la sensibilización de toda la organización. Es responsabilidad de la auditoría interna comenta Galindo Dorado & Mir Fernández (2007), garantizar que los resultados de la gestión y las recomendaciones efectuadas sean objeto de consideración y decisiones adecuadas; velar por los objetivos fundamentales de la organización y rendir una labor de la más alta calidad profesional de conformidad con las normas de auditoría; guardar reserva sobre las situaciones investigadas y la información confiada.

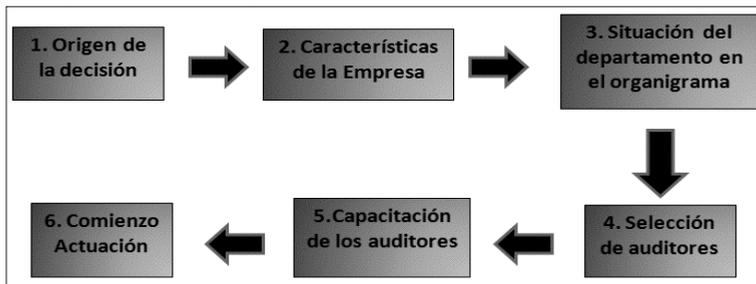
Además de las responsabilidades anteriores, a la auditoría interna le compete apoyar los fundamentos del control de la organización y la evaluación del control del clima social. Una organización o actividad en general está bajo control, según Del Cid Gómez (2002), cuando su desarrollo está orientado y constantemente

ajustado con el fin de alcanzar los objetivos previstos, con un margen de error también previsto y cuantificado; una actividad está fuera de control cuando no hay ningún mecanismo que permita asegurar que su desarrollo y objetivos estén dentro de un marco preestablecido. Debido a esta inquietud del gerente por controlar su organización, han ido surgiendo numerosas formas de control. La auditoría interna de acuerdo a Grimaldo Lozano (2014), claramente se ha convertido en una herramienta departamental fundamental, utilizada con el fin de mantener la sostenibilidad operativa dentro de un mundo global, es por ello que, dentro de su ejecución, es importante la sensibilización de toda la organización.

3.3. Implantación de la auditoría interna

La implantación y posterior desarrollo de la función de auditoría interna se debe realizar de manera organizada y con firmeza. En la figura 4 se presentan las fases necesarias para este proceso.

Figura 4. *Implantación del departamento de auditoría interna*



Fuente: Elaboración propia a partir de (Cepeda, 2000, p.312).

Es importante resaltar que este proceso depende del tamaño de la organización, este esquema se presenta como una propuesta de diseño:

Origen de la decisión

La necesidad de una auditoría interna se pone de manifiesto en una empresa según Holmes (1983), a medida que esta aumenta su volumen, extensión geográfica y complejidad, lo que hace imposible el control directo de las operaciones por parte de la dirección. Con anterioridad, el control lo ejercía directamente la dirección de la empresa por medio de un permanente contacto sobre las operaciones examinadas. La fusión y combinaciones de negocio han hecho necesario el desarrollo de esta unidad organizacional. Otro punto de vista compartido por (Biler Reyes, 2017),

está orientado a la necesidad de identificar riesgos de las organizaciones, detectar vulnerabilidades y la identificación de resultados que no coinciden con los objetivos planteados.

Características de la empresa

Las principales consideraciones que se deben tomar en cuenta en relación con la empresa son, entre otras cosas:

La estructura para la toma de decisiones, cuanto más amplia sea esta estructura, conforme a la distancia entre el nivel de dirección y el nivel de ejecución, más difícil será la toma de decisiones y, por tanto, más necesario asegurarse de la exactitud de las informaciones básicas y de una opinión imparcial del grado de cumplimiento de las órdenes emanadas del orden superior.

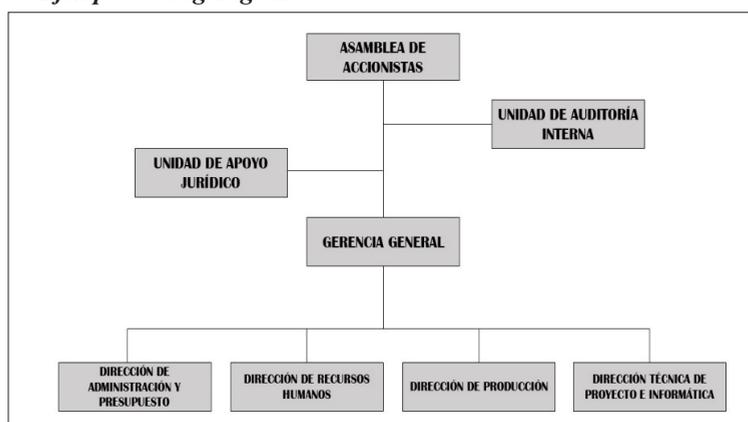
- a. La dispersión geográfica de los centros de trabajo: en caso de gran dispersión geográfica, la función de auditoría interna sirve para vigilar el cumplimiento de las órdenes emanadas del nivel central.
- b. Inversiones en filiales: estas son entidades que dirigen o controlan económica, financiera y administrativamente o en cualquier otra forma a otra u otras entidades que serán subordinadas. Para la organización matriz, éste es un motivo para la implantación de un servicio de auditoría que sirva para el control de sus inversiones.
- c. Estructura de márgenes de utilidades: a menor margen le corresponde un mayor control de gastos; labor para la cual está justificada la existencia de una auditoría interna.
- d. Los factores de la organización, debidamente ponderados en relación con el costo-beneficio del servicio de auditoría interna, es lo que hay que considerar.

Situación del departamento en el organigrama

La auditoría interna es un servicio que reporta al más alto nivel de la dirección de la organización. Para Barrantes & Ruiz (2011) tiene características de función asesora de control, por lo tanto no puede ni debe tener autoridad de línea sobre ningún funcionario de la empresa, a excepción de los que forman parte de la planta de la oficina de auditoría interna, ni debe en modo alguno involucrarse o comprometerse con las operaciones de los sistemas de la empresa, pues su función es evaluar y opinar sobre los mismos, para que la alta dirección tome las medidas necesarias para su mejor funcionamiento.

La auditoría interna solo interviene en las operaciones y decisiones propias de su oficina, pero nunca en las operaciones y decisiones de la organización a la cual presta sus servicios, como se dijo es una función asesora. Para De la Torre (2018) es conveniente una vez que decidida la situación de la auditoría interna, ésta sea publicada internamente para mejor conocimiento de todo el personal de la organización. En la figura 5 se presenta un modelo de organigrama empresarial donde se encuentra ubicado el departamento de auditoría interna.

Figura 5. Ejemplo de Organigrama



Fuente: Elaboración propia a partir de (Cepeda, 2000, p.356).

Selección y capacitación de los auditores

El personal que desarrolla efectivamente las labores de auditoría (bien sea el jefe del área, jefe de equipo de auditoría interna y auditor), debe tener un nivel de seguridad de permanencia en el puesto con independencia y objetividad, sometido a las normas de ética y conducta, capacitación, pericia y debido cuidado profesional. Para Alles (2013), este personal que integra la organización representa un valor estratégico para la misma, un nuevo enfoque se ha propuesto en los últimos años del siglo pasado y hoy es aceptado por especialistas en la materia donde afirman que el talento humano serán la clave diferenciadora de los negocios de aquí al futuro. La conformación de un departamento de auditoría interna es variable en función de la dimensión y característica de la organización.

Capacitación de auditores

Una vez seleccionadas las personas para el equipo de auditoría interna, una etapa subsiguiente es la de su capacitación. La formación del perfil profesional para

Salas Ávila & Reyes Mercado (2015) debe orientarse a dos aspectos: El conocimiento de la organización y las técnicas y procedimientos de auditoría.

Comienzo de actuación

La última etapa para conseguir la implantación de un departamento de auditoría interna es que comience a funcionar. Difícilmente la auditoría se impone. Es necesario que sea aceptada por todas las demás dependencias de la organización.

El auditor interno

Para Téllez (2004), el auditor interno debe ser elegido por el nivel jerárquico más alto en cada organización, del cual dependerá en forma directa con el fin de garantizar una cobertura total sobre la organización en la evaluación del control interno y la independencia mental y de criterio requeridas como garantía para el desarrollo de un examen objetivo y altamente profesional. En la figura 6 se puede apreciar las cualidades que se requieren de un auditor.

Figura 6. *Cualidad del auditor interno*



Fuente: Elaboración propia a partir de (Tellez, 2004, p. 205).

La actuación de los auditores está regida por principios éticos profesionales que se deben tener en cuenta, además de los deberes y obligaciones de carácter específico. La conducta ética consiste en algo más que acatar prohibiciones explícitas. Requiere un compromiso incondicional de comportamiento honorable. Adicionalmente según Santillana González (2015), los auditores deberán documentar todo el trabajo realizado que servirán de evidencia y pruebas en los informes emitidos a la gerencia.

Es responsabilidad del auditor cumplir con los siguientes principios éticos en el ejercicio de la auditoría en concordancia con las normas que lo rigen:

- Independencia, integridad y objetividad. El auditor debe mantener su integridad y objetividad y debe tener independencia mental y de criterio.

Para Vilorio (2009), la independencia se entiende como una cualidad de la persona de realizar su ejercicio profesional sin dejarse influenciar por hechos externos, o sentir restricciones o limitantes.

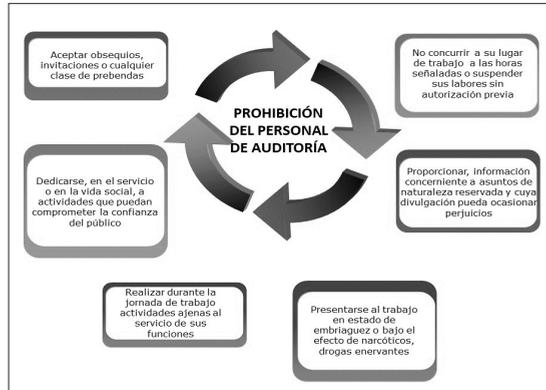
- Competencia y normas técnicas. El auditor en opinión de Silva López & Chapis Cabrera (2015) debe observar y cumplir las normas técnicas de la profesión y realizar esfuerzos continuos para mejorar la competencia y calidad de sus servicios profesionales.
- Responsabilidad hacia sus colegas. El auditor en opinión de Gamboa Poveda, Puentes Tituaña & Vera (2016) debe obrar de forma tal que fomente la cooperación y buenas relaciones entre los compañeros de trabajo; deberá abstenerse de formular, sin justa causa, conceptos u opiniones que tiendan a perjudicar a otro colega.
- Otras responsabilidades y prácticas. El auditor debe actuar en forma tal que realce el prestigio de su institución y de su respectiva dependencia.
- Confidencialidad. El auditor según Raiza Yáñez (2012) será prudente en el uso de la información que obtenga en el desarrollo de sus deberes. No utilizará información para beneficio personal ni en forma alguna que pueda perjudicar a la organización o área auditada.

Todo auditor deberá cumplir con las funciones que le sean asignadas. Las funciones del auditor interno, según Arens & Loebbecke (1996), son las siguientes:

- Planear, dirigir y organizar la verificación y evaluación del sistema de control interno.
- Verificar que el sistema de control interno esté formalmente establecido dentro de la organización y que su ejercicio sea intrínseco al desarrollo de las funciones de todos los cargos.
- Verificar que los controles definidos para los procesos y actividades de la organización los cumplan los responsables de su ejecución.
- Velar por el cumplimiento de las leyes, normas, políticas, los procedimientos, planes, programas, proyectos y las metas de la organización, y recomendar los ajustes necesarios.
- Servir de apoyo a los directivos en el proceso de toma de decisiones con el fin de que se obtengan los resultados esperados.

- Verificar los procesos relacionados con el manejo de los recursos, bienes y sistemas de información de la organización y recomendar los correctivos que sean necesarios.
- Fomentar en toda la organización la formación de una cultura de control que contribuya al mejoramiento continuo en el cumplimiento de la misión organizacional.
- Mantener permanentemente informados a los directivos acerca del estado de control interno dentro de la organización, dando cuenta de las debilidades detectadas y de las fallas en su cumplimiento.
- Verificar que se implanten las medidas respectivas recomendadas.

Para Barrera Sans & Censor Jurado (1980), la profesión de auditor interno, quizá en mayor grado que otras profesiones, requiere una vocación fuerte de compromiso organizacional. Un aspecto subjetivo del auditor es el hecho de tener una mentalidad crítica lo suficientemente desarrollada que le permita aportar una gran capacidad para relacionar hechos que conduzcan a conseguir lo los objetivos organizacionales. El auditor interno, o quien cumpla esta función según Pinilla (2000) en ningún caso deberá participar en los procedimientos administrativos de la organización a través de autorizaciones. Igualmente, como se presentan las funciones, se distinguen algunas prohibiciones que esta unidad organizativa debe considerar en la medida de sus operaciones (figura 7).

Figura 7. Prohibiciones del personal de auditoría

Fuente: Elaboración propia a partir de (Arens & Loebbecke, 1996, p. 369).

Conclusiones

El crecimiento de las organizaciones y la incorporación de nuevas tecnologías han orientado la obligación de optimizar los procesos de control, de allí parte la necesidad de implantar la unidad de auditoría interna. La auditoría interna, en la era del conocimiento y la tecnología de la información, está enfocada hacia nuevos roles, con la utilización del control tecnológico, como las herramientas de instrumentación, tecnología de la información, sistemas autorregulables, procedimientos encadenados, la robótica y diseños asistidos por computadoras.

El nuevo rol del auditor interno en la empresa de hoy para (Rojas, 1999) se enfoca en evaluar el grado de exposición al riesgo en que se encuentran las organizaciones y sus posibles repercusiones, cumplimientos de los controles y cifras financieras, gestión del manejo de los recursos; actividades referidas al estudio de factibilidad, estrategias de rentabilidad, servicios financieros complejos y altamente riesgosos; actividades de soporte con información y asesorías; responsable de esquemas de controles preventivos y cumplimiento tributario entre otras actividades.

Por otra parte, la auditoría interna presta consultoría como orientador en el cumplimiento de requisitos, desarrollo de controles, procedimientos para mejorar alternativas para la información de opciones, plataforma de procesos, políticas, planeación, sugerencias y normas. El futuro del auditor interno en las organizaciones, muestra una ventana exigente de actualización, necesita saber lo que está sucediendo en el entorno, esta actividad lo logra a través del aprendizaje continuo, necesita eliminar la cultura de estandarización, requiere especialización de procesos para

controlar los costos; exige hacer seguimientos y monitoreo de los recursos o evento, para ser proactivos, tener pre-información; detectar y establecer posibles indicadores de cambio; orientar frente a los cambios, es decir mantenimiento y actualización de los objetivos, relaciones y elementos incorporando además las mejores relaciones interpersonales. El auditor interno debe actuar como factor catalizador para acelerar la adaptación a cosas deseables, frente a dificultades de conducta humana y técnica e inhibidor para retardar o impedir cosas indeseables en la organización.

Referencias

- Alles, M. (2013). *Dirección estratégica de Recursos Humanos. Gestión por competencia*. Argentina: Ediciones Granica.
- Arens, A., & Loebbecke, J. (1996). *Auditoría. Un enfoque integral*. México: Prentice Hall. Impreso.
- Arias González, I. P. (2018). Auditoría un enfoque de gestión. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/auditoria-gestion.html>
- Balestrini, M. (2002). *Como se elabora el proyecto de Investigación*. Venezuela: Consultores Asociados.
- Barrantes, A., Molero López, J., & Ruiz, M. (2001). Auditorías financiera y operativa en los sectores públicos y privados. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 08, 1-5.
- Barrantes, A., & Ruiz, M. (2011). La consideración del auditor sobre el control interno de la entidad. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 48, 19-64.
- Barrera Sans, J., & Censor Jurado de C. (1980). La auditoría interna. Obtenido de <https://www.aeca.es/old/pub/refc/n31.html>.
- Biler Reyes, S. (2017). Auditoría. Elementos esenciales. Obtenido de <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/379/439>.
- Borrajó Domínguez, M., & Iturriaga Miñón, J. (2003). Auditoría Interna. Situación actual y perspectivas de futuro. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=647378>.
- Carrión H., Mendoza M., & Vera, C. (2017). Importancia de la auditoría interna para el perfeccionamiento de los niveles eficiencia y calidad en las empresas. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325895>.
- Cepeda G. (2000). *Auditoría y control interno*. Bogotá: Editorial Kimpres.

- De la Torre, M. (2018). Gestión del riesgo organizacional de fraude y el rol de auditoría interna. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/20166>
- Del Cid Gómez, J. (2002). Algunas notas sobre la responsabilidad de los auditores de cuentas en la Unión Europea y en España. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 06, 181-208.
- Dorta Velázquez, J. (2005). Teorías organizativas y los sistemas de control interno. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 22, 09-58.
- Dos Santos, A., & Guevara G. (2005). La contabilidad creativa y la responsabilidad de los auditores. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 16, 11-38.
- Etkin, J. (2009). *Gestión de la complejidad en las organizaciones*. Argentina: Ediciones Granica.
- Ferretti, M. (2015). Control interno y auditoría. Obtenido de <http://www.eco.unlpam.edu.ar/objetos/materias/contador-publico/4-ano/control-interno-y-auditoria/aportes-teoricos/Filminas%20-%20Control%20Interno.pdf>.
- Franco Ruiz, R. (2001). Evolución histórica del control. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 05, 195-222.
- Galindo Dorado, R., & Mir Fernández, C. (2007). Gobierno corporativo, transparencia y auditoría. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 30, 145-170.
- Gamboa Poveda, J., Puentes Tituaña S., & Vera, P. (2016). Importancia del control interno en el sector público. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833405>.
- Gómez López, R. (2015). La auditoría interna. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/rgl-genaud/li.htm>.
- Grimaldo Lozano, L. (2014). La importancia de las auditorías internas y externas dentro de las organizaciones. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13537/Importancia%20de%20las%20Auditorias.pdf;jsessionid=3C2B0D088F1D407636454DFBFA2F0B58?sequence=1>.
- Hernández, O. (2016). La auditoría interna y su alcance ético empresarial. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/257/25746579003.pdf>.
- Holmes, A. (1983). *Auditoría. Soluciones de los problemas prácticos de auditoría*. México: Editorial Hispano - americano.

- Instituto de Auditores Internos, (2004). *Normas Internacionales para el Ejercicio Profesional de la Auditoría Interna*.
- López, A. (2002). *Metodología de la investigación contable*. México: Internacional Thomson Editores, S.A.
- López Díaz, G. (2013). Los estándares internacionales de aseguramiento: necesidad y conveniencia para Colombia. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 53, 13-46.
- Montilla Galvis, O., & Herrera Marchena, L. (2005). El deber ser de la auditoría. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n98/v22n98a04.pdf>.
- Morales, S. P. (2015). Análisis de la Auditoría Interna como herramienta de apoyo estratégico al cumplimiento de los objetivos en las organizaciones. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/16696/MoralesSanchezPaolaAndrea2015.pdf?sequence=1>.
- Morillo, M. (2007). *Manual para la elaboración del estado de costo de producción y ventas en los sistemas convencionales de contabilidad de costos*. Venezuela: Consejo de Publicaciones.
- Navarro Stefanell, F., & Ramos Barrios, L. (2016). El control interno en los procesos de producción de la industria litográfica en Barranquilla. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5432120>.
- Normas Internacionales para el Ejercicio de la Auditoría Interna (2004). *The institute of internal auditors*. Florida – USA.
- Ocampo A., Trejos Buritica, O., & Solarte Martinez, G. (2010). Las técnicas forences y la auditoría. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/849/84917249019.pdf>.
- Ortiz, L., & Cruz N. (2012). La importancia de establecer políticas y procedimientos uniformes para la realización de auditorías internas. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Norman_Cruz3/publication/323782038.
- Pérez López, A., & Pérez López, J. (2014). Propuesta de salvaguardar la independencia de la función de auditoría interna. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314000023>.
- Pinilla, J. D. (2000). Teoría básica de la auditoría integral. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 02, 13-40.
- PrinceWaterHouse Coopers, (2011). *Un futuro lleno de oportunidades*. Revista *Servicios de auditoría interna*. Caracas. Venezuela.

- Salas Ávila, J., & Reyes Maldonado, N. (2015). Modelo propuesto para la detección de fraudes por parte de los auditores internos basados en las normas Internacionales de Auditoría. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5712011>.
- Sánchez, J., & Calderón, V. (2012). La auditoría como apoyo a la dirección y control de gestión del área de las compensaciones. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 51, 13-38.
- Silva López, C., & Chapis Cabrera, E. (2015). La gestión universitaria en auditoría interna a estados financieros. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v7n2/rus13215.pdf>.
- Stephen, R. (1993). *Comportamiento Organizacional. Conceptos, controversias y Aplicaciones*. México: Prentice Hall.
- Raiza Yáñez, J. (2012). Auditoría, mejoras y normas ISO: factores claves para la evolución de las organizaciones. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2150/215026158006.pdf>
- Rezaee Z, McMikle P, Sharbatogblie, & Elam, R. (2004). La auditoría continua: construyendo capacidades para una auditoría automatizada. *Revista Contabilidad & Auditoría*, 18, 09-40.
- Rojas, N. (1999). *La auditoría interna y la auditoría operativa*. Venezuela: Editorial IVC.
- Santillana González, A. (2015). Sistemas de control interno. Obtenido de http://www.pearsonenespanol.com/docs/librariesprovider5/files_rekursosmcc/santillana_sistemas_de_c_i_3e_cap16.pdf.
- Suárez Suárez, A. (1991). *La moderna auditoría*. Colombia: McGraw Hill.
- Téllez Trejo, B. (2004). *Auditoría. Un enfoque práctico*. Colombia: Editorial Thomson.
- Triana Rubio, L. (2010). La Auditoría de gestión, una solución ante los retos provocados por los escándalos financieros. Obtenido de <http://repositorio.uac.edu.co/bitstream/handle/11619/1635/La%20auditor%C3%ADa%20de%20gesti%C3%B3n%2c%20una%20soluci%C3%B3n%20ante%20los%20retos%20provocados.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Villardefrancos Álvarez, M., & Rivera Z. (2006). La auditoría como proceso

de control: concepto y tipología. Obtenido de http://biblioteca.iplacex.cl/RCA/La%20auditor%C3%ADa%20como%20proceso%20de%20control_concepto%20y%20tipolog%C3%ADa.pdf.

Viloria, N. (2009). La importancia del concepto de independencia para la auditoría. *Revista Actualidad Contable*, 12, 115-124.

Whittington, O. (2000). *Auditoría. Un enfoque integral*. Colombia: McGraw Hill.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5, 2018. p.p. 146 - 168

ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones

Análisis de la discriminación salarial en el mercado laboral a partir de las diferencias

de género: Cúcuta – Colombia

Nini Rocío Mora Durán

Liseth Katherin Panqueva

Mario de Jesús Zambrano Miranda

Análisis de la discriminación salarial en el mercado laboral a partir de las diferencias de género: Cúcuta – Colombia*

Analysis of wage discrimination in the labour market based on
gender differences: Cúcuta – Colombia

Recibido: Junio 04 de 2017 - Evaluado: Septiembre 05 de 2017 - Aceptado: Diciembre 09 de 2017

Nini Rocío Mora Durán**

Liseth Katherin Panqueva***

Mario de Jesús Zambrano Miranda****

Para citar este artículo / To cite this Article

Mora Durán, N. R., Panqueva, L. K., & Zambrano Miranda, M. D. J. (Enero-Junio de 2018). Análisis de la discriminación salarial en el mercado laboral a partir de las diferencias de género, en la ciudad San José de Cúcuta y su área metropolitana en el tercer trimestre del año 2011. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (146-168).

Resumen

El presente trabajo refleja la discriminación en el mercado laboral a partir de las diferencias salariales por género en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana en el tercer trimestre del año 2011. Se evidencia a través del coeficiente de Theil, que existen diferencias de ingresos salariales entre hombres y mujeres en la ciudad,

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto de investigación vinculado a la tesis del programa de Economía de la Universidad de Pamplona.

** Economista de la Universidad de Pamplona, Colombia. Email: nini_mora1990@hotmail.com.

*** Economista de la Universidad de Pamplona, Colombia. Email: katpan_2209@hotmail.com.

**** Magister en Gobierno y Políticas Públicas por la Universidad Externado de Colombia, Grupo de investigación Crecimiento Económico y Desarrollo Territorial (CEDT), Docente de la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP). Email: mariozambrano1883@hotmail.com.

como también la concentración del ingreso tiende a ser diferente entre grupos y al interior de los grupos.

Palabras Clave: Discriminación por Género, Desigualdad Salarial, Mercado Laboral, Brechas Salariales

Abstract

This work reflects discrimination in the labor market from the wage gap by gender in the city of Cúcuta and its metropolitan area in the third quarter of 2011. It is evident through the coefficient of Theil, there are differences in wage income between men and women in the city, as well as the concentration of income tend to be different between groups and within groups.

Key words: Ender Discrimination, Wage Inequality, Labor Market, Wage Gaps

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. Fundamentación teórica de la discriminación salarial. - 2. Resultados de investigación. - 2.1 Análisis descriptivo del mercado laboral en Cúcuta 2001 - 2010. - 2.2 Análisis de los datos del cálculo del índice de Theil. - 2.3 Análisis inferencial. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

A nivel internacional los mercados de trabajo se han caracterizado por la presencia mayoritaria de trabajadores de género masculino, lo cual ha condicionado a lo largo de mucho tiempo a las mujeres a luchar cuesta arriba en cuanto a logros laborales se refiere. Las condiciones laborales en muchas ocasiones han sido diversas y la empleabilidad de mujeres ha sido diferenciada con el trasegar de los años. El acceso a los mercados laborales de ellas ha evolucionado, las tasas de participación laboral femenina en las últimas décadas se han equiparado con respecto a los hombres. Este fenómeno de discriminación laboral se ha asociado por factores políticos, culturales, económicos y educativos que, en el mayor de los casos han distorsionado la equidad laboral en las sociedades.

Con base en esto, Meza, Mora, Chávez & Ríos (2014) afirman que: “Las investigaciones sobre este tema han argumentado que, en el mercado laboral, las mujeres tienden a sufrir mayor discriminación que los hombres. Esta situación, da lugar a que, en los análisis económicos, se establezcan mediciones y aproximaciones del problema que permitan presentar posibles soluciones en medio de la incertidumbre

de un mercado dinámico, donde ésta se convierte en una de las variables de mayor relevancia unida a los ciclos y estacionalidades de este mercado” (p.29). Esto abre el debate sobre la existencia de discriminación salarial en los mercados de trabajo vía género. El propósito del presente artículo, es analizar la discriminación en el mercado laboral a partir de las diferencias salariales por género, las cuales son explicadas por variables como el género, la edad y la experiencia, entre otras, en la ciudad de San José de Cúcuta y su Área Metropolitana durante el tercer trimestre del año 2011. Para ello, es necesario partir de una breve revisión del enfoque teórico “modelo del gusto por la discriminación” de Gary Becker, fundamentación en la que basa la investigación. Posteriormente se realiza una descripción del mercado laboral durante el periodo comprendido entre los años 2001-2010, allí se analizan variables como la Tasa Global de Participación, Tasa de Ocupación, Tasa de Desempleo, nivel de ingresos por género y rasgos característicos en el hogar.

Seguidamente se analizan y describen los datos utilizados para el cálculo del coeficiente de Theil; posteriormente se calcula el del Theil general y descompuesto, para observar la desigualdad y discriminación por género en el mercado laboral de la ciudad respectivamente, a partir de las diferencias salariales; finalmente se mostrarán los resultados de la estimación y se expondrán las conclusiones.

Esquema de resolución

1. Problema de Investigación

En los últimos años se ha reflejado un aumento en la población económicamente activa en la región, la población ocupada es mayor concretamente, y la participación laboral es creciente. Es notable el esfuerzo que han realizado las mujeres por ingresar a los mercados de trabajo y su lucha permanente por dar iniciativas para la obtención de niveles igualitarios de género y empleabilidad en la región. De lo anterior surge la siguiente pregunta ¿Existe discriminación salarial desde la perspectiva del género en la ciudad de San José de Cúcuta en el segundo trimestre del 2011?

2. Metodología

La presente investigación es explicativa no experimental, la información utilizada correspondió a los datos arrojados por la Gran Encuesta Integrada de

Hogares (GEIH)¹ compilada por el Departamento Nacional de Estadística para el tercer trimestre del 2011. Las variables utilizadas son de corte cuantitativo y cualitativo para el análisis descriptivo²: ingreso, edad, experiencia laboral, nivel educativo, sexo y estado civil. Esto con el objeto de identificar descriptivamente la discriminación salarial a partir de las diferencias entre los salarios percibidos por los hombres y las mujeres; identificando así la existencia de la discriminación salarial en contra de las mujeres. Con el propósito de cumplir con los objetivos propuestos se realizó el cálculo del coeficiente de desigualdad de Theil, el cual pretende explicar la distribución del ingreso por género en el mercado laboral. En esencia se trata de una medida que es conveniente porque permite efectuar ejercicios de descomposición, y porque reúne las propiedades de ser invariante con respecto a la escala de medición del ingreso y de ser sensibles a las transferencias de ingresos entre individuos de diferentes niveles de ingreso (Lora, 1991).

Por ello, el coeficiente Theil, se puede observar como un índice de la desigualdad que se presenta dentro y entre los grupos, para saber si esta se acentúa o disminuye. El intervalo del Theil oscila entre 0 y 1, cuando sus valores se acercan o son iguales a 0 se da una perfecta distribución de los ingresos de lo contrario se presenta la peor distribución de los ingresos, este coeficiente está dado por la siguiente fórmula:

$$T = \sum_i x_i * \ln(x_i/n)$$

Donde:

n: Total de los individuos.

x_i : Participación de cada individuo i en el ingreso total.

$\ln(x_i/n)$: Es la desviación; cuando dan valores (-) son menores que la media, por tanto cuando son (+) dan valores por encima de la media.

$x_i(\ln(x_i/n))$: Son las transferencias de ingreso entre individuos de diferentes niveles de ingreso.

¹ DANE (2016) afirma que “El objetivo central de GEIH es proporcionar información básica acerca del tamaño y estructura de la fuerza de trabajo (empleo, desempleo e inactividad), de la estructura de ingreso y gasto de las condiciones de vida de los hogares”.

² Para realizar las estadísticas del mercado laboral de la población de Cúcuta y su Área Metropolitana, fue necesario seleccionar la población de la siguiente manera: población mayor a 12 años en edad de trabajar, que se encuentre ocupada y reciba un ingreso laboral. De acuerdo a lo anterior, se evidencian que del 100,00% de la población, los hombres representan un 55,30%, mientras las mujeres un representan el 44,70%, es decir, que los hombres a diferencia de las mujeres representan un 10,60% más de la población que participa en el mercado laboral.

La ventaja del coeficiente de desigualdad Theil radica en que puede ser descompuesto por grupos de individuos; donde la desigualdad total se puede expresar como el resultado de las desigualdades dentro de los grupos, T1, y las desigualdades entre los grupos, T2, la fórmula es:

$$T = T1+T2$$

Donde:

$$T1 = \sum_j v_j * \sum_i z_{ij} * \ln(z_{ij} * n_j)$$

$$T2 = \sum_j v_j * \ln(v_j * n / n_j)$$

Con la siguiente simbología:

v_j = participación del grupo j en el ingreso total.

z_{ij} = participación del individuo i en el grupo j .

n_j = número de individuos del grupo j .

n = número total de individuos.

En el momento de realizar los cálculos del coeficiente Theil se tomó en cuenta el ingreso laboral que percibe la población ocupada y su sexo, para la ciudad de San José de Cúcuta y su área metropolitana durante el tercer trimestre del año 2011. Por lo tanto, las diferencias salariales determinan la posición de desigualdad dentro y entre los grupos de la población de hombres y mujeres en el mercado laboral.

3. Plan de redacción

3.1. Fundamentación teórica de la discriminación salarial

La discriminación se considera de carácter multidimensional y se manifiesta en la sociedad, afectando a sectores sociales, con excepción de grupos específicos privilegiados. En este caso se les da importancia a las características no económicas como el género, la edad y la experiencia entre otras; pero también a las económicas como el ingreso; las cuales, generan que individuos o grupos sufran situaciones desfavorables, discriminatorias y desiguales en el mercado laboral.

No es un tema nuevo en Colombia, pues se ha desarrollado una literatura importante, desde el análisis de las principales ciudades (Díaz, 2005), o por áreas geográficas (Barraza, 2010) centrándose en la discriminación por género para el acceso al trabajo y como explicación del desempleo (Pilonieta e Idarraga, 2006),

y de igual forma los planteamientos sobre la distribución desigual (Díaz, 2010). Aunque esta “ola” de trabajos abarca estudios de este fenómeno en América latina (Tenjo, Ribero & Bernat, 2005), suele centrarse los trabajos por países como el caso de Chile por ejemplo (Bravo, Contreras y Medrano 1999, Bravo, Contreras y Puentes 1999, Contreras y Puentes 2000, Benavente, Bravo y Montero 2003 & Contreras y Plaza 2003). En Uruguay (Rivas y Rossi 2000) y de igual forma México (De Oliveira y Ariza 2000, Martínez y Acevedo 2004, Rodríguez y Camberos 2007 & Mendoza y García 2009) y España, (Martínez 1995, Aller y Arce 2000, Gradín y Canto 2008, Peres y Castro 2014, Malo y Pagan 2015). Este florecimiento de trabajos sobre el tema también incluye análisis comparativos entre países (Valenzuela 2000, Contreras y Galván 2004, Salas y Leite 2007, Torres y Celton 2009, Rubli 2012 y Cacciamali & Tatei, 2013)³.

El mercado laboral es muy particular, la única mercancía que se puede intercambiar por dinero es el trabajo humano. Gracias a una serie de transformaciones políticas, económicas, sociales, culturales y tecnológicas, el aumento de la participación de la mujer en los diferentes entornos es cada vez mayor, esto es acaecido por diferentes condiciones como, mayor obtención de capital humano, más experticia laboral, el surgimiento de nuevas profesiones y ocupaciones, el aumento de las pequeñas empresas debido a la distribución productiva, la rígida competencia entre empresas, la necesidad de capacitación y adaptación a cambios tecnológicos en muchas profesiones u actividades laborales; trayendo consigo impactos que diferencian la remuneración de la fuerza de trabajo que ofrecen tanto los hombres como las mujeres.

El concepto de discriminación está determinado por el contexto en que vive el individuo, por ejemplo: no es lo mismo la situación de las mujeres en los años 20, que en los 90, la lucha por los derechos han sido clave para este proceso reivindicativo. Se puede mencionar que la mujer ha aumentado su inserción en el mercado laboral, sin embargo, existe pruebas que muestra una disminución no proporcional entre la brecha que existe en educación, edad, experiencia y salarios, entre hombres y mujeres que desean ofrecer su mano de obra. Es decir, que a pesar de que las mujeres cada vez participan más en el mercado laboral, todavía son las principales responsables de las labores del hogar y la familia, situación ante la cual la respuesta del mercado puede ser discriminación al recibir menores salarios o al no ser contratadas. Sin embargo, es importante tener en cuenta los ingresos femeninos;

³ Se han desarrollado todo tipo de trabajos (Sara y Ugidos 1995, Jacques y Weber 1999, Arce 2003, Dorado y Lorens 2008, y Gradín y Canto 2011) con todas las matices y complejidades.

ya que hay un gran número de mujeres que sostienen a sus hogares como cabezas de familia o en muchos casos colaboran con sus ingresos en épocas de desempleo y caída del ingreso del hogar. En síntesis, los ingresos que perciben pueden influir sobre el mejoramiento del bienestar y la calidad de vida de sus hogares.

El modelo neoclásico analiza el comportamiento de los individuos que conforman el mercado de trabajo, partiendo de que son racionales, y las fuerzas de oferta y demanda del mercado funcionan con plena movilidad y elección de recursos. Los neoclásicos dicen, que el salario tiene origen en una decisión entre el trabajador y el patrón, en el que ambos maximizan sus beneficios. El individuo labora en función de la utilidad que esta actividad le representa, por lo que estar desempleado sería una opción. En esta situación el salario estaría determinado por la productividad del trabajador, dependiendo del empleado en el desempeño laboral y perjuicio del empleador bajo ciertas condiciones de mercado. Lo que supondría que las diferencias en las funciones de ganancias, en los niveles de productividad, los perjuicios o gustos por la discriminación, y en el poder de negociación de los individuos explicarían las diferencias salariales.

El análisis de discriminación a partir de las diferencias salariales en el mercado laboral de la ciudad de San José de Cúcuta y su Área Metropolitana, se basa en el modelo económico de la discriminación de carácter competitivo, en el cual los agentes actúan de manera individual; de esta manera se tendrá en cuenta, la teoría de discriminación basada en gustos desarrollada por Gary Becker (1971)⁴, el objetivo de este autor es remediar la negligencia por parte de los economistas, al desarrollar la teoría de la discriminación en el mercado laboral, la cual se complementa con los análisis hechos por psicólogos y sociólogos al examinar las consecuencias económicas. La teoría es aplicable a todo tipo de discriminación: sexo, religión, etnia, entre otros. En este contexto, la discriminación se define como una preferencia o gusto por parte de los empleados, empleadores o consumidores.

Al poner en marcha el modelo, se debe tener claro que existe un grupo superior conformado por hombres (H) y otro inferior conformado por mujeres (M). Además, se tiene en cuenta que el producto marginal del trabajo es el mismo para ambos grupos. Por tal motivo, cabe mencionar que, si el empleador no discrimina por gusto, contratará a mujeres cuando su salario sea igual a su producto marginal. En cambio, cuando el empleador discrimina por gusto contrastan los salarios entre género y de acuerdo a estos contratan a mujeres si, y solo si, el salario más el coeficiente

⁴ Que además ha desarrollado todo un andamiaje investigativo en temas de capital humano, mercado laboral y comportamiento racional de los agentes económicos (Becker, 1957, 1982, 1983, 1993 y 2013).

de discriminación ($S + DC$) es inferior a (S). Por tanto, cuando el coeficiente de discriminación (DC) es alto, menor será el número de trabajadores del grupo inferior que contrate el empresario, evidenciándose menores salarios para las mujeres.

A partir del enfoque del gusto por la discriminación, Becker (1971), considera que, si un individuo tiene un gusto por la discriminación, él debe actuar como si él estuviera dispuesto a pagar algo ya sea directamente o en forma de ingreso reducido, asociado a alguna persona en vez de a otros. Becker sugiere que usando el concepto de coeficiente de discriminación “ DC ”, es posible dar una definición del gusto por la discriminación que puede ser usado equitativamente para empleadores, empleados y consumidores ya que a su vez permite desvelar monetariamente el trato diferencial en contra de los grupos de minoría; A continuación, se menciona la visión de Becker de cómo se presenta la discriminación en el mercado laboral (Tabla 1).

En la tabla 1 se manifiesta que los perjudicadas en este modelo son las mujeres, porque perciben salarios más bajos en comparación con el de los hombres, pero también cabe mencionar, que para Becker los empresarios con perjuicio saldrían afectados, debido a que inciden en costos salariales mayores más altos, con lo cual los costes totales medios y los precios de los productos de las empresas no discriminadoras serían inferiores a las que si incurrn en entornos discriminatorios.

Tabla 1. Discriminación laboral por sector

Empleadores	Empleados	Consumidores
Está dispuesto a tener pérdidas en su función de utilidad, debido al gusto por discriminar.	Si tiene prejuicios, los salarios son mayores, estos significan un costo más elevado para el empleador.	Si tiene prejuicios, estarán dispuestos a obtener bienes o servicios del grupo minoritario (mujer), solo si los precios de venta se reducen, es decir, que, a relación en el mercado, entre clientes y empleados discriminados (mujeres); provocaría una disminución de la rentabilidad del mercado laboral.
Si tiene prejuicios, solo estará dispuesto a contratar trabajadoras mujeres con baja remuneración, a cambio de un valor en indemnización.	si no tienen prejuicios, los salarios son menores, y estos le generan al empleador un costo menor	Hay reducción de los salarios para los trabajadores discriminados cuando solo les venden a los consumidores sin perjuicio.
A largo plazo se ve que: Los empleadores que discriminan, obtienen beneficios más bajos, por que incurrn con mayores costos.		

Fuente: Elaboración propia a partir de La Economía de la Discriminación de Becker.

En síntesis, la discriminación por gusto o perjuicio para Becker se especifica por el coeficiente de discriminación “ DC ”, que representa el costo no económico que se supone por contratar mujeres, las cuales son víctima del rechazo social. A pesar de que las condiciones entre los hombres y las mujeres son iguales, los empresarios

prefieren contratar a hombres, es decir, que la discriminación aumenta cuando las mujeres aceptan salarios más bajos que los hombres para acceder a trabajos de similares características. Expresado en forma cuantitativa, si los hombres recibieran un salario “S + DC” superior al de las mujeres, por lo tanto, el coeficiente de discriminación “DC” refleja las diferencias salariales que existen entre hombres y mujeres.

La teoría desarrollada por Becker, sugiere el supuesto de que hay empleadores a quienes les molesta adquirir mano de obra femenina, y éstos a cambios de estas decisiones están dispuestos a pagar por hacerlo, así les genere la adquisición de costes de mayores. Finalmente, Gary Becker, plantea que la discriminación se puede desdeñar desde la perspectiva del empleador, empleado o consumidor⁵.

3.2. Resultados de investigación

3.2.1. Análisis descriptivo del mercado laboral en Cúcuta 2001 - 2010

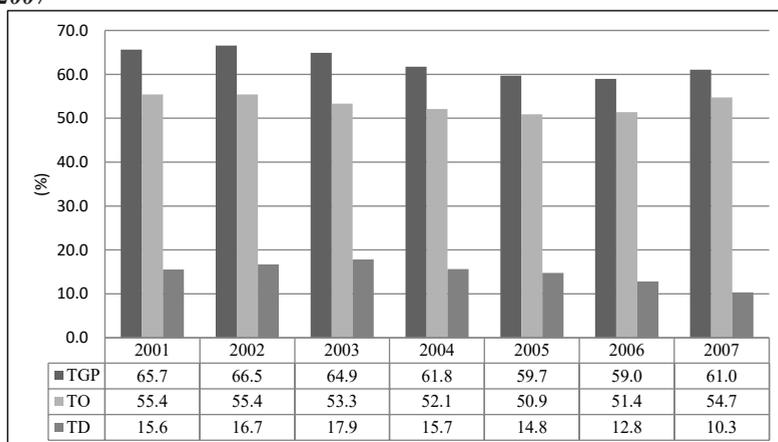
Se realiza un análisis descriptivo sobre el mercado laboral en la ciudad de San José de Cúcuta, utilizando una serie de indicadores laborales, tales como, la Tasa Global de Participación (TGP), Tasa de Ocupación (TO), Tasa de Desempleo (TD), y finalmente, la Tasa de Subempleo (TS), indicadores que evidencia el tamaño, las características y la calidad del mercado de trabajo en la región. De acuerdo a estos indicadores que proporciona el DANE sobre los indicadores mencionados anteriormente, que se encuentran dentro de la encuesta continua de hogares ECH y gran encuesta integrada de hogares GEIH se realizó una breve caracterización del mercado laboral de la ciudad de San José de Cúcuta y su área metropolitana donde se expone el comportamiento que este ha tenido a través de los años 2001 a 2011 aproximadamente.

El gráfico 1, ilustra para Cúcuta y su área metropolitana el comparativo entre 2001 y 2007 de la tasa de ocupación, y detalle que en el año 2001 fue del 55,40%, esto

⁵ Las características del modelo de discriminación de Gary Becker tenemos: Puede iniciar en el empleador, empleado o consumidor; pertenece al modelo competitivo de Altonji y Blank (1999). Hay personas a quienes les desagrada trabajar, contratar o compartir espacios de trabajo con personas del grupo discriminado (mujeres) y están dispuestas a pagar por no hacerlo. Hace parte de modelos neoclásicos determinativos, basados en la clasificación de Caín (1986). No supone información imperfecta sobre la productividad del trabajador. Se desarrolla en estructuras de monopolios o competitivas. Los empleados se clasifican en dos grupos el discriminado (inferiores–mujeres-) y el que discrimina (superior –hombres-). Los empresarios pueden perjudicarse a sí mismos, ya que pagan un costo mayor (= salarios) el cual no es necesario, en cambio donde no existe discriminación no se presentarán estos mayores costos. El resultado bajo una estructura no competitiva es un pago desigual para los empleados con igual productividad.

es 6,7 puntos porcentuales inferior a la presentada en el 2007. El 2006 fue el año de más baja participación económica, se situó en el orden del 59,00%, posteriormente tuvo ascenso a 2007 del 3.27%. Por otro lado, la población ocupada reflejó un comportamiento variado, en promedio la tasa de ocupación fue del 53,00%; el año de más baja ocupación fue el 2005, estuvo 3,80 puntos porcentuales por debajo de la presentada en 2007. Por su parte, el desempleo evidenció cifras alarmantes de crecimiento, entre 2001 y 2007, el crecimiento entre estos años fue del 6,50%. La tasa media entre 2001 y 2007 fue del 14,80%.

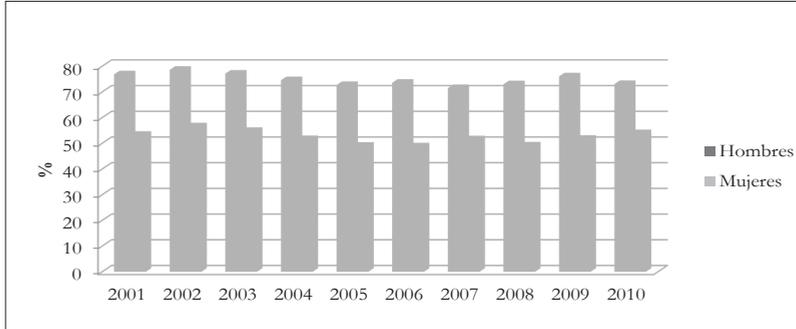
Gráfico 1: Tasa Global de Participación, Tasa Ocupación, Tasa de Desempleo, comparativo 2011 - 2007



Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

El gráfico 2 ilustra el comportamiento del nivel de participación de la población en edad trabajar para el grupo de hombres y mujeres en el mercado laboral de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, durante el periodo 2001-2010; ésta refleja fluctuaciones en el nivel de participación laboral para ambos grupos. En el 2006, la participación de los hombres y mujeres fue del 73.57% y 48.81%, 24,76 puntos porcentuales superior en los hombres, lo cual data respectivamente. La participación dejando como resultado una variación de 24,76% la baja participación e inserción de la mujer en el mercado de trabajo de la ciudad. Igualmente se observa que, en promedio los hombres tienen mayor participación que las mujeres dentro del mercado de trabajo, 30.30% más comparativamente entre 2001 y 2010. Esto amplía el panorama sobre las características que subyacen en el mercado de trabajo en la región, y pone en manifiesto el acceso la participación laboral por género en la sociedad.

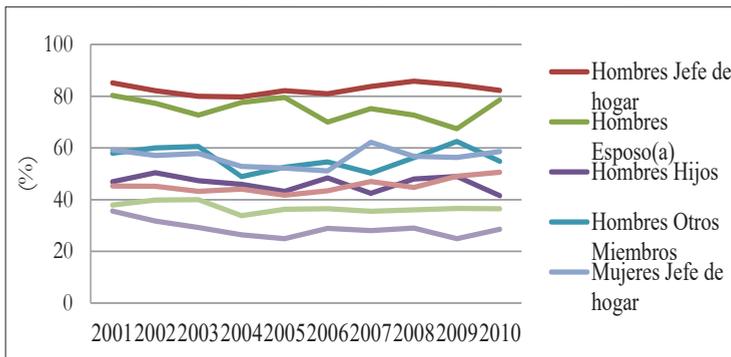
Gráfico 2. Tasa Global de Participación por género, comparativo 2001 – 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del dane, tercer trimestre 2011.

En el gráfico 3 se observa el porcentaje de la población ocupada según sexo y parentesco familiar en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, durante el periodo 2001 y 2010. Refleja que, para ambos sexos, los niveles de ocupación laboral en cuanto al parentesco familiar fueron superior para el jefe del hogar, esposo e hijo para el caso de los hombres, con respecto a los mismos miembros del hogar femeninos. En el comparativo, los años de mayor ocupación laboral en el caso del jefe de hogar fue, para los masculinos en el 2008 con una tasa del 85,80%, y femeninos en el 2007 con el 62,20%; esto radica en una deferencia de 23,60 puntos porcentuales entre ocupados laborales por sexo en el caso de la jefatura del hogar. Esto ocurre de manera similar para cada uno de los parentescos mencionados, con lo cual evidencia las desventajas a las que están sujetas las mujeres frente a los hombres dentro del mercado laboral de la ciudad y su área metropolitana.

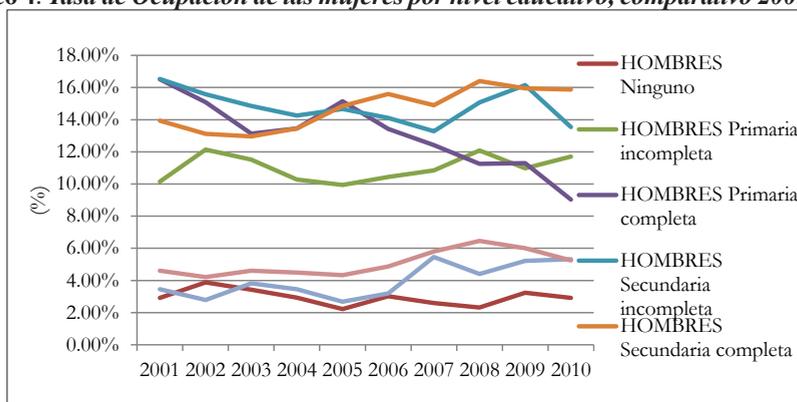
Gráfico 3. Tasas de ocupación según género y parentesco familiar, comparativo 2001 - 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

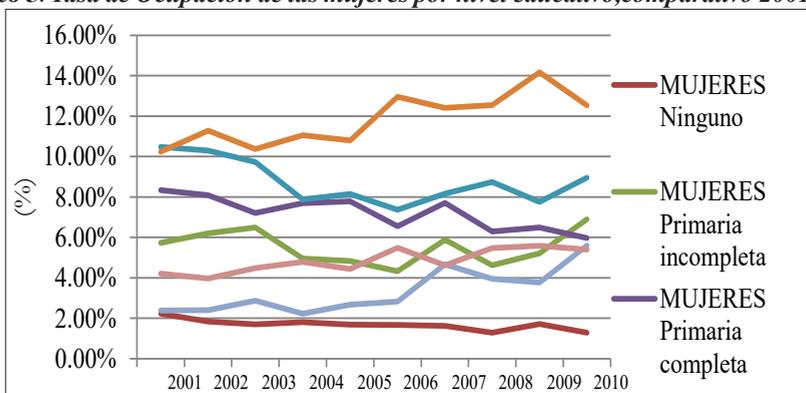
En los siguientes gráficos, 4 y 5 respectivamente, se muestra la participación de la población ocupada según el sexo y nivel educativo para la ciudad de Cúcuta y su Área Metropolitana en el periodo comprendido entre los años 2001 y 2010. En ellos se observa que, la tasa de ocupación laboral para hombres, que no posee ningún nivel educativo es más alta respecto a la población de las mujeres. Igualmente, la población ocupada que tiene grados educativos alcanzados a nivel de secundaria, para ambos sexos, refleja que, las tasas de ocupación laboral en promedio son mayor en los hombres, 16,40%, 3,80 puntos porcentuales superior a la de las mujeres. En cuanto al grado educativo de educación superior alcanzado por la población ocupada, las tasas de ocupación laboral fueron mayor para los hombres en los años 2007 y 2008. Las tasas de ocupación fueron del 5,80% y 6,46%, 1,18 y 0,99 puntos porcentuales superior con respecto a las mujeres

Gráfico 4. Tasa de Ocupación de las mujeres por nivel educativo, comparativo 2001 - 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

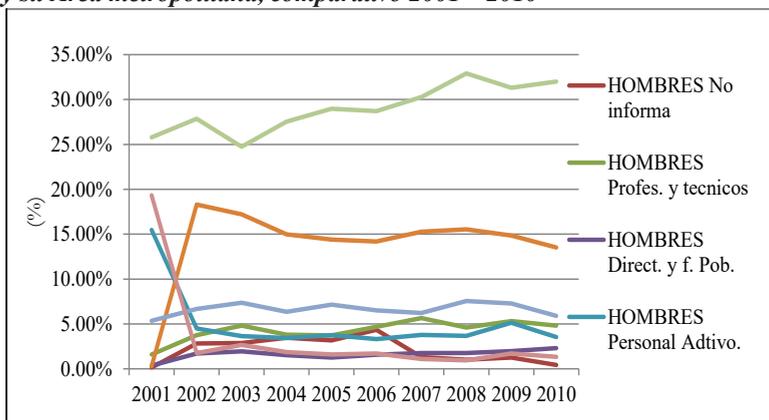
Gráfico 5. Tasa de Ocupación de las mujeres por nivel educativo, comparativo 2001 - 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

En los gráficos 6 y 7, se observa la población ocupada de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, según el sexo y el grupo principal de ocupación durante, el periodo 2001-2010. Allí se constata que la mayor participación en cuanto al nivel de ocupación, para el caso de los hombres, se da en el grupo principal de ocupación Operadores no agrícolas, acompañado de pequeñas fluctuaciones que se presentaron dentro de los rangos 25,00% y 33,00% aproximadamente; igualmente, el grupo de Comerciantes y vendedores, y los trabajadores de servicios, presentaron tasas inferiores de ocupación.

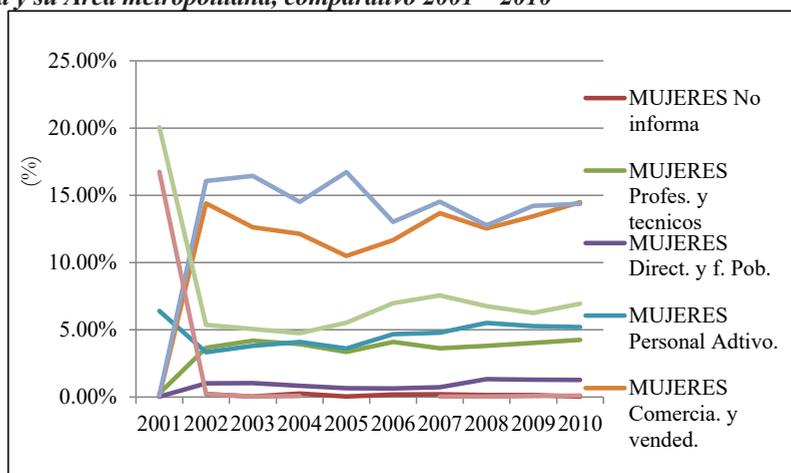
Gráfico 6. Tasa de ocupación en los hombres según grupo principal de ocupación para Cúcuta y su Área metropolitana, comparativo 2001 - 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

Por otra parte, las tasas de ocupación de los Trabajadores agrícolas y forestales descendieron drásticamente un 90,80%, al pasar del 19,33% en 2001 a 1,77% en 2010. El Personal administrativo, presentó un decrecimiento del 66,80% entre los años de comparación al respecto. En los grupos de ocupación laboral femeninos se refleja que, las Trabajadoras de servicios presentaron tasas de ocupación superiores a las de las Comerciantes y vendedoras, una diferencia superior de 0,10 puntos porcentuales en promedio durante los años 2001 y 2010.

Gráfico 7. Tasa de ocupación en las mujeres según grupo principal de ocupación para Cúcuta y su Área metropolitana, comparativo 2001 – 2010



Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

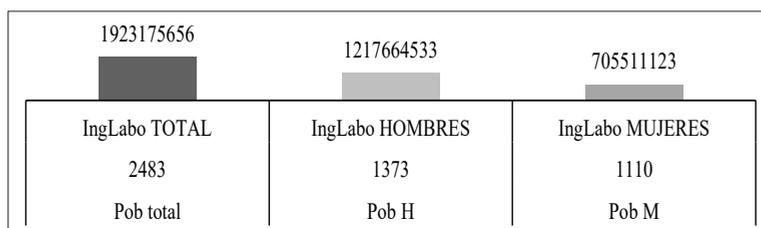
3.2.2. Análisis de los datos del cálculo del índice de Theil

Para poder observar claramente el ingreso laboral que perciben los hombres y las mujeres, a continuación, se describen los ingresos laborales de 2.483⁶ individuos utilizados al momento de realizar el cálculo del índice Theil, para el tercer trimestre del 2011, y además, su ingreso desagregado por sexo. En la gráfica 8 se observa en detalle que el total de ingresos utilizados para la generación del índice de Theil fue de 1.923.175.656 (mil novecientos veintitresmil millones, ciento setenta y cinco mil, seiscientos cincuenta y seis pesos) correspondiente al total de la población. De

⁶ Los datos utilizados corresponden a la información anonimizada obtenida por el DANE a través de la Gran Encuesta Integrada de Hogares. Su uso refleja la composición de los hogares, el nivel de relación de estos, y el comportamiento de los ingresos de los mismos. Esta información es la base de la estimación del índice de Theil.

ese conglomerado de ingresos, el 63,30% corresponde a los ingresos generados por la ocupación laboral masculina, y el 36,60% lo referente a las de género femenino. Esto indica que para el cálculo del índice de Theil la participación de los ingresos en los hombres fue superior en un 26.70% (gráfico 8).

Gráfico 8. Ingresos laborales por género para Cúcuta y área metropolitana, tercer trimestre del 2011



Fuente: Elaboración propia a partir de Fuente: Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

Respecto al nivel educativo, en la tabla 2 se puede la participación por género en cada una de las categorías.

Tabla2. Nivel educativo por género, tercer trimestre de 2011

Categorías	Hombres	Mujeres
Ninguno	1,9%	1,12%
Primaria	16,4%	10,51%
Secundaria	11,6%	7,24%
Media	13,8%	12,3%
Superior	11,5%	13,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

La población de hombres que carecen de cualificación educativa es mayor con respecto a las mujeres, 0,78 puntos porcentuales superior respectivamente. A nivel de primaria, secundaria y educación, los logros educativos alcanzados por las personas de género masculino son mayor, la diferencia entre el grado educativo es del 5,89; 4,36 y 1,50 puntos porcentuales superior en los hombres. Contrario a la tendencia reflejada por grado educativo, a nivel de educación superior, las mujeres representaron un mayor grado de acceso a ésta, 13,50% comparativamente con los hombres. En cuanto al estado civil, se encuentra que la población soltera para los hombres y mujeres es del 14,60% y 10,30%, en comparación con la población casada, la cual representa el 1,60% y 9,80% respectivamente. Por otro lado, la

población que no está casada y vive en pareja representa el 19,60% para los hombres y 12,10% en las mujeres. La población que se encuentra separada o divorciada para las mujeres representa el 10,30%, aproximadamente 5,50 puntos porcentuales superior a la de los hombres. En lo que respecta a la posición en el hogar, la tabla 3 ilustra las categorías más representativas.

Tabla 3. Posición en el Hogar

<i>Categorías</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
Jefe (a) del hogar	33,30%	14,17%
Hijo	12,90%	10,20%
Conyugue	2,50%	15,30%
Otro pariente	5,20%	3,30%

Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

Las categorías hijo (a) y jefe (a) del hogar son las que presentan mayores porcentajes, respectivamente del 23,10% y 47,40%, y un 17,80% de conyugues de hombres y mujeres. Es claro que en jefes del hogar los hombres tienen mayor representación en cuanto a esta cualidad. Las demás categorías como nieto, otro pariente, otro no pariente y empleada del servicio doméstico no son representativas. Por último y no menos importante, en cuanto a la participación por género en la fuerza de trabajo, se observa que: La población masculina que se encuentra trabajando es mayor en un 51,60% a la de las mujeres, éstas representan el 34,20% de la fuerza laboral no subempleada. Se observa además que en los oficios del hogar las mujeres son la que presentan la mayor participación, 17,80% de la población femenina (tabla 4).

Tabla 4. Fuerza de trabajo

<i>Fuerza de trabajo</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>
Trabajando	1.282	850
Estudiando	19	26
Oficios del hogar	3	198
Otra actividad	42	30
Subempleados	27	6

Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

3.2.3. Análisis inferencial

En el desarrollo del cálculo del Coeficiente de Desigualdad Theil se tuvo en cuenta variables: sexo e ingreso laboral que percibieron 2.483 individuos ocupados de la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana para el tercer trimestre del año 2011 (tabla 5).

Tabla 5. Coeficiente de Desigualdad Theil

Ingreso de la población Total	19.231.75656	Ingreso de Población	H	12.176.64533		
			M	705.511.123		
		T. Descompuesto				
T. General	0,36635292		H	0,33014915		
			M	0,39280465		
			H	M	DESIGUALDAD	
		T1H+T1M=	0,20903494	0,14409919	0,353134126	T1
		T2H+T2M=	0,08574556	-0,07252676	0,013218798	T2
		T=T1+T2	0,2947805	0,07157243	0,366352925	T

Fuente: Elaboración propia a partir de Geich del Dane, tercer trimestre 2011.

En el cálculo del Theil General, se observó que los 2.483 individuos presentaron un ingreso laboral total de 1.923.175.656 millones de pesos, dando como resultado un Theil General de 0,36 evidenciando que se presenta una buena distribución de los ingresos percibidos por dicha población debido a que se acerca a cero "0". En contraste se calcula el Theil descompuesto, generando en dos categorías de acuerdo al sexo, para hombre (H) y mujer (M). La población masculina es de 1.373 y la población femenina es de 1.110, sus ingresos laborales respectivamente para cada grupo son de 1.217.664.533 y 705.511.123 millones de pesos respectivamente. Los hombres presentan un Theil más bajo, 0,33 por su parte, el Theil para el grupo femenino es 0,39280465. Esto indica que el Theil de los hombres es más cercano a cero (0) por ende presentan una mejor distribución de los ingresos, mientras el de las mujeres es más cercano a uno (1), esto es una peor distribución de los ingresos. Además, se puede observar la desigualdad dentro de los grupos; para el grupo de los hombres se presenta una desigualdad de T1 0,20 y una desigualdad de T2 0,08 dando como resultado una desigualdad total dentro del grupo 0,29.

En contraste, el grupo de las mujeres presenta una desigualdad de T1 0,14 y una desigualdad de T2 de -0,07 al sumar T1+T2 da como resultado una desigualdad total dentro del grupo de 0,07 es decir, que la desigualdad dentro de los grupos es

más alta en los hombres debido a que no todos perciben el mismo ingreso, y además, es más heterogénea su distribución dentro del grupo porque su población es mayor a la de las mujeres. Por el contrario, el grupo femenino por tener una participación menor en el mercado laboral recibe ingresos más bajos y por tanto un poco más homogéneos dentro del grupo; la suma de la desigualdad dentro de los grupos es de 0,35. También se puede observar la desigualdad entre los grupos, en este caso el grupo de mujeres presenta una desigualdad de -0,07 es decir, que presenta una mala distribución de los ingresos en comparación con el grupo de los hombres, el cual equivale a 0,08. es decir, que entre los grupos las mujeres son las que presentan mayor desigualdad al percibir ingresos. La sumatoria total de la desigualdad entre el grupo de H y M es de 0,01.

En síntesis, se puede decir, que al calcular el coeficiente de desigualdad Theil se obtiene como resultado, el total de la desigualdad que se presentó dentro de cada grupo de la población ocupada entre hombres y mujeres, donde el promedio de transferencias en ingreso laboral fue de $T1=0,35$ y la contribución a la desigualdad total de las desigualdades entre cada grupo de hombres y mujeres fue de $T2=0,01$. En conclusión, el coeficiente de desigualdad del tercer trimestre del año 2011 fue 0,36.

Finalmente se puede concluir que en la ciudad de San José de Cúcuta y su área metropolitana en el tercer trimestre del año 2011, se presentan desigualdades en el ingreso laboral de las mujeres con respecto al ingreso laboral que reciben los hombres, esto indica que existe discriminación salarial en el mercado de trabajo.

Conclusiones

La investigación tiene como objetivo el análisis de la discriminación salarial dentro del mercado laboral en Cúcuta y su área metropolitana durante el tercer trimestre del año 2011, logrando identificar en qué medida los diferentes factores no económicos y económicos influyen en las diferencias entre hombres y mujeres. Se puede concluir que los hombres tienen 20% y 25% más de participación que las mujeres dentro del mercado de trabajo en la ciudad excepto en el 2006. Las mujeres ganan menos que los hombres, esto se evidencia en la desigualdad de ingresos presentados por el Theil, igualmente, el logro educativo en las mujeres es más a nivel de educación primaria, básica y media, salvo, en educación superior, donde las mujeres tienen un porcentaje más alto.

Se observa que, existe diferencia en el nivel de ingresos, lo cual, permite conceptualizar que en el mercado laboral para el tercer trimestre de 2011 presenta discriminación salarial, que afecta principalmente a la mujer en su integridad

económica, y, por ende, margina la mano de obra que ofertan éstas. Debido a la persistente discriminación en contra de los grupos minoritarios, en el momento de contratarlos en este caso la mujer, se generan un costo psicológico, ya sea por parte del empleador, empleado o consumidor, debido a su gusto o perjuicio en el momento de contratar. Dejan de lado la capacidad y habilidad, y así generan una afectación al desarrollo integral dentro del mercado laboral. Esto desde la perspectiva discriminatoria en la mujer, que, así tenga la misma fuerza productiva que un hombre ésta es discriminada por una característica no económica como género, estado civil, posición en el hogar, nivel educativo, su actividad en la fuerza de trabajo, la religión, la raza, entre otros factores más.

La desigualdad en la participación e ingreso en el mercado laboral de las mujeres reside en la discriminación, y sobre todo en aspectos sociales y culturales que limitan no solo la inserción a las actividades productivas, sino al desarrollo pleno de su humanidad, Cúcuta y su Área metropolitana no es ajena a este fenómeno y por lo tanto exigen y demanda unas políticas no solo locales, sino nacionales que se articulen y eliminen estos cuellos de botella para las mujeres en el mercado laboral.

Referencias

- Aller, R. A., & Arce, M. U. (2000). Discriminación salarial por sexo: un análisis del sector privado y sus diferencias regionales en España. *ICE, Revista de Economía*, 789, 117-138.
- Altonji, J. G., & Blank, R. M. (1999). Race and gender in the labor market. *Handbook of labor economics*, 3, 3143-3259.
- Balquero, J. (13 de junio de 2001). *Estimación de la discriminación salarial por Género para los trabajadores asalariados urbanos de Colombia (1984-1989)*. Colombia: Universidad del Rosario.
- Barraza, N. (2010). *Discriminación salarial y segregación laboral por género en las áreas metropolitanas de Barranquilla, Cartagena y Montería. Serie documento IEEC, (31)*. Colombia: Universidad del Norte.
- Bernat Díaz, L. F. (2005). *Análisis de género de las diferencias salariales en las siete principales áreas metropolitanas colombianas*. Colombia: Cuadernos PNUD.
- Bernat Díaz, L. F. (2007). ¿Quiénes son las Mujeres Discriminadas?: enfoque distributivo de las diferencias salariales por género. *Borradores de Economía y Finanzas*, 13, 1-31.

- Becker, G. S. (1971). *The Economics of Discrimination*. United States: The University of Chicago Press.
- Becker, G. S. (1957). *La economía de la discriminación*. United States: Universidad de Chicago.
- Becker, G. S. (1983). *Inversión en capital humano e ingresos en Luis Toahria. El mercado de trabajo: teorías y aplicaciones*. Madrid: Alianza Editorial.
- Becker, G. R., Sowell, T., Vonnegut, K., Block, W. E., & Walker less, M. A. (1982). *Discrimination, affirmative action, and equal opportunity*. Canada: Fraser Institute.
- Becker, G. S. (2013). *The economic approach to human behavior*. United States: University of Chicago press.
- Becker, G. S. (1993). Nobel lecture: The economic way of looking at behavior. *Journal of political economy*, 101(3), 385-409.
- Benavente, J.; Bravo, D., & Montero, R. (2003). *Salarios y uso del computador en el trabajo en Chile*. Chile: Departamento de Economía Universidad de Chile.
- Bravo, D., Contreras, D. y Medrano, P. (1999). *Measurement error, unobservables and skill bias in estimating the return to education in Chile*. Chile: Departamento de Economía, Universidad de Chile.
- Bravo, D.; Contreras, D., & Puentes, E. (1999). *Tasa de Participación Femenina: 1957-1997. Un Análisis de Cohortes Sintéticos. Documento de Trabajo N° 170*. Chile: Departamento de Economía Universidad de Chile.
- Cacciamali, M. C., & Tatei, F. (2013). Género y salarios de la fuerza de trabajo calificada en Brasil y México. *Problemas del desarrollo*, 44(172), 53-79.
- Cain, G. G. (1986). The economic analysis of labor market discrimination. *A Survey Handbook of Labor Economics*, 1, 693-785.
- Chávez, N. M., & Ríos, H. (2014). Discriminación salarial por género “efecto techo de cristal”. Caso: siete áreas metropolitanas de Colombia. *Dimensión Empresarial*, 12(2), 29-45.
- Contreras, D., & Plaza, G. (2004). *Participación laboral femenina en el mercado laboral chileno. ¿Cuánto importan los factores culturales?* Chile: Departamento de Economía Universidad de Chile.

- Contreras, G., & Galván, M. (2003, April). ¿Ha disminuido la discriminación salarial por género y etnia en Bolivia? *En IV Reunión sobre Pobreza y Distribución del Ingreso*. Argentina, La Plata.
- Contreras, D., & Puentes, E. (2000). *Is Gender Wage Discrimination Decreasing In Chile? Thirty Years of "Robust" Evidence*. Chile: Departamento de Economía, Universidad de Chile.
- De Oliveira, O., & Ariza, M. (2000). Género, trabajo y exclusión social en México. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 15(1), 11-33.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (septiembre de 2011). Obtenido de <http://www.dane.gov.co/index.php/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (6 de 12 de 2016). Gran Encuesta Integrada de Hogares. Cúcuta, Colombia. Obtenido de http://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_ech.pdf
- Escot, L., Fernández, J., Gonzales, A., Infestas, M., & Martínez, T. (2006). Discriminación salarial de género en el mercado laboral español: Un análisis comparativo por comunidades autónomas. Obtenido de <http://www.ruct.uva.es/pdf/Revista%207/7207.pdf>.
- Espinoza, N. (2008). Estimación de la brecha salarial entre mujeres y hombres. Un análisis por cuantiles en el Ecuador. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/21079/1/Estimaci%C3%B3n%20de%20la%20Brecha%20Salarial%20entre%20Hombres%20y%20Mujeres%20Un%20An%C3%A1lisis%20por%20Cuantiles%20para%20el%20Ecuador.pdf>.
- Fuentes, J., Palma, A., & Montero, R. (Diciembre de 2005). Discriminación salarial por género en Chile: una mirada global. Obtenido de <http://www.econ.uchile.cl/uploads/publicacion/0b1a71bf-9e1b-4aa4-9167-51a5895c7fc7.pdf>.
- Del Río, C., Gradín, C., & Cantó, O. (2008). Pobreza y discriminación salarial por razón de género en España. *Revista de Economía Pública*, 184, 67-98.
- Hernández Beltrán, M. (16 de Noviembre de 2013). Discriminación de mujeres en el ámbito laboral. Obtenido de <http://hgfgfhjkhkhjgvfn.blogspot.com.co/>.
- Lora, E. (1991). Técnicas de medición económica: metodología y aplicaciones en Colombia. Obtenido de [http:// https://es.scribd.com/doc/7422112/Lora-Eduardo-Tecnicas-de-Medicion-Economica](http://https://es.scribd.com/doc/7422112/Lora-Eduardo-Tecnicas-de-Medicion-Economica)

- Malo, M. Á., & Pagán, R. (2015). ¿Existe la doble discriminación salarial por sexo y discapacidad en España?: Un análisis empírico con datos del Panel de Hogares. España: Moneda y Crédito.
- Martínez, P. J. H. (1995). Análisis empírico de la discriminación salarial de la mujer en España. *Investigaciones económicas*, 19(2), 195-215
- Martínez Jasso, I., & Acevedo Flores, G. J. (2004). La brecha salarial en México con enfoque de género: capital humano, discriminación y selección muestral. *Ciencia uanl*, 7(1), 66-71.
- Mendoza, J., & García, K. (9 de Febrero de 2009). Discriminación salarial por género en México. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820096006>.
- Meza, C., Mora, Y., Chávez, N., & Ríos, H. (Diciembre de 2014). Discriminación salarial por género “Efecto techo de cristal”. Caso siete Áreas metropolitanas de Colombia. Obtenido de https://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-12-no-2/articulo02.pdf.
- Pilonieta, M. A., & Idárraga, P. H. (2006). *Diferencias en el desempleo por género: ¿hay discriminación en el acceso al trabajo?* Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Rica, S., & Ugidos, A. (1995), “¿Son las diferencias en capital humano determinantes de las diferencias salariales observadas entre hombres y mujeres?”. *Investigaciones Económicas*, 19 (3), 395-414.
- Rica, S., Dolado, J., & Llorens, V. (2008), ¿“Ceiling of floors? Gender wage gaps by education in Spain”. *Journal of Population Economic*, 21, 751-776.
- Río Coral, C. G., & Cantó, O. (2011). “The measurement of gender wage discrimination: the distributional approach revisited”. *Journal of Economic Inequality*, 9, 57-86.
- Rivas, M. F., & Rossi, M. (2000). *Discriminación salarial en el Uruguay 1991-1997*. Montevideo: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República.
- Rodríguez Pérez, R., & Camberos Castro, M. (2007). Análisis de la discriminación de la mujer en Hermosillo, Sonora. *Revista Política y Cultura*, 28, 219-250.
- Rodríguez Pérez, R., & Castro Lugo, D. (2014). Análisis de la discriminación salarial en Saltillo y Hermosillo: un análisis comparativo en la industria manufacturera. *Revista Nóesis*, 23 (46), 82-113.

- Rubli, A. (2012). La importancia de corregir por el sesgo de selección en el análisis de las brechas salariales por género: un estudio para Argentina, Brasil y México. *Ensayos Revista de Economía*, 0(2), 1-36.
- Salas, C., & Leite, M. (2007). Segregación sectorial por género: una comparación Brasil-México. *Cuadernos PROLAM/USP*, 6(11), 241-259.
- Jacques, S., & Weber, M. (1999). Labour market discrimination: Are there significant differences between the various decomposition procedures? *Applied Economics*, 31(3), 359-365
- Tenjo, J., Ribero, R., & Bernat, L. F. (2005). *Evolución de las diferencias salariales por sexo en seis países de América Latina un intento de interpretación*. Colombia: Universidad de Los Andes.
- Torrescano, D. (2008). Análisis empírico de la discriminación salarial por género y etnia en el Ecuador. Quito, Ecuador. (tesis de maestría). España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Torres, V. E., & Celton, D. E. (2009). Discriminación salarial en Argentina entre nativos y paraguayos. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, 45(2), 263-285.
- Ullibarri Arce, M. (2003). Diferencias salariales entre los sectores públicos y privados por género, escolaridad y edad. El caso de España. *El Trimestre Económico*, 70 (2), 233-253.
- Valenzuela, M. E. (2000). La calidad del empleo de las mujeres en los países del Cono Sur. Más y mejores empleos para las mujeres. *Proposiciones*, 32, 25-44.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5, 2018. p.p. 169 - 183
ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
Capacidad dinámica de innovación como apuesta competitiva de valor empresarial
Sheyla Vanessa Herrera Martínez
Lissette Gabriela Maldonado
María del Pilar Jaimes Casallas
Ruby Misleny Gélvez Ojeda

Capacidad dinámica de innovación como apuesta competitiva de valor empresarial

Dynamic capacities of innovation as a competitive bet of
business value

Recibido: Junio 06 de 2017 - Evaluado: Septiembre 08 de 2017 - Aceptado: Diciembre 11 de 2017

Sheyla Vanessa Herrera Martínez*
Lissette Gabriela Maldonado**
María del Pilar Jaimes Casallas***
Ruby Misleny Gélvez Ojeda****

Para citar este artículo / To cite this Article

Herrera Martínez, S. V., Maldonado, L. G., Jaimes Casallas M. P., & Gélvez Ojeda, R. M. (Enero-Junio de 2018). Capacidad dinámica de innovación como apuesta competitiva de valor empresarial. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (169-183).

Resumen

En un entorno cambiante y competitivo debido a la globalización, las empresas

* Administradora Financiera, Universidad de Santander UDES. MBA especialista en Dirección de Proyectos, Universidad Viña del mar de Chile. Especialista en Gerencia de mercadeo, Universidad de Santander UDES; docente Universidad Francisco Paula Santander, Grupo de Investigación: Gilocni Universidad Francisco de Paula Santander, Sheylavanessahm@ufps.edu.co.

** Contadora Pública y especialista en Gerencia Financiera de la Universidad Libre Seccional Cúcuta, Magister en Administración de Empresas E innovación Universidad Simón Bolívar; Docente catedrático Universidad Libre y profesor ocasional Universidad Francisco Paula Santander - Cúcuta, lissette.maldonado@unilibrecucuta.edu.co.

*** Ingeniero de producción Biotecnológica, Universidad Francisco de Paula Santander UFPS. Magister en Project management CEUPE, especialista en Gerencia de Proyectos UNIMINUTO, Investigador Corporación ONG Planeta Verde, proyectos para el desarrollo social, humano y ambiental. - Cúcuta, mpilar.jaimes@gmail.com.

**** Administradora de empresas, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta; Especialista en Gerencia de empresas -Cúcuta, rubygelvez@hotmail.com.

deben evolucionar, es por ello que la innovación debe de trascender de la mano de la competitividad en donde se enfatice en la creación de nuevos productos, servicios, procesos de fabricación, procesos administrativos que sean ágiles y que contribuyan a la generación de valor, para reconfigurar los procesos internos y externos y destruir las rutinas monótonas que no dejan ver más allá de sus zonas de confort, logrando así un monitoreo y vigilancia continua de los entornos competitivos para adaptar los cambios continuos en (i+D+I) y dar un VADI (Valor agregado de innovación) logrando la efectiva sostenibilidad y empoderamiento empresarial. Colombia pasó del puesto 63 entre 122 países en 2006 al puesto 61 entre 138 en 2016; del mismo modo el plan nacional de competitividad 2014-2018 plantean cinco estrategias transversales, entre las cuales se encuentra la competitividad estratégica para la creación del crecimiento sostenible del país el objetivo de este artículo es identificar las capacidades dinámicas de la innovación como apuesta competitiva de valor empresarial. Se desarrolló investigación descriptiva, aplicada con un diseño documental y revisión teórica. Los resultados obtenidos permiten que los empresarios identifiquen las cinco fuerzas del mercado de Porter y las teorías de Schumpeter para posicionar sus empresas con el objetivo de perdurar en el mercado y cumplir sus propósitos intrínsecos de optimizar la inversión, enfatizando en el valor agregado para adaptarse a los cambios del entorno global. Es por ello que las empresas deben de desarrollar modelos de capacidades dinámicas para asegurar la sustentabilidad de la innovación en donde identifiquen las potencialidades, teniendo en cuenta los recursos internos como los procesos y la creación de valor en los productos y servicios que aseguren el desempeño frente a la competencia global para dar respuestas efectivas a los desafíos cambiantes.

Palabras Clave: Capacidad Dinámica de Innovación, Apuesta de Competitividad, Desarrollo de Nuevos Productos, Procesos y Servicios, Sostenibilidad Empresarial

Abstract

In a changing and competitive environment due to globalization, companies must evolve, which is why innovation must transcend competitiveness where it is emphasized in the creation of new products, services, manufacturing processes, administrative processes that are agile and contribute to the generation of value, to reconfigure internal and external processes and destroy the monotonous routines that do not show beyond their comfort zones, thus achieving continuous monitoring and monitoring of the competitive environments to adapt the continuous changes in (i+D+I) and give a VADI (Innovation Added Value)

achieving effective sustainability and business empowerment. Colombia rose from 63rd place in 122 countries in 2006 to 61st place among 138 in 2016; in the same way the national competitiveness plan 2014-2018 proposes five cross-cutting strategies, among which is the strategic competitiveness for the creation of the country's sustainable growth the objective of this article is to identify the dynamic innovation capabilities as a competitive bet for business value. Descriptive research was developed, applied with a documentary design and theoretical review. The results of the results allow entrepreneurs to identify Porter's five market forces and Schumpeter's theories to position their companies with the aim of remaining in the market and fulfilling their intrinsic purposes of optimizing investment, emphasizing value-added to adapt to changes in the global environment. That is why companies must develop dynamic capacity models to ensure the sustainability of innovation where they identify potentials, taking into account internal resources such as processes and value creation in products and services that ensure performance in the face of global competition to provide effective responses to changing challenges.

Key words: Dynamic Innovation Capacity, Competitiveness Betting, New Product Development, Processes and Services, Business Sustainability

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Plan de redacción. - 1. Principales tipos de innovación según manual de Oslo. - 2. Resultados de investigación. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Se ha considerado que la competitividad y el desempeño económico de las empresas están influenciados por la capacidad de innovación. La globalización es uno de los mayores desafíos, debido a que las empresas deben de abordar estrategias para fortalecer la competitividad mediante la innovación para que no quedar relegadas frente al entorno cambiante y no quedarse relegado, es por ello que la globalización conlleva a que las empresas realicen grandes cambios para crear ventajas frente a sus rivales que conduzcan al desarrollo y afianzamiento en el mercado.

Es por ello que en Colombia se lanza el plan de desarrollo de competitividad 2014-2018, en donde plantea cinco estrategias transversales, en donde se visualiza la competitividad estratégica, creando metas para el desarrollo de la empresa colombiana. Así mismo se crea el CONPES 3527 (Consejo Nacional de Política Económica y

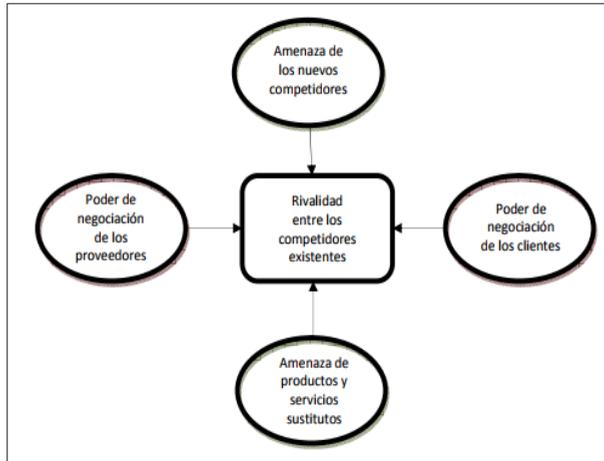
Social, 2008) que fue aprobado por la Comisión Nacional de Competitividad (CNC) el 13 de julio de 2007, en donde establece cinco pilares para la generación de la competitividad, adicionalmente aprobó unos lineamientos generales, que se pueden resumir en una visión la visión dice que: “En 2032 Colombia será uno de los tres países más competitivos de América Latina y tendrá un elevado nivel de ingreso por persona, equivalente al de un país de ingresos medios altos, a través de una economía exportadora de bienes y servicios de alto valor agregado e innovación, con un ambiente de negocios que incentive la inversión local y extranjera, propicie la convergencia regional, mejore las oportunidades de empleo formal, eleve la calidad de vida y reduzca sustancialmente los niveles de pobreza” (CNC, 2007).

Con base a lo anterior planteado, nace la importancia de innovar como capacidad dinámica inherente a las perspectivas en las decisiones empresariales que generen compromiso en la implementación de políticas que promuevan el crecimiento y maximicen sus resultados para generar un mayor impacto que contribuya a su sostenibilidad en el tiempo. En el presente estudio se realiza un aporte teórico de las capacidades dinámicas en donde se especifica la capacidad en innovación, teniendo como base, el enfoque de las fuerzas competitivas descritas en (Díaz, 2009) y la Capacidad de Innovación de Schumpeter en la construcción de una teoría del Desarrollo económico fundamentada en los procesos de innovación y desarrollos Tecnológicos y en el cambio socio-cultural (Montoya, 2004).

Las anteriores teorías se interrelacionan ya que en un entorno competitivo se deben de recrear las dinámicas organizaciones para adaptarse y lograr un índice de atraktividad en el mercado que estén alineadas con las capacidades estratégicas que contribuyan al desarrollo de oportunidades. Porter, 2004 en su texto *Competitive Strategy* denominó “El Modelo del Diamante Competitivo” en lo determina con el siguiente esquema.

En la figura 1 se visualiza las fuerzas determinantes para que las empresas sean competitivas, estas fuerzas afectan tanto el desempeño interno como externo, en las que se identifican; poder de negociación de los compradores o clientes, poder de negociación de los proveedores o vendedores, amenaza de nuevos entrantes, amenaza de productos sustitutos, rivalidad entre los competidores, siendo punto de partida para el aprendizaje del entorno.

Figura 1. Modelo de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración propia.

En otras palabras, las estrategias competitivas están orientadas hacia el consumidor siendo como eje principal el marketing, como herramienta de creación de valor empresarial debido a que traza la ruta de diferenciación con la competencia teniendo en cuenta las estrategias genéricas como: liderazgo total en costos, diferenciación y enfoque.

Winter (2003), (Citado Bravo y Herrera 2009), considera que la configuración de los recursos organizativos, especialmente, los orientados al incremento y transformación del conocimiento puede inhibir o promover el desarrollo de la capacidad de innovación. Eisenhardt y Martin (2000), (Citado Bravo y Herrera 2009), han concluido que los recursos por si mismos no explican el desempeño; ellos requieren de procesos como el desarrollo de nuevos productos para que las habilidades y el conocimiento sean transformados en innovaciones. Los recursos organizativos más comúnmente relacionados con la capacidad de innovación en la literatura organizativa son: el capital humano Leonard & Sensiper, (1998), el liderazgo Oke, Munshi & Walumbwa, (2009), la cultura Hurley, (1995) y las estructuras y sistemas Argote, McEvily & Reagans, (2003), (Citado Bravo y Herrera 2009).

Para dar respuesta a algunos de los interrogantes mencionados parece necesario recuperar el significado original del término innovación, tal como

Joseph Schumpeter lo enunciara a comienzos del siglo veinte Schumpeter, (1912), (Citado Albornoz, 2009), refiere que dado que desde finales de los setenta se le comenzó a prestar atención como parte de la búsqueda de nuevos marcos conceptuales que permitieran orientar la reestructuración económica y el fortalecimiento de la competitividad. A partir de Schumpeter la innovación adquirió el sentido muy preciso de dinamizar la dimensión competitiva de la economía capitalista. Según Albornoz, (2009), para Schumpeter la innovación, como el propio capitalismo, es perturbación de las estructuras existentes e incesante novedad y cambio. Las innovaciones serían las responsables de tal fenómeno. El pensamiento de Schumpeter contradice a quienes identifican el proceso de innovación exclusivamente con el desarrollo de nuevos conocimientos, tal como suelen hacerlo quienes reflexionan sobre la tecnología desde el sistema científico. Contradice también a quienes atribuyen la falta de desarrollo tecnológico exclusivamente a la ignorancia o irracionalidad de los empresarios, al afirmar que éstos se comportan racionalmente dentro de un sistema cuya lógica es preciso desentrañar.

Schumpeter partió de considerar al conjunto de la vida económica como un sistema cuyo equilibrio se rompe por la acción de ciertos agentes innovadores que introducen cambios en los procesos productivos. Los innovadores, afirmaba, no son inventores, sino hombres de empresa o “emprendedores”. Esta distinción es capital en la estructura de su pensamiento. La invención es el descubrimiento que pertenece al saber científico o técnico. La innovación, en cambio, es la introducción de nuevas combinaciones de los factores productivos. Se trata de una ruptura intencional del equilibrio productivo, en función de nuevas técnicas que permiten dar un salto y colocar a la empresa en mejor situación de competencia.

Producir significaba, para Schumpeter, combinar materiales y fuerzas que se hallan a nuestro alcance. Los cambios en los procesos productivos consisten en formas diferentes de combinar dichos materiales y fuerzas. Mientras el cambio se ajuste a pequeños pasos de naturaleza casi biológica, o responda a una modificación de los datos, el proceso es de tipo adaptativo. En cambio, la innovación se produciría cuando las nuevas combinaciones aparecen en forma discontinua. Esto puede ocurrir en los casos de introducción

de un nuevo bien o de un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento o la creación de una nueva organización. Este proceso ocurre en el marco de la economía de competencia y las nuevas combinaciones suponen la eliminación de las antiguas.

Schumpeter llamó “empresa” a la realización de las nuevas combinaciones y “empresarios” a los individuos encargados de dirigir dicha combinación. La figura del empresario es la pieza clave en esta teoría dinámica del desenvolvimiento económico. Por lo tanto, su definición merece ser examinada a fondo. El empresario o “emprendedor” no es necesariamente un hombre de negocios independiente, ya que quienes realizan las nuevas combinaciones pueden ser empleados de una compañía o, por el contrario, carecer de relaciones permanentes con una empresa y actuar como “promotores” de negocios e innovaciones.

La recíproca tampoco es cierta. No todos los hombres de negocio o industriales son “empresarios”, en el sentido schumpeteriano, ya que para serlo es preciso que sean innovadores. Consecuentemente, Schumpeter rechazó la identificación que hace Marshall del empresario con las funciones de gerencia, ya que este punto de vista no rescata el elemento diferenciador: solamente se es empresario cuando se llevan a la práctica nuevas combinaciones. Para Schumpeter, la realización de nuevas combinaciones es una función especial y constituye el privilegio de un tipo de hombres mucho menos numerosos que aquellos que disponen objetivamente de la posibilidad de hacerlo.

Schumpeter distinguía entre invención e innovación. La invención es un acto de creatividad intelectual, sin importancia para el análisis económico. La innovación es una decisión económica: una empresa aplicando una invención. Las invenciones carecen de importancia económica, en tanto no sean puestas en práctica. Y la aplicación de cualquier mejora es una tarea completamente diferente de su invención y requiere aptitudes distintas. Si bien los empresarios pueden ser inventores, lo serían por coincidencia y no por naturaleza. Rosenberg, (1974), (Citado Albornoz, 2009), demostró que no todo invento se traduce en un cambio tecnológico y no todo cambio tecnológico innovador se origina en inventos.

El Manual de Oslo hace referencia a cuatro tipos de innovaciones: Producto, proceso, marketing y organización, así mismo como lo refiere en la obra de Schumpeter como base de las teorías de innovación. “Este autor afirmaba que el desarrollo económico está movido por la innovación, por medio de un proceso dinámico en el cual nuevas tecnologías sustituyen a las antiguas. Llamó a este proceso “destrucción creativa”. Según él, las innovaciones “radicales” originan los grandes cambios del mundo mientras que las innovaciones “progresivas” alimentan de manera continua el proceso de cambio (Figura 2).

Figura 2. Modelo propuesto de capacidades dinámicas



Fuente: Elaboración propia.

Según Garzón Castrillón (2015) la capacidad de innovación se convierte en un arma competitiva tan importante que ha sido comparada por Nokaka & Takeuchi (1999) (citado Garzón, 2015) expresó que con la búsqueda y la explotación activa del conocimiento nuevo y único, viene determinado por la creación de conocimiento y la integración del mismo. Desde este punto de vista la capacidad de innovación es un logro colectivo, pues las organizaciones vuelven explícito el conocimiento individual, lo acumulan, codifican y almacenan en memorias organizacionales y patentes para el uso colectivo presente y para el futuro.

Para ello se establecen estructuras robustas y sistemas y procesos con el objetivo de racionalizar los aportes individuales y de equipo en una corriente continua de

resultados innovadores, gestionando el conocimiento y facilitando su comunicación, difusión y transferencia entre las personas, alentándolos a realizar interacciones entre grupos y redes para lo cual las relaciones entre empresas pasan a ser consideradas como Un escenario inter-organizacional para el intercambio, la recopilación, la integración y el desarrollo de recursos y conocimientos complementarios valiosos que originalmente son individuales (Garzón, 2015).

De esta manera los insumos, estrategia y procesos de transformación de las organizaciones deben estar orientados a la innovación. Se ha comprobado que cuando la organización desarrolla capacidad de innovación, obtiene, efectivamente, mejores resultados. Resultado del proceso de revisión, las dimensiones de la capacidad de innovación que utilizaremos en la investigación con base en Kwartko & Hodgetts, (1992); Scott (2011); Henderson & Clark, (1990); Tushman & Anderson (1986); Valdés (2004); Afuah (1999); Afuah (2003); Hamel & Getz (2007); Molina & Munuera, (2008); Hamel (2000). (Citado Garzón, 2015). Por lo tanto, según la argumentación ofrecida en este último apartado, se enuncia la segunda hipótesis: Hipótesis 2. En entornos de rápido cambio, cuanto mayor sea la capacidad de innovación de la empresa, en mayor grado cumplirá ésta el objetivo de creación de valor (Garzón, 2015).

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

Mundialmente las economías han cambiado para poder competir y permanecer en el tiempo, es por ello que las empresas deben de aprovechar sus ventajas para poder posicionarse y optimizar sus recursos. Dicho lo anterior y a pesar de los esfuerzos por Colombia, como lo demuestra el Informe Nacional de Competitividad 2016-2017, en donde indica, “Respecto a las empresas, el IGC también muestra que Colombia perdió siete posiciones en el pilar de innovación, al descender hasta la posición 79 entre 138 países.

Dada la importancia de invertir en ciencia, tecnología e innovación para el aumento de la productividad, el resultado de esto es que ahora se requieren 4,3 trabajadores para producir el mismo valor agregado que produce un trabajador en Estados Unidos”. Lo que indica que Colombia ha ido retrocediendo en innovación debido a la sofisticación de los mercados. Realizada esta revisión, Colombia debe de mejorar para poder aumentar el índice de competitividad, en donde las empresas deben de realizar cambios sustanciales en las actividades organizacionales,

producción y mercado para poder competir. Dado los resultados en la falta de competitividad colombiana, se determina la siguiente pregunta problemática:

¿Qué factor crea ventaja competitiva como capacidad dinámica de innovación?

2. Plan de redacción

2.1. Principales tipos de innovación según manual de Oslo

Innovación de producto

Aporta un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características técnicas o en cuanto a su uso u otras funcionalidades, la mejora se logra con conocimiento o tecnología, con mejoras en materiales, en componentes, o con informática integrada. Para considerarlo innovador un producto debe presentar características y rendimientos diferenciados de los productos existentes en la empresa, incluyendo las mejoras en plazos o en servicio.

Innovación de proceso

Concepto aplicado tanto a los sectores de producción como a los de distribución. Se logra mediante cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos empleados, que tengan por objeto la disminución de los costes unitarios de producción o distribución, la mejorar la calidad, o la producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados. Las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, equipos y programas informáticos utilizados en las actividades auxiliares de apoyo tales como compras, contabilidad o mantenimiento. La introducción de una nueva, o sensiblemente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) es una innovación de proceso si está destinada a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una actividad de apoyo básico.

Innovación en Marketing

Consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas. La variación en el método tiene que suponer una ruptura fundamental con lo realizado anteriormente. Los cambios de posicionamiento pueden consistir en la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta

directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto o la venta de licencias de uso. Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, sustitución del logo, los sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente. La tarificación hace referencia a sistemas de variación de precios en función de la demanda o de las opciones ofrecidas.

Innovación en organización

Cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de mejorar los resultados mejorando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores. La actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad. Igualmente se consideran innovaciones en organización las variaciones en las relaciones con clientes y proveedores, incluyendo centros de investigación y la integración de proveedores o de inicio de subcontratación de actividades. El vínculo entre innovación y progreso económico se produce a través de la creación de nuevos productos y de métodos de funcionamiento más productivos.

En definitiva, las empresas y el resto de organizaciones innovan para mejorar resultados, bien aumentando la demanda o bien reduciendo los costes. En el proceso de adopción de una innovación la difusión interna del nuevo conocimiento o nueva tecnología supone un aliciente añadido en la medida que enriquece las capacidades de las personas y de la organización y sirve de base otros avances futuros.

Con base en Wang & Ahmed, (2004). (Citado Garzón, 2015) define que orientar un trabajo de investigación es: la habilidad de la organización para el desarrollo de nuevos productos y servicios, el desarrollo de nuevos métodos de producción, la identificación de nuevos mercados, el descubrimiento nuevas fuentes de suministro y el desarrollo de nuevas formas organizativas, alineada a una orientación estratégica apropiada. Basándonos en las principales teorías de Porter y Schumpeter, las capacidades dinámicas inciden directamente en la perdurabilidad de las empresas en el mercado teniendo en cuenta las ventajas competitivas y la innovación, debido a que el entorno es cambiante y deben de adaptarse rápidamente para poder perdurar creando estrategias que les contribuyan a la generación de valor.

Es por ello que el estudio debe de responder a la pregunta problemática de ¿Qué factor crea ventaja competitiva como capacidad dinámica diferenciadora? Teniendo

como base, los referentes teóricos que aborden el tema.

Al responder a la pregunta anterior, se debe de identificar las capacidades de innovación, en donde para Schumpeter (Teece et al., 1997 y Wang y Ahmed, 2007), (Citado Montoya 2004), refiere a la capacidad de innovación se caracteriza en la identificación de nuevos mercados y de nuevos procesos de producción para poderles añadir valor agregado a los productos. Además, Wang y Ahmed (2007), (Citado Montoya 2004), indican que la innovación se debe de alinear a los procesos novedosos. Es por ello que las empresas deben de organizar tanto sus procesos internos con su portafolio de productos para poderse adaptar a los mercados cada vez más exigentes que se desarrollan en un entorno que cambia rápidamente. Por esta razón, un factor determinante para que las empresas desarrollen las actividades de innovación, es el valor agregado, en donde se debe de realizar mejoras en sus actividades y procesos que se reconfiguren a las necesidades del entorno, como se puede apreciar en la figura 3.

Figura 3. Entorno empresarial



Fuente: Elaboración propia.

Para crear valor, es determinante identificar las necesidades y oportunidades del entorno para que las empresas se adapten teniendo en cuenta sus capacidades internas como lo son sus recursos (económico y de factor humano), tecnología, y sus capacidades externas para apuntarle al modelo de negocio que agilice la toma de decisiones que conlleven al éxito.

Resultados de investigación

Las organizaciones en el ejercicio de sus operaciones comerciales se enfrentan a fuerzas del entorno, integrado por proveedores, vendedores, nuevos productos, productos sustitutos y rivalidad entre competidores (Porter. 1980), el estudio realizado identificó como dichas fuerzas generan un entorno competitivo que

recrean las dinámicas organizacionales permitiendo la adaptación a los cambios que la globalización propone, a su vez relaciona el concepto de innovación como factor de competitividad en los mercados, donde destaca la tasa de cambio de los factores productivos, tecnología y los cambios en el entorno con sistemas de liderazgo que proponen innovación radical constante dentro o fuera de la organización, con base a estrategias y/o mecanismos implementados para mantener la comunicación directa con el entorno socioeconómico, motor del crecimiento económico de una nación. Se determina la correlación de la teoría de las capacidades dinámicas de Innovación con la competitividad empresarial como fuente de Valor Agregado en las organizaciones, partiendo que desde sus inicios y en la actualidad las mismas centran su interés en la articulación de factores propios de sus estructuras como recursos, procesos, tecnología y entorno para la reconfiguración de procesos.

El estudio plantea una situación problemática que se centra en determinar los elementos de la capacidad de innovación y cuál de ellos permite la generación de valor agregado empresarial partiendo de los supuestos teóricos mencionados anteriormente. La revisión teórica de las capacidades dinámicas plantea cuatro componentes entre los cuales se mencionan: Creación de Conocimiento, (Nonaka & Takeuchi, (1995), (Citado Garzón, 2015) relaciona la acumulación de conocimiento tácito que mediante buenas prácticas se constituye en un proceso de aprendizaje colaborativo, la capacidad de absorción, Zahra & Geroge, (2002), atribuye a la habilidad de la empresa para absorber conocimiento externo del entorno, integración del conocimiento (Grant, 1996), donde destaca que la retroalimentación de lecciones aprendidas propicia la generación de nuevo conocimiento y finalizo con la reconfiguración de procesos (Lavie 1990) a partir de la combinación de elementos anteriores bajo un estilo de liderazgo transformacional o transaccional.

Dado las premisas anteriores los resultados de la investigación se centran en la idea en que las organizaciones se mueven en entornos dinámicos que los obliga cada día a ser más competitivos en relación con los actores de los mercados, por tanto es necesario la reconfiguración constante en sus procesos mediante elementos internos de la misma que suelen ser los recursos disponibles de los cuales hacen parte el capital humano, que se encarga de empoderar cada proceso y desarrollar al mismo tiempo sinergias en la construcción de equipos de alto impacto que trabajan en la conformación de redes de conocimiento y propuestas creativas.

Como segundo componente el liderazgo por parte de los altos mandos de la estructura organizacional en el desarrollo actividades de exploración del conocimiento reflejadas en proyectos de investigación y desarrollo (I+D), inversión de recursos

tecnológicos y desarrollo del Know How, seguidamente la estructura y sistemas de la empresa los cuales deben ser flexibles en la exploración y explotación de nuevos entornos y a su constante vigilancia partiendo de mecanismos internos y externos que faciliten la relación con el mismo, dentro del cual cabe mencionar las empresas que desarrollan actividades de marketing relacional con la inclusión de prototipos de prueba donde investigan lo que el cliente quiere, sienta, y piensa para ofertar productos que cuenten con un verdadero valor agregado de innovación al nacer de la experiencias cotidianas. Finalizando y de igual importancia se encuentra la cultura organizacional que constituye el mayor reto en la dinámica de la empresa al romper con estructuras lineales y sumergirse en el nuevo mundo de la administración bajo el empoderamiento de las funciones y roles como gestor de talentos y capacidades en las rutinas que respondan a las necesidades de entornos dinámicos. Es así como nace la disertación que las ventajas competitivas en las empresas se propician con el desarrollo de capacidades de Innovación que se encuentran inmersas en la organización y solo bajo el pensamiento y la acción de cambio constante puede gestar valor agregado como fuente de desarrollo económico y sostenible.

Conclusiones

Con el estudio se pretende plasmar y las diferentes teorías de las capacidades dinámicas y de competitividad teniendo en cuenta a Schumpeter sobre la innovación y Porter con la competitividad en donde relacionan la adaptación de las empresas a los rápidos entornos del mercado. Así mismo el estudio realiza un recorrido sobre el panorama competitivo actual mundial y las estrategias que se desean implementar para posicionar el país en la competitividad y la innovación, apoyándose en políticas públicas y privadas, que permitan incrementar los indicadores a nivel internacional, es por ello que de suma importancia crear un diferenciador mediante la creación de valor para generar el crecimiento empresarial

El objetivo se centra en identificar la capacidad dinámica en innovación que debe de primar en las empresas para mejorar su atractividad en el mercado y la perdurabilidad en el tiempo que contribuya a la competitividad siendo el principal factor, el valor agregado para generar en el mercado un impacto positivo en los resultados encaminados a la competitividad. Toda empresa debe de mantener dentro de sus factores internos, la innovación siendo la característica que genera valor dentro de las empresas, propiciando el crecimiento y mejoramiento de las capacidades dinámicas que les permita lograr alcanzar sus objetivos y metas para que incidan en la satisfacción del mercado con el ánimo de abordar oportunidades de crecimiento y sostenibilidad económica.

Referencias

- Albornoz, M. (2009). Indicadores de innovación: las dificultades de un concepto en evolución. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 5,(13), 9-25.
- Bravo Ibarra, E. R., & Herrera, L. (2009). Capacidad de innovación y configuración de recursos organizativos *Intangible Capital*, 5(3), 301-320.
- Comisión Nacional de la Competencia. (2007). *Memoria de actividades 2007 I*. Bogotá: Consejo Nacional de Política Económica y Social.
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2008). *Documento CONPES 3547*. Bogotá: Consejo Nacional de Política Económica y Social.
- Díaz Fernández, I. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja Competitiva: ¿contraposición o conciliación? *Economía y Desarrollo*, 144(1), 101-114.
- Garzón, M.A. (2015). Modelo de capacidades dinámicas. *Revista Dimensión Empresarial*, 13(1), 111-131.
- Grant, R.M. (1996). Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration, *Organization Science*, 7(4), 375-387.
- Lavie D. (2006). Capability reconfiguration: analysis of incumbent responses to technological change. *Academy of Management Review*, 31(1), 153-174.
- Montoya Suárez O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica*, X(25), 209-213.
- Porter, M. E. (2004). *Competitive strategy techniques for analyzing industries and competitors*. New York. Simon & Schuster Ltd.
- Zahra S. A. & George G. (2002). Absorptive capacity: A Review, reconceptualization and extension. *Academy of management Review*, 27(2), 185-203.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5, 2018. p.p. 184 - 190
ISSN 2539-3669
Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones
El desarrollo y financiación de la infraestructura en Colombia
Nathalie Claire Raynaud
Johanna Milena Mogrovejo

El desarrollo y financiación de la infraestructura en Colombia*

Infrastructure development and financing in Colombia

Recibido: Junio 02 de 2017 - Evaluado: Septiembre 07 de 2017 - Aceptado: Diciembre 13 de 2017

Nathalie Claire Raynaud**
Johanna Milena Mogrovejo***

Para citar este artículo / To cite this Article

Raynaud, N. C., & Mogrovejo Andrade, J. M. (Enero-Junio de 2018). El desarrollo y financiación de la infraestructura en Colombia. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (184-190).

Resumen

El suministro eficiente de los servicios de infraestructura es uno de los aspectos más importantes de las políticas de desarrollo, especialmente en aquellos países que han orientado su crecimiento hacia el exterior, razón por la cual el desarrollo de infraestructura física vial es una parte importante para el crecimiento económico. Y la opción estudiada en éste artículo plantea el modelo del *Project Finance* como alternativa para la construcción eficiente y desarrollo nacional.

Palabras Clave: Infraestructura, Desarrollo, Financiación, Suministro Eficiente, Servicios Públicos

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto de investigación vinculado a la tesis de Maestría en Gerencia de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander.

** Economista Universidad Sergio Arboleda, Especialista en Finanzas y Negocios Internacionales Universidad De La Sabana, Magister en Gerencia de empresas Universidad Francisco de Paula Santander - Docente Investigadora Departamento de Estudios Internacionales y de Frontera, Facultad de Ciencias Empresariales UFPS. Email: nathalieclairep@ufps.edu.co.

*** Doctora en Estudios Políticos de la Universidad Externado de Colombia. Directora del Departamento de Estudios Internacionales y de Fronteras, UFPS Cúcuta, Colombia, investigadora del Grupo de Investigación para el desarrollo Socioeconómicos GIDSE. Email: johannamogrovejo@ufps.edu.co.

Abstract

The most important aspects of development policies are the efficient provision of infrastructure services, especially in those countries that have oriented their growth abroad, which is the development of physical infrastructure, is an important part of economic growth. In addition, the option studied in this article raises the Project Finance model as an alternative for efficient construction and national development.

Key words: Infrastructure, Development, Financing, Efficient Supply, Utilities

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. - III. Plan de redacción. - 1. Resultados de investigación. - CONCLUSIONES. - REFERENCIAS.

Introducción

Cuando se habla de la infraestructura de un país se trata de un concepto que hace referencia al conjunto de bienes y servicios relativos a transporte, generación y distribución de energía, comunicaciones, servicios públicos y saneamiento básico (Zúñiga Aleman, 2012). La adecuada disponibilidad de obras de infraestructura, así como la prestación eficiente de servicios conexos, contribuyen a que un país o región pueda desarrollar ventajas competitivas y alcanzar un mayor grado de especialización productiva. Así mismo, las redes de infraestructura también constituyen un elemento central de la integración del sistema económico y territorial de un país, haciendo posible las transacciones dentro de un espacio geoeconómico determinado con un alto dinamismo en el comercio exterior. Por otra parte, la infraestructura social determinada como bienes y servicios no participan directamente del sistema productivo, pero poseen un valor social que contribuye al mejoramiento del nivel de vida, como es el caso de escuelas y colegios, instituciones prestadoras de salud, instituciones de educación superior entre otras (Gorshkova & Epifanovb, 2016).

En países desarrollados, la carga financiera de la infraestructura suele estar en manos del estado, sin embargo, en las economías emergentes o en desarrollo esto no es viable, y así lo ha demostrado la historia, de ahí la brecha de desigualdad en materia de infraestructura entre los países desarrollados y el resto del mundo. Colombia ha iniciado desde hace unos treinta años un proceso de financiación privada de proyectos de infraestructura. Este proceso tiene principalmente dos razones: la mala trayectoria

del Estado como contratista y ejecutor de obras públicas, y la consecución de fuentes financieras adicionales para adaptar la infraestructura física a los requerimientos de una economía moderna, en especial ante posibles problemas fiscales para financiar tanto amplios proyectos y programas sociales, como obras públicas (González, Arboleda, & Botero, 2016). Adicionalmente, una mayor participación de recursos privados en la financiación y ejecución de obras de infraestructura, permiten que el Estado pueda concentrar los escasos recursos en otros proyectos, en especial en los sectores sociales.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Se puede utilizar el modelo del *Project Finance* como alternativa para la construcción eficiente y desarrollo nacional?

2. Metodología

Con el fin de analizar el desarrollo de la infraestructura en Colombia, se realiza una pequeña revisión sobre los temas más importantes que se desarrollan en el país, partiendo desde el a los servicios públicos y de saneamiento que se establece en la constitución como un derecho fundamental de los ciudadanos, el desarrollo de políticas públicas que garanticen la eficiencia de la infraestructura y la financiación de proyectos como los llevados a cabo para la construcción de las vías de cuarta generación. El criterio de inclusión de desarrollo de la infraestructura se enfocó al caso colombiano y se pusieron en consideración estudios generalizados de promoción y financiación de infraestructura de forma global.

Como se mencionó anteriormente, el suministro eficiente de los servicios de infraestructura es uno de los aspectos más importantes de las políticas de desarrollo, especialmente en aquellos países que han orientado su crecimiento hacia el exterior. La ausencia de una infraestructura adecuada, así como la provisión ineficiente de servicios de infraestructura, constituyen obstáculos de primer orden para la implementación eficaz de políticas de desarrollo y la obtención de tasas de crecimiento económico que superen los promedios internacionales (NU. CEPAL. División de Recursos Naturales e Infraestructura, 2015).

Por diversas razones, los países requieren ampliar y modernizar su infraestructura básica de acuerdo con estándares tecnológicos internacionales, lograr niveles máximos de cobertura del territorio nacional y satisfacer con eficacia las necesidades de servicios de infraestructura de los agentes económicos y las personas. Por otra parte, la adecuada disponibilidad de obras de infraestructura, así como la prestación eficiente de servicios conexos, contribuyen a que un país o región pueda desarrollar ventajas competitivas y alcanzar un mayor grado de especialización productiva. Asimismo, las redes de infraestructura también constituyen un elemento central de la integración del sistema económico y territorial de un país, haciendo posible las transacciones dentro de un espacio geoeconómico determinado, y con el exterior. En este sentido, tales redes constituyen un elemento importante para la estructura económica de los países y sus mercados, así como para los mecanismos concretos de articulación de las economías nacionales con la economía mundial (Dos Santos, 2017).

En infraestructura física, la financiación de proyectos ha sido tradicionalmente efectuada con recursos públicos, hasta finales del pasado siglo. Más recientemente, se han buscado alternativas de financiación privada (Gonzales & Alba, 2006). Dadas las características de los proyectos de altos costos y riesgos, así como largos períodos de maduración, los esquemas de garantías juegan un rol fundamental en la estructura de estos proyectos. Adicionalmente, a la asunción de riesgos y a los esquemas de garantías, es de especial importancia asegurar esquemas ágiles de compensación, teniendo en cuenta la participación de entidades públicas. Así, en estos casos, las garantías y los esquemas de compensación para los acreedores son otorgados en parte por el Gobierno Colombiano, representado por la entidad pública que promueva el proyecto (Ruiz & Hernández, 2016).

En la participación privada en proyectos de infraestructura se han usado una variedad de modalidades incluyendo la enajenación de empresas o activos existentes, concesiones para la explotación de infraestructura existente, o esquemas para la ejecución de nuevos proyectos incluyendo esquemas similares a la concesión como BOO (Build, Operate, Own), BOT (Build, Operate, Transfer) o BOOM (Build, Operate, Own, Manage), entre otros (Kang, Feng, & Kuob, 2011). Mientras en la concesión la entidad contratante cede el derecho de la explotación de una obra existente como lo sucedido en el caso de los puertos colombianos, en los esquemas arriba mencionados, la construcción del proyecto es elemento central del contrato (Rouse, s.f.).

3. Plan de redacción

3.1. Resultados de investigación

A diferencia de otros proyectos de concesión en Colombia, los concesionarios no recibirán remuneración hasta no haber culminado la fase de construcción. Por esta razón, sólo aquellas empresas con la capacidad suficiente para financiar el proyecto de infraestructura completo a través de aportes de capital y deuda por el valor total de la inversión serán capaces de ejecutar exitosamente y, por consiguiente, calificar para ser seleccionadas para su ejecución.

En el desarrollo de las vías de cuarta generación se han presentado los problemas típicos de esta clase de proyectos en Colombia: demoras, sobrecostos, adiciones a los contratos originales, etc., pero este es un campo relativamente nuevo que exige de un proceso de aprendizaje, tanto por parte del Estado como de contratistas e inversores privados (Revista Dinero, 2016).

La estructura física viales afectan gravemente la economía nacional, ya que los sobre costos y altos riesgos de accidentalidad no permiten el desarrollo de competencias en cuanto a comercio internacional. Así mismo, las bajas participaciones de empresas locales en las concesiones no permiten generar garantías de transparencia, crecimiento rural e inclusión para el crecimiento territorial.

Se plantea el modelo de “*Project Finance*” como esquema de financiamiento directo a proyectos de infraestructura para el crecimiento económico y competitivo, este modelo consiste en que los prestamistas analizan el flujo de caja proveniente de dicho proyecto y sus futuros activos como la fuente de pago de un préstamo. Esta financiación usualmente es de largo plazo entre 20 a 30 años respondiendo al plazo del proyecto y particularmente a su madurez y capacidad de generar el flujo de caja para pagar la deuda. Es una herramienta de financiación comúnmente utilizada a nivel mundial para financiar grandes proyectos de infraestructura (Arrese, Jimenez, Nuñez, & Villaquídez, 2013).

El concepto de *Project finance* existe desde hace muchas décadas, su inicio se fija en los años 30 del pasado siglo, y a través de este esquema se han financiado principalmente proyectos inmobiliarios o proyectos industriales o mineros, en especial la explotación petrolera en los EE.UU. A partir de 1992 se ha usado la financiación de infraestructura física a través de este concepto en el mercado de

capitales, si bien ha existido antes a través de financiaciones estructuradas ejecutadas por entidades bancarias (IMPISA, 2017).

Los planes existentes para la financiación de proyectos de infraestructura con participación privada son amplios y ambiciosos y señalan un potencial importante para profundizar el mercado local de capitales, dada su magnitud. La financiación parcial o total de los proyectos a través del mercado local de capitales puede vislumbrarse en el mediano plazo, siempre y cuándo se establezcan ciertas condiciones de cubrimiento de riesgo y esquemas de promoción.

Conclusiones

Independientemente del esquema de financiamiento elegido para proyectos de infraestructura, uno de los males que se pretende corregir es la corrupción, y como se ha evidenciado recientemente esto no se ha logrado. Casos como el de la Refinería de Cartagena (REFICAR) o los relacionados con la constructora brasilera Odebrecht han puesto en evidencia este problema, que por lo general determina sobrecostos, demora en las obras y en muchos casos la no terminación de las mismas, como ocurrió en el departamento del Tolima con las ejecuciones inconclusas de los escenarios deportivos previstos para los pasados Juegos Nacionales (Revista Semana, 2016).

El Estado está obligado a garantizar la transparencia de los procesos licitatorios y de contratación, debe vigilar el cumplimiento de los contratos a cabalidad, y debe proveer un marco jurídico y fiscal estable para los capitales privados que intervengan en la financiación de proyecto de infraestructura.

Pero no todo el panorama es sombrío. En el sector eléctrico, por ejemplo, las cosas se han hecho bien, permitiendo incluso a empresas colombianas participar en proyectos importantes fuera del país, en Perú, Ecuador y Centroamérica, y los proyectos dentro del país se han realizado de manera proba, en términos generales.

Referencias

Arrese, J., Jimenez, J., Nuñez, P., & Villaquídez, J. (2013). La financiación de las colaboraciones público privadas concesionales y no concesionales. Obtenido de Universidad Politécnica de Madrid: <http://www.csg-master.com/proyectos2013/2LA%20FINANCIACION%20DE%20LAS%20COLABORACIONES%20PUBLICO%20PRIVADAS%20CONCESIONALES%20Y%20NO%20CONCESIONALES.%20PROBLEMA.pdf>

Dos Santos, U. P. (2017). Distribución espacial de los entes del sistema nacional de

- innovación brasileño: análisis de la década de 2000. *Revista CEPAL*, 235-253.
- Gonzales, A. M., & Alba, C. (03 de Septiembre de 2006). Infraestructura vial en Colombia: un análisis económico como aporte al desarrollo de las regiones 1994-2004. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/12066/T10.06%20G589in.pdf?sequence=1>.
- González, J., Arboleda, C., & Botero, S. (2016). A proposal for green financing as a mechanism to increase private participation in sustainable water infrastructure systems: The Colombian Case. *Procedia Engineering*, 145, 180-187.
- Gorshkova, R., & Epifanovb, V. (2016). The mechanism of the project financing in the construction of underground structures. *Procedia Engineering*, 165, 1211-1215.
- IMPISA. (2017). El esquema de financiamiento de proyecto Project Finance. Obtenido de <http://www.impisa.com/es/productos/impisaenergy/SitePages/Financiamiento%20de%20proyecto.aspx>.
- Kang, C. C., Feng, C. M., & Kuob, C. Y. (2011). A royalty negotiation model for BOT (build–operate–transfer) projects: The operational revenue-based model. *Mathematical and Computer Modelling*, 2338-2347.
- NU. CEPAL. División de Recursos Naturales e Infraestructura. (2015). Desarrollo de infraestructura y crecimiento económico: revisión conceptual. *Recursos naturales e infraestructura*, 70-75.
- Revista Dinero. (03 de Septiembre de 2016). ¿Aprendió Colombia a hacer concesiones de infraestructura? Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/aprendio-colombia-a-hacer-concesiones-de-infraestructura/231872>.
- Revista Semana. (2016). Reficar: ¿el escándalo económico del siglo? Obtenido de <http://www.semana.com/economia/articulo/reficar-las-irregularidades-por-sobrecostos/458610>.
- Rouse, M. (s.f.). TechTarget. Obtenido de <http://whatis.techtarget.com/definition/BOO-project-build-own-operate-project>.
- Ruiz, L., & Hernández, C. (2016). Estudio sobre regulación prudencial de Project Finance para financiación de infraestructura. *Unidad de Regulación Financiera*, 1-22.
- Zúñiga Aleman, L. (2012). Project finance de proyectos de infraestructura. *Themis: Revista de Derecho*, (62), 255-276.

Revista Gestión y Desarrollo Libre, Año 3 N° 5, 2018. p.p. 191 - 216

ISSN 2539-3669

Universidad Libre Seccional Cúcuta, Facultad de Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables y Centro Seccional de Investigaciones

Efectos de la publicidad de precios comparativos sobre las expectativas de precios del
consumidor

Ronald Angola Cárdenas

Dayana Sánchez Garcés

Efectos de la publicidad de precios comparativos sobre las expectativas de precios del consumidor*

Effects of Comparative Price Advertisements on consumer price expectations

Recibido: Junio 07 de 2017 - Evaluado: Septiembre 09 de 2017 - Aceptado: Diciembre 13 de 2017

Ronald Angola Cárdenas**

Dayana Sánchez Garcés***

Para citar este artículo / To cite this Article

Angola Cárdenas, R., & Sánchez Garcés, D. (Enero-Junio de 2018). Efectos de la publicidad de precios comparativos sobre las expectativas de precios del consumidor. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 3(5), (191-216).

Resumen

La presente investigación busca determinar el cambio en las expectativas de precios, al incorporar dos tamaños de ofertas de un servicio en la Publicidad de Precios Comparativos y detectar si la información de precios unitarios está afectando el cambio en las expectativas. Para lograrlo, se define un diseño experimental propio de la investigación. Un diseño factorial 3x4x2 que forma 24 tratamientos al mezclar 3 combinaciones de precio de venta de 3 y 5 noches de hotel, con 4 combinaciones

* Artículo inédito. Artículo de investigación e innovación. Artículo de investigación. Proyecto de investigación vinculado a la tesis doctoral de la Universidad Autónoma de Madrid.

** Ingeniero Industrial. Diploma de Estudios Avanzados y Doctor en el programa de Investigación y Técnicas de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid, España. Docente de la Universidad Nacional Experimental del Táchira-Venezuela. Email: ronald.angola@gmail.com.

*** Licenciada en Administración. Diploma de Estudios Avanzados y Doctor en el programa de Investigación y Técnicas de Marketing de la Universidad Autónoma de Madrid, España. Docente de la Universidad de Los Andes-Venezuela. Email: daya_20_5@hotmail.com.

de Precio de Referencia Publicitado y 2 condiciones de precio unitario. En donde, las combinaciones de precio de venta de las ofertas de cada publicidad, son las que forman el efecto recargo y el efecto descuento. Con respecto a la variable dependiente del estudio, las expectativas de precios para 3 y 5 noches se han medido antes y después de presentar la publicidad. Los resultados comprueban que la dirección del cambio en las expectativas de precios depende de la posición que ocupa la expectativa inicial con respecto al Precio de Referencia Publicitado. Mientras que la magnitud del cambio en las expectativas de precios depende de la magnitud de la diferencia entre la expectativa inicial y el Precio de Referencia Publicitado, así como de la magnitud de la diferencia entre la expectativa inicial y el precio de venta. Se evidencia que el tipo de efecto, recargo y descuento; y la información de precio unitario pueden influenciar el cambio en la expectativa de precios del consumidor.

Palabras Clave: Expectativa de Precios, Precio Unitario, Publicidad de Precios Comparativos

Abstract

The present investigation seeks to know the change in price expectations, by incorporating two sizes of offers of a service in the Comparative Prices Advertising and detecting if the information of unit prices is affecting the change in expectations. An experimental design specific to the research is defined. A 3x4x2 factorial design that forms 24 treatments by mixing 3 combinations of sale price of 3 and 5 hotel nights, with 4 combinations of Advertised Reference Price and 2 unit price conditions. Where, the combinations of the sale price of the offers of each advertising, are those that form the surcharge effect and the discount effect. With respect to the dependent variable of the study, the price expectations for 3 and 5 nights have been measured before and after presenting the advertising. The results prove that the direction of the change in price expectations depends on the position that the initial expectation occupies with respect to the Advertised Reference Price. While the magnitude of the change in price expectations depends on the magnitude of the difference between the initial expectation and the Advertised Reference Price, as well as the magnitude of the difference between the initial expectation and the sale price. It is evident that the type of effect, surcharge and discount; and the unit price information can influence the change in consumer price expectations. Therefore, it is verified that the change in price expectations depends on both the temporal factor and the contextual factor.

Keywords: Price Expectation, Unit Price, Comparative Prices Advertisement

SUMARIO

INTRODUCCIÓN. - ESQUEMA DE RESOLUCIÓN. - I. Problema de investigación. - II. Metodología. – 1. Diseño experimental propuesto. - 2. Combinación del precio de venta. - 3. Combinación del precio de referencia publicitado (PRP). - 4. Condición del precio unitario. - 5. Variables independientes. – 6. Variables dependientes. – 7. Selección de la muestra y desarrollo experimental. III. Plan de redacción. - 1. Efectos del PRP y del precio de venta en presencia de efectos descuento o efectos recargo con información del precio unitario. – 2. Definición del precio de referencia. – 3. Precio de referencia basado en la memoria. – 4. Precio de referencia basado en el estímulo. – 5. Precio de referencia basado en la memoria y en el estímulo. - 6. Tipos de publicidad de precios comparativos. 7. Proceso de percepción del precio de referencia publicitado. – 8. Consumidor con creencias iniciales de precio. – 9. Resultados de investigación. - CONCLUSIONES. – REFERENCIAS.

Introducción

La presente investigación tiene el objetivo de medir el efecto que producen diferentes Publicidades de Precios Comparativos (PPC) que contienen dos ofertas de un mismo servicio, efectos recargo, descuento e información del precio unitario, sobre las expectativas de precios del consumidor, debido a que no ha sido medido en investigaciones previas. Trabajar el precio de referencia interno con dos tamaños de oferta, representa el principal valor añadido de este estudio. Diseñar el experimento de esta manera permitió medir la influencia del efecto descuento y el efecto recargo de la oferta. Otro valor añadido radica en que investigaciones previas han trabajado sobre bienes de consumo y no en el sector servicios, además en este estudio se incluye la información del precio unitario de cada oferta, para conocer también su efecto sobre las expectativas de precios del consumidor. Los resultados presentan implicaciones académicas y gerenciales para la literatura de precios y para la gestión de precios de una empresa.

Esquema de resolución

1. Problema de investigación

¿Cómo es la influencia de la Publicidad de Precios Comparativos con efecto recargo y descuento, sobre las expectativas de precios del consumidor?

¿La información de precios unitarios está afectando el cambio en las expectativas?

2. Metodología

Al utilizar dos ofertas de diferentes tamaños de un servicio (3 y 5 noches de hotel) se define un diseño experimental único 3x2x4 conformado por 3 combinaciones del precio de venta de 3 y 5 noches (bajo-medio, medio-medio, alto-medio), 4 combinaciones de precios de referencia de 3 y 5 noches (creíble-creíble, no creíble- no creíble, no creíble-creíble y creíble-no creíble), y 2 condiciones del precio unitario para 3 y 5 noches (con y sin precio unitario), estas combinaciones producen 24 tratamientos diferentes con existencia de efectos recargo, publicidades con efectos descuento con y sin información del precio unitario.

Señalar también que para tener en cuenta el factor temporal, la medición de las expectativas de precios de 3 y 5 noches se realiza antes y después de aplicar los tratamientos; y el análisis se realiza considerando la posición que ocupa la expectativa inicial de precios con respecto al PRP y al PV de cada oferta.

2.1. Diseño experimental propuesto

El diseño experimental se basa en la especificación de los tratamientos (variables independientes), las variables dependientes y los procedimientos para controlar las variables externas, entre otros (Nogales, 2004; Malhotra et al., 2008; Santemas, 2009 y Grande & Abascal, 2011). El diseño propuesto es un diseño factorial 3x2x4 que representa la manipulación de 24 tratamientos experimentales diferentes. Se trata de un experimento inter-sujetos (betweensubject) en el que se asignan individuos al azar a cada uno de los 24 tratamientos, y cada individuo es expuesto a un solo tratamiento (Biswas, Pullig, Krishnan y Burton, 1999).

2.2. Combinación del precio de venta

Este factor representa las combinaciones del precio de venta utilizado en las ofertas de la publicidad. Las combinaciones que se forman se obtienen con tres niveles de precios de venta (precio bajo, precio medio y precio alto). Se define de esta forma porque se quiere medir la influencia del efecto recargo y del efecto descuento. Las 3 combinaciones del precio de venta utilizadas forman:

PPC con efecto recargo en la oferta de mayor tamaño, en el que la oferta de mayor tamaño (5 noches) tiene un precio unitario mayor que la oferta de menor tamaño (3 noches). Los tratamientos con efecto recargo son: T1, T2, T3, T4, T13, T14, T15, T16, y están definidos así: (PV bajo 3 noches/PV medio 5 noches).

PPC sin efecto recargo ni efecto descuento en la oferta de mayor tamaño, es una publicidad en la que el precio unitario de la oferta de mayor tamaño (5 noches), es igual al precio unitario de la oferta de menor tamaño (3 noches). Los tratamientos que no presentan efecto recargo ni descuento son: T5, T6, T7, T8, T17, T18, T19, T20, y están definidos así: (PV medio 3 noches/PV medio 5 noches).

PPC con efecto descuento en la oferta de mayor tamaño, en el que la oferta de mayor tamaño (5 noches) tiene un precio unitario menor que la oferta de menor tamaño (3 noches). Los tratamientos con efecto descuento son: T9, T10, T11, T12, T21, T22, T23, T24, y están definidos así: (PV alto 3 noches/PV medio 5 noches).

2.3. Combinación del precio de referencia publicitado (PRP)

Este factor está formado por las combinaciones del PRP de las ofertas de 3 y 5 noches. Estas combinaciones se producen al combinar dos niveles de la variable precio de referencia publicitado (PRP creíble, PRP no creíble). Se define de esta forma porque se quiere medir los efectos producidos por diferentes combinaciones de ambos PRP en este tipo de publicidades. Las 4 combinaciones utilizadas del PRP forman:

- a. PPC con PRP creíble tanto en la oferta de menor tamaño (3 noches) como en la oferta de mayor tamaño (5noches). Los tratamientos que cumplen con esta condición son: T1, T5, T9, T13, T17, T21 y están definidos así: (PRPC 3 noches/PRPC 5 noches).
- b. PPC con PRP no creíble tanto en la oferta de menor tamaño (3 noches) como en la oferta de mayor tamaño (5noches). Los tratamientos que cumplen con esta condición son: T2, T6, T10, T14, T18, T22 y están definidos así: (PRPNC 3 noches/PRPNC 5 noches).
- c. PPC con PRP no creíble en la oferta de menor tamaño (3 noches), y un PRP creíble en la oferta de mayor tamaño (5noches). Los tratamientos que cumplen con esta condición son: T3, T7, T11, T15, T19, T23 y están definidos así: (PRPNC 3 noches/PRPC 5 noches).
- d. PPC con PRP creíble en la oferta de menor tamaño (3 noches), y un PRP no creíble en la oferta de mayor tamaño (5noches). Los tratamientos que cumplen con esta condición son: T4, T8, T12, T16, T20, T24 y están definidos así: (PRPC 3 noches/PRPNC 5 noches).

2.4. Condición del precio unitario

Este factor está formado por las combinaciones del precio unitario de las ofertas de 3 y 5 noches. Estas combinaciones se producen al combinar dos condiciones de la variable precio unitario (sin precio unitario, con precio unitario). Se define de esta forma porque se quiere medir el efecto de la información del precio unitario en este tipo de publicidades (figura 1 y 2). Las 2 combinaciones utilizadas del precio unitario forman:

- a. PPC sininformación del precio unitario en la oferta de menor tamaño (3 noches) ni en la oferta de mayor tamaño (5noches). Los tratamientos que cumplen con esta condición son: T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8, T9, T10, T11, T12.
- b. PPC coninformación del precio unitario tanto del PV como del PRP en la oferta de menor tamaño (3 noches), y el precio unitario tanto del PV como del PRP en la oferta de mayor tamaño (5 noches). Los tratamientos que cumplen con esta condición son: T13, T14, T15, T16, T17, T18, T19, T20, T21, T22, T23, T24.

2.5. Variables independientes

Para la definición de los precios de venta y los PRP utilizados en el estudio se realizó un pretest con 132 estudiantes de la UAM, de los cuáles se obtuvieron 96 encuestas válidas. El propósito del pretest es medir el conocimiento de los precios de compra del mercado para el producto en estudio. En el pretest se les pregunta a los estudiantes sobre el precio justo del mercado, el precio promedio del mercado, la expectativa de precios, y la estimación de los precios más bajos y más altos del mercado, tanto para 3 noches como para 5 noches en un hotel dos estrellas en Ibiza. De acuerdo a los resultados obtenidos, se define el precio de venta bajo como el promedio entre la estimación promedio del precio justo de 3 y 5 noches, y el promedio entre la estimación promedio del precio más bajo del mercado de 3 y 5 noches, dando como resultado el precio bajo utilizado en los tratamientos. Para definir el precio de venta medio de 3 y 5 noches, se utilizó la media de las expectativas de precios de 3 y 5 noches, considerando también el resultado obtenido del precio promedio del mercado. Mientras que para definir el precio de venta alto utilizado en los tratamientos, se consideró la media del precio más alto que el consumidor estaría dispuesto a pagar por 3 y 5 noches. El PRP creíble es definido como mayor al

15,00% del precio de venta publicitado, y el PRP no creíble es definido como mayor al 44,00% del precio de venta publicitado.

2.6. Variables dependientes

La variable dependiente del estudio es: a) la expectativa de precios, sin embargo, para futuras publicaciones también se midió el efecto en: b) la estimación del precio más bajo del mercado, c) la elección de la oferta, d) el valor de transacción, e) la intención de búsqueda, y f) la intención de compra. La expectativa de precios por parte del consumidor fue medida antes y después de presentarle la Publicidad de Precios Comparativos (PPC) al mismo. Además, se recopiló información demográfica de los sujetos participantes en el estudio. Por último, se les preguntó a los sujetos sobre su experiencia de viaje.

Figura 1. Esquematización de los tratamientos experimentales (parte 1)
 Producto (Hotel **, 3 y 5 noches en IBIZA)
 Diseño 3 x 4 x 2 = 24 tratamientos
 3 (combinaciones del precio de venta, 3 y 5 noches) x 4 (combinaciones del PRP, 3 y 5 noches) x 2 (sin precio unitario, con precio unitario)

Hotel ** (T1)	Hotel ** (T5)	Hotel ** (T9)	Hotel ** (T13)	Hotel ** (T17)	Hotel ** (T21)
3 noches PRPC PV bajo	3 noches PRPC PV medio	3 noches PRPC PV alto	3 noches PRPC PV bajo	3 noches PRPC PV medio	3 noches PRPC PV alto
5 noches PRPC PV medio					

Hotel ** (T2)	Hotel ** (T6)	Hotel ** (T10)	Hotel ** (T14)	Hotel ** (T18)	Hotel ** (T22)
3 noches PRPC PV bajo	3 noches PRPC PV medio	3 noches PRPC PV alto	3 noches PRPC PV bajo	3 noches PRPC PV medio	3 noches PRPC PV alto
5 noches PRPC PV medio					

Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Esquematización de los tratamientos experimentales (parte 2)
 Producto (Hotel ** 3 y 5 noches en IBIZA)
 Diseño 3 x 4 x 2 = 24 tratamientos
 3 (combinaciones del precio de venta, 3 y 5 noches) x 4 (combinaciones del PRP, 3 y 5 noches) x 2 (sin precio unitario, con precio unitario)

Hotel ** (T3)		Hotel ** (T7)		Hotel ** (T11)		Hotel ** (T15)		Hotel ** (T19)		Hotel ** (T23)	
3 noches	5 noches										
PRPNC	PRPC										
PV bajo	PV medio	PV medio	PV medio	PV alto	PV medio	PV bajo	PV medio	PV medio	PV medio	PV alto	PV medio
				PU	PU	PU	PU	PU	PU	PU	PU

Hotel ** (T4)		Hotel ** (T8)		Hotel ** (T12)		Hotel ** (T16)		Hotel ** (T20)		Hotel ** (T24)	
3 noches	5 noches										
PRPNC											
PV bajo	PV medio	PV medio	PV medio	PV alto	PV medio	PV bajo	PV medio	PV medio	PV medio	PV alto	PV medio
				PU							

Fuente: elaboración propia.

El producto elegido para la investigación está representado por dos ofertas expresadas en la Publicidad de Precios Comparativos, se ha elegido este producto por ser familiar para el encuestado. Específicamente, el producto en estudio es la oferta de 3 noches y la oferta de 5 noches para una habitación doble con régimen de alojamiento y desayuno, en un hotel dos estrellas ubicado en la Bahía de San Antonio, Ibiza.

2.7. Selección de la muestra y desarrollo experimental

La muestra está compuesta por 840 estudiantes de la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad Rey Juan Carlos, la misma corresponde con el diseño experimental debido a que en el estudio se manipulan 24 tratamientos, y cada tratamiento es aplicado a 35 estudiantes. Con respecto a las características de la muestra, con el interés de conseguir una muestra suficientemente homogénea en cuanto a su conocimiento de los precios del producto estudiado, se ha considerado la utilización de estudiantes universitarios como una opción interesante.

En este sentido, para seleccionar los elementos de la muestra se procedió a realizar un muestreo por conveniencia, puesto que la dificultad técnica, funcional y cuantitativa que lleva asociado el desarrollo y aplicación del experimento, requiere una audiencia cercana al investigador. Los participantes desarrollan el experimento sin conocer previamente su condición experimental, ni tampoco la de sus compañeros, pudiendo trabajar con estados experimentales diferentes de forma simultánea en el aula de clase. De esta forma se ha evitado el sesgo derivado de la interacción entre los individuos en la propia aula (Mondéjar, 2006).

3. Plan de redacción

3.1. Efectos del PRP y del precio de venta en presencia de efectos descuento o efectos recargo con información del precio unitario

Es notable que los factores contextuales y temporales influyen en el proceso psicológico del consumidor para formar o cambiar su precio de referencia interno de un producto o marca, y debido a esto, los consumidores usan diferentes valores de referencia (externos e internos) para codificar la información de precios antes de tomar una decisión de elección (Briesch et al. 1997; Yadav y Seiders, 1998; Mazumdar et al. 2005; Moon, et al. 2006). Dentro de los factores contextuales que pueden influir en el precio de referencia interno del consumidor, esta investigación se enfoca en

la Publicidad de Precios Comparativos (P.P.C). En la P.P.C los estímulos focales y contextuales están representados por el precio de referencia publicitado (P.R.P) y el precio de venta. En este tipo de publicidad (como puede ser una promoción), el P.R.P representa el precio de referencia externo que el vendedor utiliza para comparar el precio de venta actual, haciendo más atractiva la oferta para el consumidor (Compeau&Grewal, 1998; Mazumdar&Papatla, 2000 y Bell y Lattin, 2000). Las investigaciones indican que el precio de referencia interno del consumidor varía en función del P.R.P, y el precio de venta publicitado (Grewal, Monroe &Krishnan, 1998; Burnan y Biswas, 2004) y en función de la diferencia existente entre ambos. La diferencia entre el P.R.P el precio de venta publicitado muestra un efecto de U invertida sobre el precio de referencia interno del consumidor (Kopalle& Lindsey Mullikin, 2003). Así mismo, en el estudio de Méndez, Angola y Sánchez (2013), indican que la información del precio unitario presente en la compra, pudiera ser utilizada como precio de referencia externo para el consumidor y jugar un papel importante en la modificación de su precio de referencia interno, en el que el tipo de categoría de productos analizada puede condicionar el efecto.

3.2. Definición del precio de referencia

Desde un punto de vista teórico, es un estándar con el que los consumidores comparan los precios observados, que configuran basándose en el entorno de la fijación de precios, y cuya premisa es que los consumidores responden a los precios, no de forma absoluta, sino en relación con ese elemento de referencia (Diez y Rosa, 2004). Expresamente Briesch et al. (1997) y Moon et al. (2006) plantean que los elementos que pueden representar para el consumidor puntos de referencia en su evaluación de los precios pueden ser agrupados en dos grandes modalidades: 1) el precio de referencia basado en la memoria del consumidor (interno o temporal) y 2) el precio de referencia basado en el estímulo (externo o de contexto).

En concreto, mientras que los estándares internos derivan de la exposición pasada a diferentes niveles de precios, los estándares externos se basan en la información presente en el punto de venta (Yadav y Seiders, 1998, Diez y Rosa, 2004).

3.3. Precio de referencia basado en la memoria

Si los consumidores usan la información de precios que está basada en las experiencias de compra pasadas, se dice que los consumidores utilizan un mecanismo de precio de referencia basado en la memoria (Briesch et al. 1997).

Estos consumidores entran al establecimiento de compra con una idea de cuánto deberían pagar por una marca (Kalwani et al. 1990; Kalyamaram y Little, 1994, y ese precio lo utilizan para comparar y evaluar los precios de compra actuales a través de un mecanismo de ganancia y pérdida. La corriente metodológica de investigación del precio de referencia basado en la memoria usa datos panel y se ha centrado principalmente en sus efectos sobre las decisiones de elección de marca.

Como no existe en la literatura académica una única forma de medir el precio de referencia basado en la memoria, se incluirán los estudios que: a) miden el precio de referencia en base a los precios pasados, y b) aquellos estudios que miden el precio de referencia en base a los precios pasados más otras informaciones contextuales previas.

a) Precio de referencia basado en la memoria, formado por los precios pasados.

Entre los estudios que incluyen en sus modelos de elección de marca solamente la influencia del precio de referencia basado en la memoria como formado por los precios pasados, sin tomar en cuenta otras influencias contextuales pasadas ni el momento de la compra, se encuentran los de Kalyamaram y Little, (1994), Jacobson y Obermiller, (1990) y Krishnamurthi, et al. (1992).

3.4. Precio de referencia basado en el estímulo

Un porcentaje considerable de compradores no tienen o tienen un pequeño recuerdo de los precios pagados. Así para estos consumidores el precio de referencia interno es el formado en el punto de compra presente (Briesch et al. 1997; Hardie et al. 1993; Mazumdar y Papatla, 2000; Bell y Lattin, 2000).

a) Precio de referencia basado en el estímulo, formado por los precios actuales

Los consumidores usan un punto de referencia construido en el punto de compra examinando los precios del anaquel presentes (Hardie et al. 1993; Mazumdar y Papatla, 2000; Bell y Lattin, 2000). En este aspecto, múltiples investigaciones basadas en modelos de elección de marca, han usado datos panel, y han trabajado el precio de referencia externo o de contexto utilizando diferentes conceptualizaciones.

Si el precio es considerado un atributo importante, el consumidor puede usar:

- **El precio actual de cualquier marca como precio de referencia**, lo demuestran los estudios de Mayhew y Winer, (1992) y Rajendran y

Tellis, (1994), en la práctica, este proceso tenderá a enfocar la atención del consumidor a un subconjunto de marcas, restringiendo el conjunto de posibilidades de elección del consumidor a sólo a aquellas marcas con precios suficientemente bajos (Moon, et al. 2006).

- **El precio actual de una marca conocida**, utilizado y testado por Hardie, Johnson y Fader, (1993) como un punto de referencia para los juicios de precio (Briesch et al. 1997). En este último caso, los consumidores recuerdan la identidad de la última marca comprada, no el conjunto de precios pasados (Moon, et al. 2006).

b) Precio de referencia basado en el estímulo, formado por la Publicidad de Precios Comparativos

Por lo general, la metodología más utilizada para evaluar los efectos de este estímulo externo sobre el precio de referencia interno del consumidor, juicios de precio y otras evaluaciones ha sido la experimentación.

Los estudios que miden la influencia de la publicidad de precios comparativos (P.P.C) sobre el precio de referencia interno del consumidor y cumplen con estas condiciones son los estudios experimentales de Lichtenstein et al. (1991); Grewal et al. (1998) y Burnan y Biswas, (2004). Por lo tanto, en este epígrafe no se incluyen aquellos estudios que miden el precio de referencia interno del consumidor antes de iniciar el experimento. Solo aquellos estudios que lo miden al final.

3.5. Precio de referencia basado en la memoria y en el estímulo

En este epígrafe se incluyen los estudios que utilizan modelos de elección de marca, con datos panel, y toman en cuenta en sus modelos tanto el precio de referencia basado en la memoria como el precio de referencia basado en el estímulo.

Por lo tanto, se incluyen en este análisis: a) los estudios que incluyen en un mismo modelo tanto el precio de referencia basado en la memoria como el precio de referencia basado en el estímulo, y b) los estudios que incluyen en un mismo modelo, y en modelos separados, el precio de referencia basado en la memoria y el precio de referencia basado en el estímulo.

a) Precio de referencia basado en la memoria y en el estímulo, incluidos en un mismo modelo

Las investigaciones realizadas por Kalwani et al. (1990), Mayhew y Winer, (1992), Rajendran and Tellis, (1994), incluyen en el mismo modelo de elección de

marca tanto el componente contextual como el componente temporal del precio de referencia, ya sea en términos separados o en un mismo término de la ecuación de utilidad. Los resultados obtenidos ponen por tanto de manifiesto que las elecciones de las personas no son independientes del marco de referencia o contextual en el cual son realizadas (Kahneman y Tversky, 2000).

b) Precio de referencia basado en la memoria y en el estímulo, incluidos juntos y por separado en diferentes modelos

Los estudios de Hardie, Johnson y Fader, (1993), Mazumdar y Papatla, (1995) y Mazumdar y Papatla, (2000) incluyen en un mismo modelo de elección de marca tanto el componente contextual como el componente temporal del precio de referencia, y este es comparado con un modelo que incluye sólo el precio de referencia basado en el estímulo, y con otro modelo que incluye sólo el precio de referencia basado en la memoria.

c) Precio de referencia basado en la memoria y en el estímulo, formado por informaciones previas y la publicidad de precios comparativos.

Los estudios de Biswas y Blair, (1991) y Kopalle y Lindsey-Mullikin, (2003) incluyen la influencia tanto del componente contextual como del componente temporal del precio de referencia a través de la experimentación.

Estos estudios definen el precio de referencia basado en el estímulo como formado por la publicidad de precios comparativos (P.P.C) y otros factores contextuales, y además miden el precio de referencia interno del consumidor antes de iniciar el experimento, con el propósito de tomar en cuenta la influencia temporal.

Por lo tanto, Méndez, Angola y Sánchez (2013), siguiendo esta misma línea de investigación, realizan un estudio e indican que la información del precio unitario de los productos pudiera ser utilizada por el consumidor como un precio de referencia basado en el estímulo, y por consiguiente afectar a su precio de referencia interno.

El factor contextual viene dado por la presencia de la información del precio unitario de los productos, y la influencia temporal es definida por el precio de referencia interno que posee el consumidor antes de iniciar el estudio, y por la frecuencia de compra del consumidor durante el estudio.

3.6. Tipos de publicidad de precios comparativos

La teoría del nivel de adaptación establece que el comportamiento de un individuo representa una adaptación a tres clases de señales: orgánicas, focales y

contextuales, en donde el precio de referencia interno representa la señal orgánica primaria que posee un individuo, y estaría formado por la adaptación a dos clases de estímulos, focales y contextuales (Biswas et al 1993).

a) Estímulos focales

En la publicidad de precios comparativos (P.P.C) los estímulos focales están representados por el precio de referencia publicitado (P.R.P) y el precio de venta. En este tipo de publicidad (como puede ser una promoción), el P.R.P representa el precio de referencia externo que el vendedor utiliza para comparar el precio de venta actual, haciendo más atractiva la oferta para el consumidor (Biswas et al 1993; Compeau y Grewal, 1998). Algunos estudios previos como los de Grewal et al (1998) y Kopalle et al (2003) se enfocan en medir el efecto que produce la P.P.C sobre la percepción, evaluación y comportamiento del consumidor. Para ello han manipulado el P.R.P en tres niveles: precio de referencia bajo creíble, precio de referencia alto creíble, y precio de referencia exagerado (alto no creíble). Asimismo al igual que ocurre con el P.R.P, existe un gran interés en la literatura sobre P.P.C en medir la influencia en el consumidor, cuando se presentan diferentes niveles del precio de venta.

b) Estímulos contextuales

La señal contextual incluye información de fondo en la publicidad y otros estímulos secundarios que el consumidor no atiende directamente (Biswas et al. 1999). Esta señal contextual puede afectar la forma en que la señal focal es juzgada por el consumidor en relación con su rango de precios de referencia interno (Biswas y Blair, 1991). En este apartado nos centraremos sólo en la señal semántica, como variable contextual.

b.1) Señal semántica

Las señales semánticas son frases utilizadas en la P.P.C que describen un precio en oferta, proveen información al consumidor acerca de un precio de referencia externo, un precio de venta, y un ahorro potencial (Grewal y Compeau, 1992), Lichtenstein et al. (1991).

La teoría de la inferencia correspondiente clasifica las distintas señales semánticas utilizadas en una P.P.C según su consistencia y distinción (Lichtenstein, Burton y Karson, 1991). Los vendedores a menudo publicitan información de precios de baja consistencia (inconsistentes en el tiempo), comparando el precio de venta ofrecido anteriormente por el producto (precio de referencia externo) con el precio de venta actual. Por otra parte, la P.P.C que expresa información distinta con

respecto a la competencia (alta distinción), es la que compara el precio de venta de un producto con el precio de venta de otro vendedor (precio de referencia externo) (Lichtenstein, Burton y Karson, 1991).

Al igual que los estímulos focales, en los estímulos contextuales también se ha trabajado con la metodología experimental, en uno de ellos, Lichtenstein, Burton y Karson, (1991) manipulan tanto la señal semántica de baja consistencia como la señal semántica de alta distinción en la publicidad.

3.7. Proceso de percepción del precio de referencia publicitado

La codificación es especialmente importante para la percepción del P.R.P por parte del consumidor, en donde, la influencia de este sobre el precio de referencia interno del consumidor, va a depender de si el consumidor dispone o no de un precio de referencia interno en su memoria. Estas creencias iniciales de precio, pueden ser fuertes o débiles, dependiendo del conocimiento que tiene el consumidor de la marca, la categoría de producto, y el tipo de comercio (Biswas y Blair, 1991).

3.8. Consumidor con creencias iniciales de precio

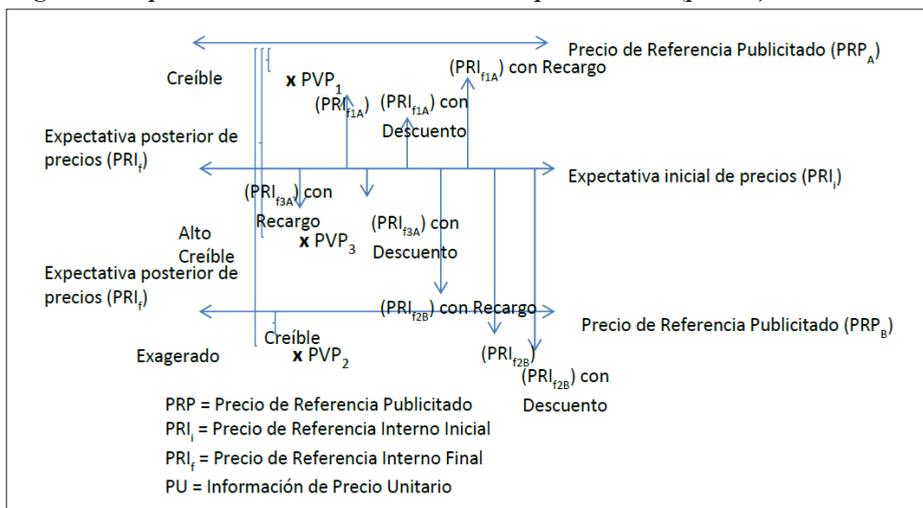
Compeau y Grewal, (1998) proponen un marco conceptual en el cual señalan que existen consumidores que pueden poseer a través de la experiencia en el tiempo, un número de conocimientos basados en el precio de un producto y ese conocimiento es el que utilizan para juzgar el P.R.P.

Este conocimiento basado en el precio puede incluir percepciones del precio más bajo del mercado (Biswas y Blair, 1991), el precio justo para el producto, el precio por el cual el producto es normalmente vendido (Lichtenstein y Bearden, 1989; Biswas y Blair, 1991), el precio más alto que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto (Lichtenstein et al. 1991), el precio promedio del mercado; el precio futuro esperado (Jacobson y Obermiller, 1990), un precio de aspiración, o un rango de precios esperados. Debido a que los consumidores pueden usar cualquiera de estos (y otros) conocimientos basados en el precio como puntos o rangos de referencia cognitivos, estos conocimientos han sido referidos como estándares de precios internos (Biswas et al. 1993). Estos pueden cambiar por inferencia o por respuesta directa del P.R.P, siempre y cuando el P.R.P sea asimilado por el consumidor (Biswas y Blair, 1991).

Para la formulación de las hipótesis se reflejan las variaciones del Precio de Referencia Publicitado (PRP) y del precio de venta (PVP) con relación a las

expectativas iniciales de precios (Precio de Referencia Interno inicial PRI_i) y con la expectativa final de precios (Precios de Referencia Internos final PRI_f) (figura 3).

Figura 3. Esquematización de los tratamientos experimentales (parte 2)



Fuente: elaboración propia.

H_1 : Cuando la expectativa inicial de precios (PRI_i) es menor que el precio de referencia publicitado ($PRPA$) y que el precio de venta (PVP_1) de la oferta de la publicidad y además ésta es creíble, alto creíble o exagerada, la expectativa final de precios ($PRIf_{1A}$) se incrementa más cuando hay efecto recargo que cuando hay efecto descuento y dicho incremento es mayor en ausencia de información de precios unitarios.

H_2 : Cuando la expectativa inicial de precios (PRI_i) es menor que el precio de referencia publicitado ($PRPA$) y mayor que el precio de venta (PVP_3) de la oferta de la publicidad y además ésta es creíble, alto creíble o exagerada, la expectativa final de precios ($PRIf_{3A}$) disminuye más cuando hay efecto descuento que cuando hay efecto recargo y dicha disminución es mayor ante la presencia de información de precios unitarios.

H_3 : Cuando la expectativa inicial de precios (PRI_i) es mayor que el precio de referencia publicitado ($PRPB$) y que el precio de venta (PVP_2) de la oferta de la publicidad y además ésta es creíble, alto creíble o exagerada, la expectativa final de precios ($PRIf_{2B}$) disminuye más cuando hay efecto descuento que cuando hay efecto recargo y dicha disminución es mayor cuando se informa de los precios unitarios.

3.9. Resultados de investigación

La base de datos inicialmente estuvo representada por 840 encuestas, correspondientes a 35 encuestas aplicadas por cada uno de los 24 tratamientos. Sin embargo, tras revisar las mismas se eliminaron aquellas que no cumplimentaron totalmente el cuestionario, obteniendo 771 encuestas válidas.

Tras analizar la muestra, se encontró que, en las expectativas iniciales de precios de 3 y 5 noches, algunos encuestados asignaban un precio exageradamente alto para dichas ofertas por lo que se decidió eliminarlas. La razón puede estar en que el consumidor siempre optará por un precio mayor que cero (que sería el umbral mínimo) pero no tiene un umbral máximo, por lo que puede exagerar su expectativa de precios. Con ello la base de datos quedó constituida con 691 encuestas válidas. Esto ha permitido obtener datos más homogéneos, con respecto a las expectativas iniciales de precios de cada oferta.

En el perfil socio-demográfico de la muestra final establecida, se puede observar un mayor número de mujeres (57,00%); el rango de edad de los encuestados más frecuente está entre 19 y 23 años (83,10%), el mayor porcentaje de los ingresos familiares de los encuestados está comprendido entre 2001 € y 3000 € mensuales (24,60%), y por último la mayor cantidad de encuestados viven con 4 a 6 personas en su hogar (58,80%).

Hipótesis H₁

Para responder la hipótesis H₁ de la investigación, se presenta en la tabla 1 el análisis descriptivo de la dirección y magnitud del cambio en las expectativas de precios de 3 noches, para los consumidores con expectativa inicial menor al PRP y menor al PV. Los resultados fueron obtenidos utilizando los datos de los tratamientos con PRP creíble y PRP no creíble de 3 noches, sin y con información del precio unitario. En este análisis (Tabla 1), se observa que la mayor cantidad de estudiantes con expectativas iniciales menores al PRP y al PV se detectan en los tratamientos con PRP creíble de 3 noches sin precio unitario (T1, T4, T5, T8, T9, T12).

Con respecto a la dirección del cambio se acepta la hipótesis H₁, se observa en la tabla I que en los tratamientos con PRP creíble y no creíble sin y con precio unitario, el valor medio de las expectativas iniciales de precios de 3 noches que son menores al PRP y al PV, aumentan ante la presencia de los mismos.

Tabla 1. Valores medios del PRP, precio de venta, expectativa inicial de precios y expectativa posterior de precios de 3 noches, considerando los tratamientos con PRP creíble y no creíble de 3 noches con y sin información del precio unitario. Para los consumidores con expectativa inicial menor al PRP y menor al PV

Consumidores con Expecti < PRP y Expecti < PV			
Tratamientos con PRP creíble sin precio unitario (T1, T4, T5, T8, T9, T22)			
	N	Media	Desviación
Precio de referencia publicitado 3 noches (PRP)	120	222,02	34,19
Precio de venta de 3 noches (P.V)	120	193,42	29,88
Expectativa inicial de precios de 3 noches de hotel	120	123,17	40,87
Expectativa posterior de precios de 3 noches de hotel	120	134	46,55
Tratamientos con PRP no creíble sin precio unitario (T2, T3, T6, T7, T10, T11)			
	N	Media	Desviación
Precio de referencia publicitado 3 noches (PRP)	118	278,69	45,47
Precio de venta de 3 noches (P.V)	118	193,88	31,37
Expectativa inicial de precios de 3 noches de hotel	118	119,53	38,15
Expectativa posterior de precios de 3 noches de hotel	118	128,31	41,09
Tratamientos con PRP creíble con precio unitario (T13, T16, T17, T20, T21, T24)			
	N	Media	Desviación
Precio de referencia publicitado 3 noches (PRP)	115	223,09	20,59
Precio de venta de 3 noches (PV)	115	191,11	17,64
Expectativa inicial de precios de 3 noches de hotel	115	121,57	28,25
Expectativa posterior de precios de 3 noches de hotel	115	129,76	53,49
Tratamientos con PRP no creíble con precio unitario (T14, T15, T18, T19, T22, T23)			
	N	Media	Desviación
Precio de referencia publicitado 3 noches (PRP)	117	266,79	44,71
Precio de venta de 3 noches (PV)	117	190,92	32,47
Expectativa inicial de precios de 3 noches de hotel	117	114,61	38,88
Expectativa posterior de precios de 3 noches de hotel	117	130,97	43,62

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la magnitud del cambio, en la tabla 2 se presentan los porcentajes de las diferencias existentes entre el valor medio de las expectativas iniciales y el PRP, entre las expectativas iniciales y el PV y entre las expectativas iniciales y las expectativas finales de 3 noches de hotel, en los grupos de tratamientos estudiados. Se evidencia que en los tratamientos con PRP no creíble de 3 noches con precio unitario el cambio en la expectativa es mayor que en los otros tratamientos

analizados. Se observa que, aunque la diferencia entre la expectativa inicial de precios y el PRP; y la diferencia entre la expectativa inicial y el PV es similar a la de los tratamientos con PRP no creíble de 3 noches sin precio unitario, la influencia es el doble. También se detecta que los otros dos conjuntos de tratamientos, presentan una influencia proporcional.

Tabla 2. Valores medios de la diferencia porcentual entre la expectativa inicial de precios y el PRP, entre la expectativa inicial de precios y el precio de venta y entre la expectativa inicial de precios y la expectativa posterior de precios, considerando los tratamientos con PRP creíble y no creíble de 3 noches con y sin información del precio unitario. Para los consumidores con expectativa inicial menor al PRP y menor al PV

Consumidores con Expect _i < PRP y Expect _i < PV					
Diferencia	Diferencia %	Diferencia	Diferencia %	Diferencia	Diferencia %
Expect _i -PRP	Expect _i -PRP	Expect _i -PV	Expect _i -PV	Expect _i -Expect _t	Expect _i -Expect _t
		Tratamientos con PRP creíble de 3 noches sin precio unitario			
-98,85	44,52	70,25	36,32	-10,83	8,79
		Tratamientos con PRP no creíble de 3 noches sin precio unitario			
-159,16	57,11	-74,35	38,35	-8,78	7,34
		Tratamientos con PRP creíble de 3 noches con precio unitario			
-101,52	45,51	-69,54	36,39	-8,19	6,74
		Tratamientos con PRP no creíble de 3 noches con precio unitario			
-152,18	57,04	-76,31	39,97	-16,36	14,27

Fuente: elaboración propia.

Aplicando el ANOVA de un factor (tabla 3), se detectan diferencias significativas entre los tratamientos con efectos recargo, sin efectos y con efecto descuento, con respecto al cambio en las expectativas de precios, producidos por los tratamientos con PRP no creíble (sin y con precio unitario) y no entre los tratamientos con PRP creíble (sin y con precio unitario).

Tabla 3. Análisis de la diferencia entre los tratamientos con efectos, utilizando los tratamientos con PRP creíble y no creíble de 3 noches sin y con precio unitario, con relación a la media del cambio en las expectativas de los consumidores con expectativa inicial menor al PRP y al PV de 3 noches

Condición	Consumidores con Expecti < PRP y Expecti < PV			F-Snedecor	Signif. de la F-Snedecor
	Efecto recargo	Sin efectos	Efecto descuento		
	Media Exp_inic- exp_post	Media Exp_inic- exp_post	Media Exp_inic- exp_post		
Tratamientos con PRP creíble sin PU	-10,6842 (26,59167) n=19	-13,06 (39,73607) N=50	-8,7059 (41,50147) n=51	0,159	0,853
Tratamientos con PRP no creíble sin PU	-4,9545 (21,12430) n=22	-20,6667 (36,91432) N=42	-1,0926 (42,89622) n=54	3,338	0,039
Tratamientos con PRP creíble con PU	-6,4815 (34,44211) n=27	-6,4737 (26,39793) N=38	-10,42 (32,48051) n=50	0,227	0,797
Tratamientos con PRP no creíble con PU	-8,2222 (24,74226) n=27	-26,6750 (41,42673) N=40	-12,52 (36,05225) n=50	2,638	0,076

Entre paréntesis, las desviaciones típicas.

Fuente: elaboración propia.

Hipótesis H₂

Siguiendo la misma metodología de la hipótesis anterior, para contrastar la hipótesis H₂, se ha realizado el análisis descriptivo de la dirección y magnitud del cambio en las expectativas de precios de 3 noches que presentan los consumidores con expectativa inicial menor al PRP y mayor al PV, considerando los tratamientos con PRP creíble y PRP no creíble en la oferta de 3 noches sin y con información del precio unitario. En este análisis, se observa que contrario a los resultados anteriores la menor cantidad de estudiantes con expectativas iniciales menores al PRP y mayores al PV, se detectan en los tratamientos con PRP creíble de 3 noches sin precio unitario y la mayor cantidad de estos estudiantes se ubican en los tratamientos con PRP no creíble de 3 noches sin precio unitario.

Con respecto a la dirección del cambio se rechaza la hipótesis H_2 , se observa que el valor medio de las expectativas iniciales de precios de 3 noches que son menores al PRP y mayores al PV, disminuyen en dirección al PV, ante la presencia de los tratamientos con PRP creíble y PRP no creíble de 3 noches sin y con precio unitario. Con respecto a la magnitud del cambio, se observa que en los tratamientos con PRP creíble de 3 noches sin precio unitario, cuando el valor medio de las expectativas iniciales de precios de 3 noches es 7,05% menor que el PRP de 3 noches y 6,61% mayor que el PV, el valor medio de las expectativas de precio de 3 noches disminuye un 14,94% en dirección al PV.

Se evidencia que en estos tratamientos el cambio en la expectativa es mayor que en los otros tres grupos, esto ocurre, aunque la diferencia entre la expectativa inicial de precios y el PRP; y la diferencia entre la expectativa inicial y el PV es menor que la de los demás. En los demás tratamientos, también se observa una influencia importante en la disminución de las expectativas de precios. Proporcional a la diferencia existente entre la expectativa inicial y el PRP y PV.

Aplicando el ANOVA de un factor, solo se evidencian diferencias significativas entre los cambios detectados en las expectativas de precios de 3 noches, producidos por los tratamientos con PRP creíble sin información del precio unitario con efectos recargo (T1, T4), sin efectos (T5, T8) y con efecto descuento (T9, T12).

Hipótesis H_3

Del mismo modo como se ha realizado anteriormente, se contrasta la hipótesis H_3 realizando el análisis descriptivo de la dirección y magnitud del cambio en las expectativas de precios de 3 noches para los consumidores con expectativa inicial mayor al PRP y mayor al PV. En este análisis, se observa que la mayor cantidad de estudiantes con expectativas iniciales mayores al PRP y al PV, se encuentran en los tratamientos con PRP creíble de 3 noches sin precio unitario y la menor cantidad de estos estudiantes se ubican en los tratamientos con PRP no creíble de 3 noches sin información del precio unitario. Con respecto a la dirección del cambio se acepta la hipótesis H_3 , se observa que el valor medio de las expectativas iniciales de precios de 3 noches que son mayores al PRP y al PV, disminuyen en dirección de ambos, ante la presencia de los 24 tratamientos del estudio. En cuanto a la magnitud del cambio, se observa que en los tratamientos con PRP creíble de 3 noches sin precio unitario, cuando el valor medio de las expectativas iniciales de precios de 3 noches es 15,18% mayor que el PRP de 3 noches y 32,14% mayor que el PV, el valor medio de las expectativas de precio de 3 noches disminuye un 14,59%.

Se evidencia que en estos tratamientos la disminución de la expectativa es menor que en los otros tres grupos de tratamientos, esto ocurre porque la diferencia entre la expectativa inicial y el PV es menor que en los demás. Mientras que en los tratamientos con PRP no creíble de 3 noches con precio unitario se presenta la mayor influencia del PRP y el PV de 3 noches en la disminución de las expectativas de precios. Con el ANOVA de un factor, no se observan diferencias significativas entre los tratamientos estudiados por efectos, con respecto a la influencia en las expectativas de precios de los consumidores con expectativa inicial mayor al PRP y al PV.

Conclusiones

Al valorar la influencia de la publicidad de precios comparativos sobre las expectativas de precios del consumidor se comprueba que, la dirección del cambio en las expectativas de precios depende de la posición que ocupa la expectativa inicial con respecto al Precio de Referencia Publicitado. Mientras que la magnitud del cambio en las expectativas de precios depende de la magnitud de la diferencia entre la expectativa inicial y el Precio de Referencia Publicitado, así como de la magnitud de la diferencia entre la expectativa inicial y el precio de venta.

Se evidencia también que el tipo de efecto: recargo y descuento; y la información de precio unitario pueden influenciar el cambio en la expectativa de precios del consumidor. Los resultados tendrían implicaciones gerenciales para determinar el precio óptimo o la estrategia de precios adecuada para alcanzar los objetivos empresariales, teniendo en cuenta además que el precio comunica al mercado el posicionamiento de valor que busca la empresa para su producto o su marca. En cuanto a las limitaciones del estudio, se resalta que la mayoría de las hipótesis fueron respondidas utilizando solo los datos de la oferta de 3 noches de hotel, puesto que se haría una investigación muy extensa si el análisis se realiza también para la oferta de 5 noches presentada en las Publicidades de Precios Comparativos manipuladas en el estudio. Tampoco se realizó el análisis correspondiente a la estimación del precio más bajo para 3 y 5 noches de hotel.

Otra limitación importante radica en el hecho de que para el análisis de datos (por ser una muestra homogénea) se utilizaron valores promedios por grupos de consumidores, del precio de referencia publicitado, del precio de venta y de las expectativas de precios del consumidor para ambas ofertas (3 y 5 noches de hotel). Cuando lo correcto sería utilizar un valor específico para cada consumidor, ya que la expectativa de precios es propia de cada persona. También se debe mencionar

que, en el experimento, los consumidores no realizan una compra de las ofertas presentadas en las publicidades, sino solamente se les presentan las mismas en el cuestionario realizado en el estudio de campo, por lo tanto, lo que se mide en el estudio es la intención de compra para cada una de las ofertas.

Referencias

- Angola, R. (2016). La publicidad de precios comparativos con efecto recargo y descuento en la percepción, evaluación e intención del comportamiento del consumidor. (*tesis doctoral*). España: Universidad Autónoma de Madrid.
- Bell, D. R., & Lattin, J. M. (2000). Looking for Loss Aversion in Scanner Panel Data: The Confounding Effect of Price Response Heterogeneity. *Marketing Science*, 19(2), 185-200.
- Biswas, A. & Blair, E. (1991). Contextual Effects of Reference Prices in Retail Advertisements. *Journal of Marketing*, 55 (Julio), pp. 1-12.
- Biswas, A., Pullig, C., Krishnan, B., & Burton, S. (1999). Consumer Evaluation of Reference Price Advertisements: Effects of Other Brands' Prices and Semantic Cues. *Journal of Public Policy & Marketing*, 18(1), 52-65.
- Biswas, A., Wilson, E. J., & Licata, J. W. (1993). Reference Pricing Studies in Marketing: A Synthesis of Research Results. *Journal of Business Research*, 27 (3), pp. 239-256.
- Briesch, R. A., Krishnamurthi, L., Mazumdar, T., & Raj, S. P. (1997). A Comparative Analysis of Reference Price Models. *Journal of Consumer Research*, 24(2), 202-214.
- Burman, B., & Biswas, A. (2004). Reference prices in retail advertisements: moderating effects of market price dispersion and need for cognition on consumer value perception and shopping intention. *Journal of Product & Brand Management*, 13(6), 379-389.
- Compeau, L. D., & Grewal, D. (1998). Comparative Price Advertising: An Integrative Review. *Journal of Public Policy & Marketing*, 17(2), 257-273.
- Díez, E., & Rosa, I. (2004). *Gestión de Precios (4ª ed.)*. Madrid, España: Editorial ESIC.
- Grande, I., & Abascal, E. (2011). *Fundamentos y Técnicas de Investigación*

Comercial. 11ª Edición. España: Editorial ESIC.

- Grewal, D., & Compeua, L. (1992). Comparative Price Advertising: Informative or Deceptive?..*Journal of Public Policy & Marketing*, 11, 52-62.
- Grewal, D., Monroe, K., & Krishnan, R. (1998). The effects of Price Comparison Advertising on Buyers' Perceptions of Acquisition Value and Transaction Value. *Journal of Marketing*, 62, 46-59.
- Hardie, B. G. S., Johnson, E. J., & Fader, P. S. (1993). Modeling Loss Aversion and Reference Dependence Effects on Brand Choice. *Marketing Science*, 12 (4), 378-394.
- Jacobson, R., & Obermiller, C. (1990). The formation of expected future price: a reference price for forward-looking consumers. *Journal of Consumer Research*, 16, 420-432.
- Kalwani, M. U., Chi Kin Yim, H. J. R., Rinne, H. J., & Sugita, Y. (1990). A Price Expectations Model of Consumer Brand Choice. *Journal of Marketing Research*, 27, 251-262.
- Kalyamaran, G. & Little, D. C. (1994). An empirical analysis of latitude of price acceptance in consumer packaged goods. *Journal of Consumer Research*, 21, 408-418.
- Kopalle, P. K., & Lindsey Mullikin, J. (2003). The Impact of External Reference Price on Consumer Price Expectations. *Journal of Retailing*, 79, 225-236.
- Krishnamurthi, L., Mazumdar, T., & Raj, S. P. (1992). Asymmetric Response to Price in Consumer Brand Choice and Purchase Quantity Decisions. *Journal of Consumer Research*, 19, 387-400.
- Lichtenstein, D. R., Burton, S., & Karson, E. (1991). The Effect of Semantic Cues on Consumer Perceptions of Reference Price Ads. *Journal of Consumer Research*, 18, 380-391.
- Malhotra, Y., Galletta, D. F., & Kirsch, L. J. (2008). How endogenous motivations influence user intentions: beyond the dichotomy of extrinsic and intrinsic user motivations. *Journal of Management Information Systems*, 25(1), 267-299.
- Mayhew, G. E., & Winer, R. S. (1992). An Empirical Analysis of Internal and External Reference Prices using Scanner Data. *Journal of Consumer Research*, 19, 62-70.

- Mazumdar, T., & Papatla, P. (1995). Loyalty differences in the use of Internal y External Reference Prices. *Marketing Letters*, 6, 111-122.
- Mazumdar, T., & Papatla, P. (2000). An investigation of Reference Price Segments. *Journal of Marketing Research*, XXXVII, 246-258.
- Mazumdar, T., Raj, S. P., & Sinha, I. (2005). Reference Price Research: Review and Propositions. *Journal of Marketing*, 69, 84-102.
- Méndez, J. L., Angola R., & Sánchez, D. (2013). Unit Price information on the Reference Price Formation. *Journal of Product and Brand Management*, 22(5/6), 413-425.
- Mondéjar, J.A. (2006). Percepción de dispersión de precios por el consumidor en entornos virtuales. (*tesis doctoral*). España: Universidad Castilla-La Mancha, Cuenca.
- Moon, S., Russell, G. J., & Duvvuri, S. D. (2006). Profiling the Reference Price Consumer. *Journal of Retailing*, 82(1). 1-11.
- Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado. (2da Edición)*. Madrid: Editorial ESIC.
- Rajendran, K. N., & Tellis, G. J. (1994). Contextual and Temporal Components of Reference Price. *Journal of Marketing*, 58 (1), 22-38.
- Santesmases, M. (2009). Diseño y análisis de encuestas de investigación social y de mercado. DYANE V4. España: Pirámide.
- Yadav, M. S., & Seider, K. (1998). Is the price right? Understanding contingent processing in Reference Price Formation. *Journal of Retailing*, 74(3), 311-329.

Contenido Revista Gestión y Desarrollo Libre No. 4:

Las interacciones de la contabilidad y el tributario: un diálogo necesario e interdisciplinar

La Internacionalización de la Educación Superior: Mitos y Realidades

Influencia de la retórica en el interés público y en la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera

Responsabilidad social corporativa en el sector bancario colombiano: conocimiento y aplicación

Variables cognitivas del contador público vinculadas al procesamiento de la certificación de información: aproximación teórica y crítica de orden general

Los juicios precientíficos en el método contable

Modelo de sistema de experto para tomar decisiones en el mercado de capitales

La discusión alrededor de la desigualdad como base para el progreso

Lo público en contabilidad desde la óptica de la internacionalización de la profesión contable

La declaratoria de Estado de cosas inconstitucional: una figura entre la separación jurídica y el principio colaboración armónica del poder público



*La Calidad académica,
un compromiso institucional*

Universidad Libre Seccional Cúcuta.
Avenida 4 N° 12-81. El Bosque.
PBX 5829810 Ext. 104
dirinvestigaciones@unilibrecucuta.edu.co.