

SUMARIO

Editorial

- Rodríguez, Suail (Universidad de Los Andes, Venezuela)
..... 3

Artículos

- Arduino, Anabel; Peñaloza, Marlene. (Universidad Libre Seccional Cúcuta, Colombia)
Comportamiento de los clientes bancarios frente a los servicios electrónicos
Customers' Behavior towards E-banking Services
..... 5-23
- Coba-Molina, Edison; Díaz-Córdova, Jaime; Altamirano-Villegas, Marisol; Proaño-López, Pául (Universidad Técnica de Ambato, Ecuador)
Impacto del gobierno corporativo en las asociaciones de la economía social y solidaria en Tungurahua-Ecuador
Impact of Corporate Governance in Social and Solidarity Economy Associations in Tungurahua-Ecuador
..... 24-58
- Guerra, Wilfredo; Zavarce, Carlos (Universidad Central de Venezuela, Venezuela)
La competitividad de las empresas venezolanas de armadores atuneros ante la economía digital
Competitiveness of tuna-vessel Venezuelan companies in the digital economy
..... 59-89
- Mantilla, Marcelo; Tobar-Vasco, Guido H.; Arias-Pérez, Mauricio G.; Ríos-Urrutia, Gabriela C. (Universidad de Los Andes, Venezuela)
Competencias del contador-auditor en el perfil de egreso. Caso Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
Competences of the auditor-accountant in the discharge profile. Case Technical University of Ambato, Ecuador
..... 90-117

ACTUALIDAD CONTABLE FACES
Publicación del Departamento de Contabilidad y Finanzas
Escuela de Administración y Contaduría Pública
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Los Andes (ULA)
Mérida - Venezuela

AÑO 21-Nº 37. JULIO - DICIEMBRE 2018. PUBLICACIÓN SEMESTRAL

ISSN 1316-8533

Depósito Legal pp 199802ME395

ISSN Electrónico: 2244-8772

Depósito Legal ppi 201202ME4097

- Morillo M., Marysela C. (Universidad de Los Andes, Venezuela, Venezuela)
Turismo de eventos: Alternativa de diversificación de la oferta turística del estado Mérida, Venezuela 118-150
Event Tourism: An Alternative of diversification of the tourist offer of the state Merida, Venezuela
.....
- Perea M., Sandra P.; Mosquera, Héctor A.; Orejuela V., Juan C.; Castellanos, Heiberg (Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luís Córdoba, Colombia; Universidad de Los Andes, Venezuela)
Estrategias gerenciales en las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó 151-179
Management Strategies in Wooden-furniture Microenterprises of Quibdó
.....
- Rosales G., Jean-Denis (Universidad de Los Andes, Venezuela)
Una procedimentalización de la potestad organizatoria-empresarial para Venezuela 180-201
A Proceduralization for an Organizational Business Power in Venezuela
.....
- Índice acumulado** 202-226
.....
- Instrucciones para los autores** 227
.....
- Instrucciones para los evaluadores** 230
.....

ACTUALIDAD CONTABLE FACES
Publicación del Departamento de Contabilidad y Finanzas
Escuela de Administración y Contaduría Pública
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Los Andes (ULA)
Mérida - Venezuela

AÑO 21-Nº 37. JULIO - DICIEMBRE 2018. PUBLICACIÓN SEMESTRAL

ISSN 1316-8533

ISSN Electrónico: 2244-8772

Depósito Legal pp 199802ME395

Depósito Legal ppi 201202ME4097

EDITORIAL

La revista *Actualidad Contable FACES*, se complace seguir cumpliendo con su objetivo: Difundir los resultados de investigaciones científicas; configurándose en este número treinta y siete con trabajos de distintos tópicos que brindarán a los lectores conocimiento que les hará apreciar aún más la riqueza de las ciencias sociales.

Se presenta una investigación de un estudio realizado en el departamento de Chocó, en la ciudad de Quibdó – Colombia, que busca dar a conocer estrategias gerenciales que fortalezcan las áreas administrativas, contables y de producción de empresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera, en vista del alto grado de informalidad y desactualización que presentan en estos procesos. La segunda investigación plantea el análisis del comportamiento que asumen los usuarios de los servicios electrónicos bancarios ofrecidos por los bancos universales: Venezuela, Banesco, Mercantil, Provincial y Bicentenario, así como la apreciación que tienen sobre los esos servicios. El estudio se realizó en el municipio Libertador, Mérida – Venezuela.

El presente número continúa con una investigación que da a conocer el desarrollo del turismo de eventos atractivos en el estado Mérida – Venezuela, como una alternativa de diversificación de la oferta turística debido a las características y debilidades de la actividad turística receptiva merideña.

Igualmente, se presenta una investigación que busca relacionar el impacto de un buen gobierno corporativo en el éxito de las asociaciones textiles de la economía social y solidaria, caso Tungurahua – Ecuador. El estudio resalta la influencia de un buen gobierno corporativo dentro de las asociaciones textiles en la generación de mejores ingresos, empleos, mejor control de

recursos y la distribución justa de beneficios.

Seguidamente, se presenta una investigación que guarda como objetivo enunciar lineamientos para el desarrollo del concepto estratégico de las empresas venezolanas de armadores de atuneros ante la economía digital, estableciendo las condiciones de los cuatro pilares de éxito en esa nueva economía, como son: Liderazgo, modelo de negocios, capacidades y tecnología.

Adicionalmente, se presenta una investigación que formula la proposición sobre el vacío regulatorio que existe en el derecho administrativo para justificar la implantación de las empresas públicas como técnicas de intervención estatal dentro de la economía, basando el estudio en empresas que tienen como accionistas el Estado y particulares, surgidas a través de la suscripción de un contrato societario entre ellos.

Por último, una investigación que se enmarca en la determinación de la relación existente entre la ética, las capacidades y las competencias del contador – auditor, que se está formando en las instituciones de educación superior, para afrontar el campo laboral. Caso: Universidad Técnica de Ambato – Ecuador.

Es notoria la contribución que estas investigaciones científicas aportan en primer lugar a la academia y en segundo lugar al ámbito social. Es por ello, estimados lectores, que los invito a ahondar sus conocimientos y enriquecer sus saberes con el recorrido de las investigaciones que aquí se presentan.

Suail Rodríguez
Profesora de la FACES-ULA
suail@ula.ve; suail.rodriguez@gmail.com

Comportamiento de los clientes bancarios frente a los servicios electrónicos

Arduino, Anabel; Peñaloza, Marlene

Recibido: 15-12-16 - Revisado: 20-02-17 - Aceptado: 18-07-17

Arduino, Anabel
Magister en Administración.
Gerente de Servicios Financieros, Banesco
Venezuela
anabelarduino@hotmail.com

Peñaloza, Marlene
Doctorado en Economía Aplicada.
Directora del Centro de Investigaciones
y Desarrollo Empresarial (CIDE-FACES-
ULA) Universidad de Los Andes,
Venezuela
pemarle@hotmail.com

Los servicios electrónicos bancarios permiten una comunicación e interacción rápida, segura y confiable las 24 horas / día. No obstante, gran cantidad de usuarios prefieren acudir a las oficinas bancarias. El objetivo es analizar el comportamiento de los clientes frente a los medios electrónicos, el estudio se realizó en el municipio Libertador del estado Mérida-Venezuela, mediante el modelo de actitudes ABC. A tal efecto, se realizó un estudio de campo descriptivo, transversal y correlacional, aplicado a los usuarios de los bancos universales: Venezuela, Banesco, Mercantil, Provincial y Bicentenario, para lo cual se determinó una muestra de 336 clientes/usuarios aplicándose un cuestionario. Los resultados indican que los usuarios perciben a dichos servicios como confiables, rápidos y de fácil acceso, mostrando una actitud favorable, especialmente con el servicio online y cajeros automáticos, concluyéndose que, en general, existe una actitud positiva hacia estos servicios y la necesidad de campañas de marketing dirigidas al segmento que aún no los usa.

Palabras clave: Servicios electrónicos bancarios; actitudes; clientes/usuarios.

RESUMEN

Electronic banking services allow fast, safe and reliable communication and interaction 24 hours a day. However, many bank customers still prefer to visit a branch. This paper aims at analyzing customers' behavior towards electronic banking services. The study was carried out in the Libertador municipality of the state of Merida-Venezuela, using the ABC model. For this, a descriptive, cross-sectional and correlational field study was applied to universal bank consumers: Venezuela, Banesco, Mercantil, Provincial and Bicentenario banks, a sample of 336 customers/consumers participated by means of a questionnaire. Results indicate that consumers perceive such services as reliable, fast and easily accessible, showing a satisfactory attitude, especially towards online banking and ATM services; concluding that, in general, there is a positive attitude towards these services and the need to marketing campaigns aimed at those customers who are not using them yet.

Keywords: Electronic banking services; attitudes; customers/consumers.

ABSTRACT

1. Introducción

Actualmente, las nuevas tecnologías y las comunicaciones constituyen un elemento básico para la interacción humana, que requiere formación profesional y visión estratégica para entender las continuas transformaciones observadas en las estructuras económicas, sociales y culturales, debido en gran parte al avance tecnológico. Así, en el último cuarto de siglo XX, surgió una nueva economía basada en redes virtuales ilimitadas, que acortan tiempo, distancia y costo. En este contexto, las empresas han desarrollado productos y servicios sofisticados e innovadores dentro del campo tecnológico en el interés de añadir valor a las relaciones comerciales, pues se enfrentan a individuos cada vez más informados, menos leales y más exigentes (Molenaar, 2002; Marcus, 2000; McKenna, 1999).

Esta realidad se patentiza en el sistema financiero el cual ha promovido cambios sobre todo en la forma de interactuar con los clientes, al introducir medios alternativos o servicios electrónicos como la Internet, cajeros automáticos, centros de atención telefónica y redes sociales, que ofrecen productos y servicios ajustados a las nuevas tendencias. No obstante, en nuestra realidad muchos de los clientes parecieran no habituarse a efectuar sus transacciones *online*, a juzgar por la gran afluencia del público que acude diariamente a las oficinas bancarias, ocasionando congestión en las instalaciones, deficiencia y retardo en la prestación de los distintos

servicios que ofrece la banca.

De aquí que resulte interesante el estudio de las actitudes que asume el usuario bancario frente a los servicios electrónicos, a partir del análisis de este constructo –la actitud- de mucho interés para los investigadores sociales y para los responsables de marketing, al coincidir los teóricos (Rivas, 1997; Robira y Dubois, 2000), en la estrecha relación entre éstas y el comportamiento humano.

Dicho análisis se realiza fundamentado en el modelo de actitudes ABC, cuyos componentes serán objeto de trabajo empírico en esta investigación a través de análisis descriptivo y correlacional. Se contrastan cuatro hipótesis de trabajo, concluyéndose que los servicios electrónicos son suficientemente conocidos, preferidos y usados mayoritariamente por los usuarios seleccionados. Sin embargo, aún prevalecen inhibidores como el temor por la seguridad y la carencia de habilidades para su uso, aunado al deseo de atención personalizada.

2. Las tecnologías de la información y las comunicaciones y los servicios electrónicos bancarios

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), están provocando importantes transformaciones en diversos ámbitos de la sociedad; la interconexión de medios, flujos de información, capitales y saberes promueven cambios en las estructuras económicas, sociales y culturales al incidir en el mercado, en la organización empresarial, en la gestión económica y en la calidad de vida de las personas (Castell, 2001).

De otro lado, las organizaciones y empresas se centran en alcanzar cuotas de clientes, contrastando el marketing *one to one* con el tradicional (Peppers y Rogers, 1996), pues anteriormente desarrollaban productos a los cuales se les buscaba clientes; hoy se buscan productos que satisfagan sus necesidades y requerimientos, por ende, se reorienta la cadena de valor, se modifican las estructuras, procesos y organización de la producción, de acuerdo con las necesidades del cliente y la capacidad de la empresa (McKenna, 1999; Molenaar, 2002; Kotler, 2011). El diseño de los productos y servicios se ve influenciado por el uso de medios electrónicos como el teléfono, computador y televisor, para obtener información y cerrar operaciones financieras, constituyéndose en

un aspecto importante de la evolución de los sectores económicos.

En este sentido, las TICs constituyen un recurso de fuerza productiva en el desarrollo de capacidades que favorecen la producción y comercialización de bienes y servicios. Según Crespi y Martínez (2001), las relaciones externas con los clientes, proveedores y mercados, en general, se consolidan al combinar un conjunto de metodologías, software y medios comunicacionales como el internet y el teléfono. Con estos servicios, se procura proporcionar al cliente la información necesaria que provoque una decisión efectiva de intercambio comercial con base en sus necesidades y expectativas en la búsqueda de mayor fidelidad y rentabilidad del negocio (Alcaide y Soriano, 2005).

Con la incorporación de las TICs en los procesos económicos y sociales, se han reestructurado las relaciones comerciales, en especial la forma mediante la cual se identifica, comunica y entrega valor a los clientes (Solé, 2000; Muñoz, 2009) y al propio tiempo conllevan cambios actitudinales en la conducta del consumidor/usuario (Molenaar, 2002).

El elemento más significativo que se encuentra dentro de los medios electrónicos es el internet, al acrecentarse la interactividad con la creación de comunidades de usuarios los cuales intercambian información y opinión sobre productos y servicios; asimismo, permite que el cliente pueda seleccionar, agrupar, procesar y/o analizar información de cada oferta. La banca por internet ofrece servicios y comodidad las 24 horas/día, permitiendo las operaciones desde la casa, acceso global, ahorro en tiempo y costo para el banco y para el usuario, transparencia en la información, capacidad de elección de los clientes y oferta de productos y servicios personalizados (Muñoz, 2009).

Esta realidad es conocida por el sector financiero en Venezuela, y en especial por la banca, que viene haciendo esfuerzos permanentemente para desarrollar nuevas plataformas de atención al cliente, con interacción más rápida y personalizada que permita su fidelización. En tal sentido, desde hace algunos años son notorias las inversiones del sector bancario nacional para la instalación de una red de oficinas, cajeros automáticos y otras plataformas tecnológicas o sistemas para el uso de internet y banca móvil, a fin de proporcionar mayores y mejores servicios,

simplificando trámites y menor tiempo de espera a sus clientes o los que puedan serlo en un futuro.

Según estadísticas suministradas por la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario Nacional (SUDEBAN), Boletín trimestral (abril-junio, 2013), la banca universal a nivel nacional dispone de 3.528 oficinas, de las cuales 383 corresponden a la Región de Los Andes (estados Táchira, Mérida y Trujillo); de este total 96 se encuentran en el estado Mérida y específicamente en el municipio Libertador, operan 47 oficinas. Asimismo, en el país existen alrededor de 375.695 puntos de venta ubicados en los diferentes comercios y 9.060 cajeros automáticos, de los cuales en la Región de Los Andes se encuentran 905; correspondiendo 245 cajeros automáticos al estado Mérida y 138 al municipio Libertador, ámbito de estudio.

Siguiendo las pautas de la revolución digital, estos medios alternativos operan como canales de información y servicio entre el banco y sus clientes, permitiendo consultas de saldos y movimiento de transacciones, transferencia de fondos y pagos electrónicos, entre otros, sin importar el lugar donde se encuentren. Algunos autores consideran incluir la banca por teléfono móvil (Wireless Application Protocol WAP) y la basada en televisión interactiva (Net Televisión).

Según Datanálisis, firma venezolana especializada en estudios de mercado, en una investigación realizada en 2016 a usuarios de internet de diferentes países latinoamericanos, se determinó que en Venezuela, 90% de los internautas han utilizado y utilizan la banca en línea, seguidos de Argentina con 76%, y Chile y Costa Rica con 71%. Venezuela lidera también en el uso de la banca móvil con 56%, seguido de Chile con 54% y Panamá con 52%.

Por su parte, los cajeros automáticos y los centros de atención telefónica, proporcionan ahorros a los bancos al no requerir personal para atender a los clientes en estos servicios básicos, además, constituyen un canal de comunicación entre la empresa y los clientes, por medio del cual se ofrece servicios los 365 días del año, en forma oportuna y eficaz, brindando orientación e información a los usuarios, a través del teléfono celular o fijo, desde cualquier lugar del mundo y en cualquier momento.

A pesar de estos aparentes beneficios, diariamente se observa

en las oficinas bancarias venezolanas largas filas de clientes que acuden personalmente a realizar transacciones y otros servicios que bien pueden hacerse a través de las plataformas electrónicas disponibles, por lo que surgen algunos interrogantes ¿Tienen los clientes conocimiento sobre los medios electrónicos bancarios? ¿Los consideran confiables, seguros y accesibles? ¿Prefieren la atención personalizada, el contacto con el ejecutivo de cuentas y las recomendaciones que puedan hacerle?

Para intentar responder a estos interrogantes, partiremos de los aportes teóricos que desde los años sesenta se han consolidado dentro de una disciplina del mercadeo moderno como son los estudios sobre el comportamiento del consumidor, es decir, el estudio de los procesos que intervienen cuando una persona selecciona, usa o desecha productos/servicios para satisfacer sus necesidades.

Es de reconocer que su comprensión resulta una tarea difícil y compleja, pues de acuerdo con Mollá, et. al. 2006; Schiffman y Kanunk, 2005; Blackwell, Engel y Miniard, 2002, en dicho proceso influyen factores individuales o psicológicos (motivaciones, percepciones, aprendizaje, actitudes) y otros derivados del entorno como cultura, clase social, valores, familia. No obstante, a través del estudio y análisis de uno de los factores psicológicos como son **las actitudes**, se puede llegar a determinar el comportamiento individual, al derivar éstas de una serie de componentes -motivaciones, percepciones y procesos de aprendizaje-.

Aun cuando esta línea de pensamiento no es compartida por todos los investigadores, es notorio el interés en el constructo, a juzgar por el desarrollo de un importante número de construcciones teóricas y modelos explicativos tendentes a comprender los mecanismos que permiten incidir, desde éstas, en la conducta de los consumidores.

3. Las actitudes y el comportamiento

La noción de actitud ha sido objeto de reflexión y análisis por psicólogos como Allport, Thomas y Znaniecki; desde la perspectiva psicológica es definida como una “predisposición aprendida para

responder favorable o desfavorablemente a un objeto o clase de objetos” (Dubois y Rovira, 2000, p. 85). Sus características son de interés para los fines de este estudio:

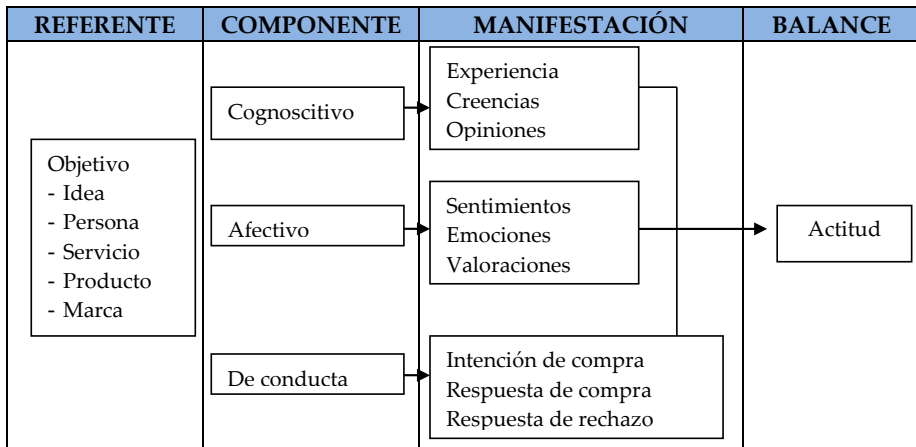
- Los individuos no nacen con actitudes ya formadas, se aprenden y se derivan de la información o de la propia experiencia con el objeto.
- Poseen una dimensión evaluativa al definir el agrado o desagrado y una dimensión temporal al ser cambiantes.
- Son consistentes, permitiendo predecir la intención, en este caso, del uso (o no) de los servicios electrónicos ofrecidos por la banca.

Su estructura, funcionamiento y funcionalidad puede analizarse a través de múltiples modelos (Lambin, 2005; Dubois y Rovira, 2000; Solomon, 1999), siendo uno de los más conocidos el llamado *Modelo de actitudes ABC*, ya enunciado por Platón, el cual parte de la premisa que la actitud está conformada por tres componentes básicos (Cuadro 1), a saber:

- *Conocimientos, creencias (cognition)*: Refleja el conjunto de conocimientos, información y creencias del individuo hacia un determinado objeto o producto
- *Afectos (affect)*: Sentimientos y emociones, positivos y negativos que se posee sobre el objeto o producto, experimentados por la evaluación de la imagen formada
- *Intenciones (behavior)*: También llamado conativo, representa la tendencia a la acción, es decir, la compra.

Al enunciar estos componentes es fácil visualizar la influencia de las percepciones, motivaciones y el aprendizaje, de allí que Krech y Crutchfield citado por Dubois y Rovira (2000, p: 86) y Rivas (1997, p. 348) definen a la actitud como la “Organización permanente de procesos motivacionales, emocionales, perceptivos y cognitivos con respecto a un aspecto del mundo del individuo”

Cuadro 1
Estructura y componentes de la actitud



Fuente: Rivas (1997)

4. Objetivos y metodología

El propósito de la investigación es el análisis del comportamiento de los clientes frente a los medios electrónicos bancarios, a través del modelo de actitudes ABC. A tal efecto, partiendo de los datos obtenidos en el trabajo de campo se efectuó un análisis descriptivo, transversal y correlacional. La población estuvo constituida por la totalidad de los usuarios de la banca universal en el municipio Libertador del estado Mérida, la cual supera las 100.000 unidades, definiéndose como infinita (McDaniel, y Gates, 2011; Pagano, 1999).

Para el cálculo de la muestra se utilizaron bases de datos proporcionadas por una de las entidades bancarias consideradas en el estudio. Se adoptó una proporción esperada de cumplimiento de las características deseadas de $p = 0,7$ y, un $q = 0,3$ de proporción esperada de no cumplimiento ($p + q = 1$), con un coeficiente de confiabilidad de 95%, el valor de $Z = 1.96$ y un error de muestreo de 0.05, obteniéndose una muestra de 336 usuarios de medios electrónicos (Pagano, 1999). Bajo estas premisas, se plantearon las siguientes hipótesis:

H1 El género del cliente condiciona el uso de medios electrónicos: Los hombres son más proclives a utilizar estos medios que las mujeres.

- H2 El nivel de instrucción influye en el uso de los medios electrónicos: A mayor nivel de instrucción, mayores son las probabilidades de hacer uso de dichos servicios.
- H3 La edad de la persona influye en el uso de los medios electrónicos: A menor edad, aumentan las posibilidades de hacer las operaciones bancarias vía *online*.
- H4 El tipo de ocupación influye en el uso de los medios electrónicos bancarios.

Se aplicó un cuestionario entre los clientes de los bancos universales localizados en el ámbito de estudio: Venezuela, Banesco, Mercantil, Provincial y Bicentenario. Previamente, se hizo una prueba piloto en 30 usuarios del banco Banesco calculándose el coeficiente de confiabilidad, alpha de Cronbach el cual resultó de 0.839 (Pagano, 1999). En el procesamiento de los datos se usó SPSS y Excel. A continuación se muestran los principales hallazgos del estudio, el cual se estructuró en dos partes: La primera referida a datos personales de los encuestados (cuyos resultados no se muestran por razones de espacio); la segunda, corresponde al estudio de las actitudes de los clientes bancarios frente a los medios electrónicos.

5. Análisis de resultados

¿Cuáles medios electrónicos bancarios conoce?. Pregunta de opción múltiple cuyos resultados muestran a cajeros automáticos y servicio online como los más conocidos al representar 75,6% y 72% respectivamente; le siguen la banca móvil 55,7%, centros de atención telefónica 50,9% y las redes sociales 41,1%. Es decir, los servicios son conocidos por los usuarios (Gráfico 1).

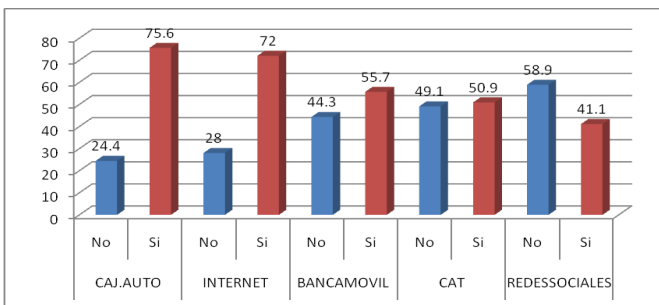


Gráfico 1. Servicios electrónicos conocidos. Fuente: Elaboración propia basado en datos obtenidos de la encuesta.

Al indagar sobre el uso, del Gráfico 2, se desprende que 65,8% de los encuestados manifiestan **usar los medios electrónicos** en sus operaciones, hallazgo que contradice la creencia en el no uso de los medios electrónicos a juzgar por la afluencia diaria de clientes a las oficinas bancarias.

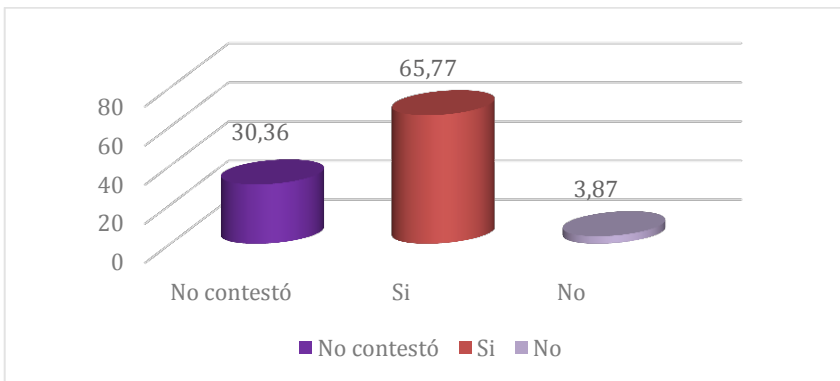


Gráfico 2. Utilización de los servicios electrónicos bancarios. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

Preferencia hacia los canales electrónicos. Según el Gráfico 3, 70,8% de los usuarios les agrada utilizar canales electrónicos frente a 29,2% que no muestra actitud favorable hacia su uso. Tal comportamiento refleja preferencia por éstos y se corresponde con lo señalado por Datanálisis (2006) en relación con el uso *online* de los servicios financieros.

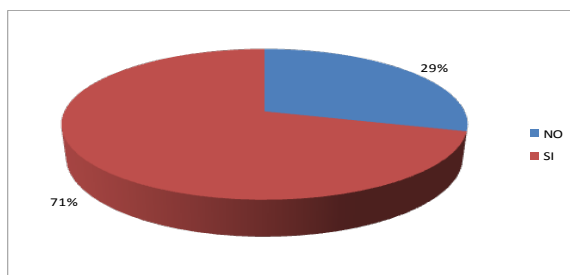


Gráfico 3. Preferencia hacia el uso de canales electrónicos. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

¿Quiénes usan los canales interactivos? Titulares, 64,9%; un familiar del titular, 2,4% y otra persona, 1,2% (Gráfico 4). No contestó, 35,5%. Hallazgo interesante para el análisis.

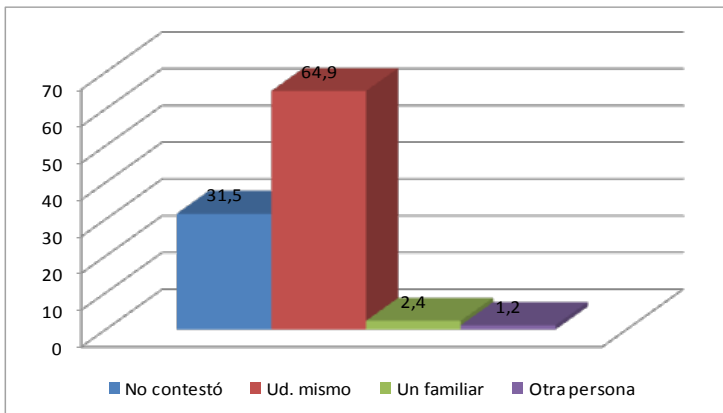


Gráfico 4. Usuarios de los servicios electrónicos. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

Frecuencia de uso. Esta pregunta de opción múltiple (Gráfico 5) refleja que el cajero automático (47,3%), el servicio online (54,2%) y la banca móvil (23,8%) son utilizados “siempre” por los usuarios, mientras que el centro de atención telefónica indicó un nivel de uso 13,7% para la categoría “algunas veces” y las redes sociales 19,6% para “nunca” hacen uso de estos servicios a través de redes sociales.

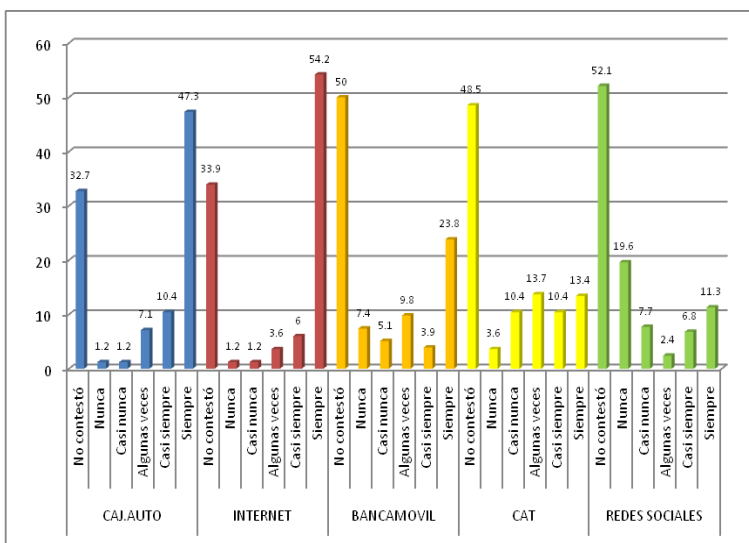


Gráfico 5. Frecuencia de uso de los servicios electrónicos bancarios. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

Motivación de uso. El Gráfico 6 indica que 57,4% manifiestan siempre estar motivados al uso del servicio electrónico bancario, mientras que 9,8% expresan algunas veces y nunca 1,2%. Este hallazgo resulta interesante toda vez que indica la presencia de uno de los factores que influyen en la formación de actitudes como es la motivación. No contestó, 31,6%.

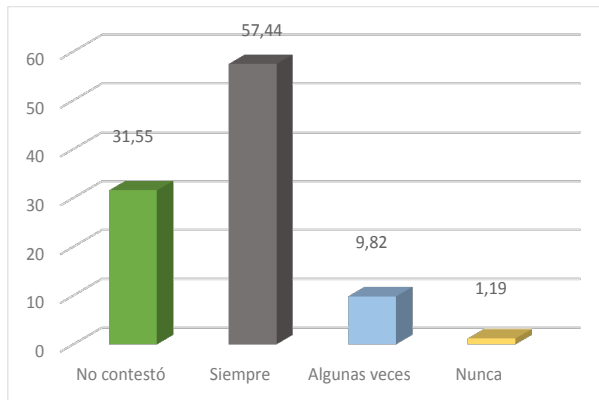


Gráfico 6. Motivación por uso del servicio electrónico bancario. Fuente: Datos obtenidos de la encuesta. Elaboración propia.

En una escala de Likert, el gráfico 7 muestra buena calificación hacia los servicios electrónicos: eficientes (42%), buenos (23,8%) y regular (3,9%). No contestó, 30,3%.

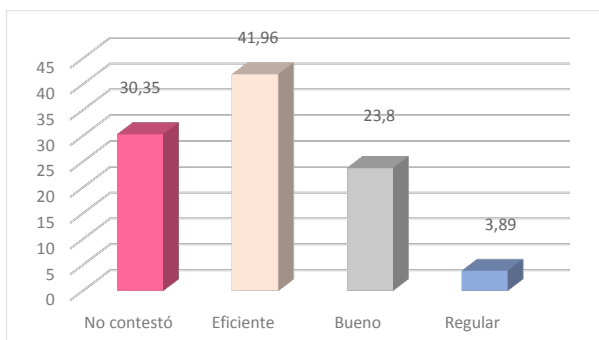


Gráfico 7. Calificación de los servicios electrónicos. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

Valoración de atributos. Mediante preguntas de selección múltiple y escala de Likert (Gráfico 8), el atributo mejor valorado

fue la **rapidez** (56%), seguido de **confianza** (53,3%) y **seguridad** (50,6%). Ello es indicativo de una predisposición favorable hacia los servicios electrónicos bancarios y no representan barreras al uso de los mismos, difiriendo de lo apuntado por Muñoz (2009).

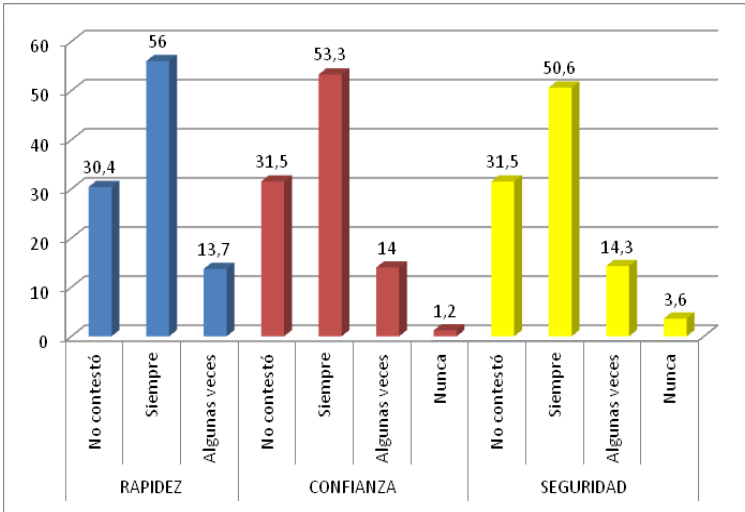


Gráfico 8. Valoración de atributos en los servicios bancarios. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

En escala de Likert, el Gráfico 9 muestra que los usuarios de los servicios encuentran muy fácil (32,74%) acceder a los mismos, un porcentaje similar (30,95%) lo cataloga de fácil y ni fácil ni difícil 3,57%. No contestó, 32,74%.

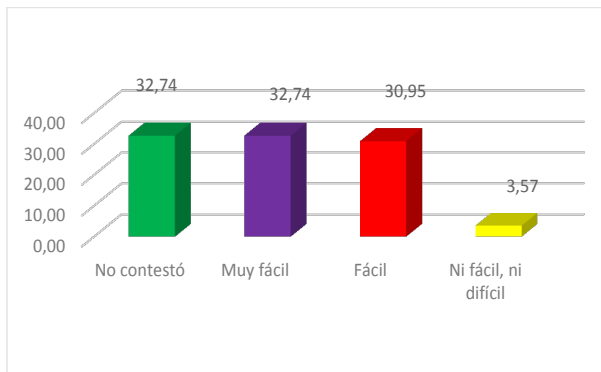


Gráfico 9. Accesibilidad a los medios electrónicos bancarios. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

Los resultados siguientes corresponden a preguntas para los que prefieren frecuentar las oficinas bancarias¹.

Acerca de las **motivaciones para frecuentar las oficinas** (opción múltiple), el Gráfico 10 muestra: El gusto por compartir (41,8%) y la seguridad (34,3%), motivan al usuario a acudir a las instalaciones bancarias, mientras que la disponibilidad de tiempo (15,7%), trato amable (4,6%) y otras (3,7%) presentan menores porcentajes. Este comportamiento es señalado por Barruta y Echebarria (2001), al apuntar que hay quienes les gusta el contacto cara a cara y pudiera reflejar un rasgo cultural del venezolano como es la afectividad y su orientación a las relaciones interpersonales (Granell, Garaway y Malpica, 1998).

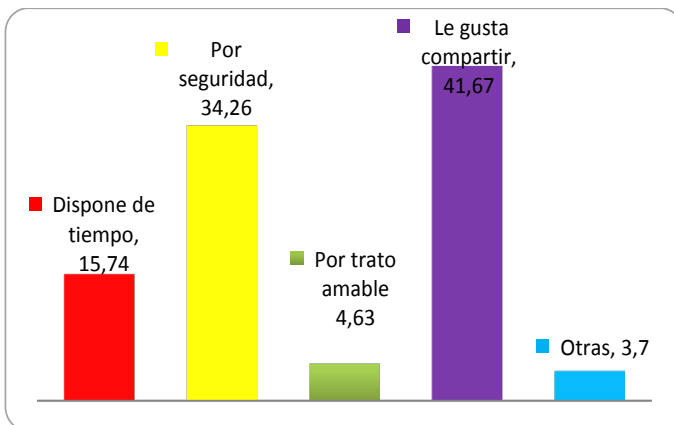


Gráfico 10. Motivaciones para frecuentar las oficinas bancarias. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

Motivos para no usar los medios electrónicos. El Gráfico 11 indica que la causa más significativa es el temor (31.17%), seguido por la atención personalizada (20.78%), ausencia de internet en casa (16.89%), desconfianza (10.39%) y, falta de seguridad y deseo, 5.19% en cada uno.

¹ Estos resultados corresponden al 32% del total de los entrevistados.

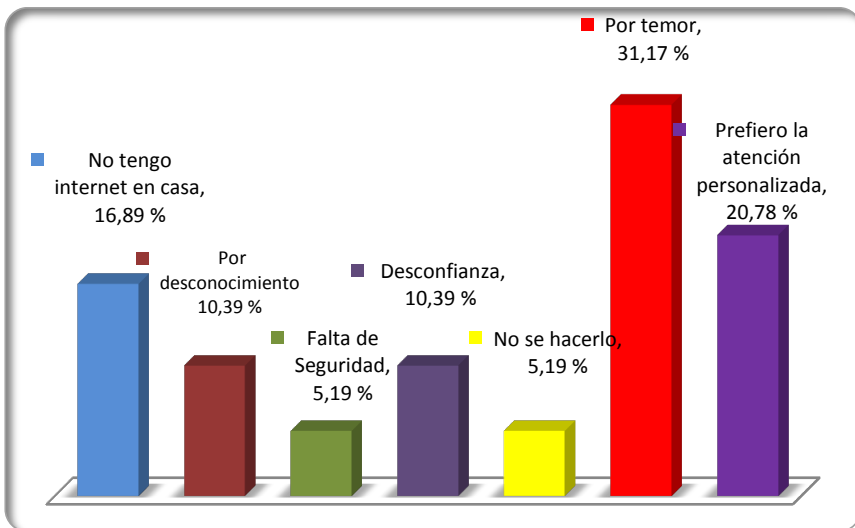


Gráfico 11. Motivos para no usar los medios electrónicos. Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

Adicionalmente, con el objeto de establecer la existencia o ausencia de relaciones (Cuadro 2) se efectuaron pruebas de independencia entre Características personales de los encuestados, vale decir, género, nivel de instrucción, ocupación y edad Vs. preferencia por los medios electrónicos bancarios. Mediante la aplicación del estadístico ji-cuadrado resultaron correlacionadas (\leq a 0,05) nivel de instrucción, ocupación vs. uso de medios electrónicos, siendo los usuarios con un nivel profesional y comerciantes, los que mayor uso hacen de los medios electrónicos. No se encontró correlación entre el sexo del usuario y el uso de medios electrónicos; tampoco con relación al género.

Cuadro 2
Características personales Vs. Uso de medios electrónicos bancarios

VARIABLES		PREFERENCIA		Prueba Ji-Cuadrado
		Si	No	
Género	Femenino	36.3%	14.3%	$X^2(1) = 0.144p \geq 0,05$
	Masculino	34.5%	14.9%	
Nivel de instrucción	Primaria	1.2%	6.0%	$X^2(3) = 39.308p \leq 0,05$
	Secundaria	11.6%	4.8%	
	Técnica	8.3%	4.2%	
	Superior	49.7%	14.3%	
Ocupación	Estudiante	4.8%	4.8%	$X^2(3) = 8.312 p \leq 0,05$
	Profesional	38.7%	15.8%	
	Comerciante	23.5%	7.4%	
	Jubilado	3.9%	1.2%	
Edad	18 a 25	8.3%	6.0%	$X^2(4) = 9.001p \geq 0,05$
	26 a 35	30.1%	9.5%	
	36 a 45	17.9%	8.6%	
	46 a 55	11.0%	2.7%	
	Mayores a 56	3.6%	2.4%	

Fuente: Elaboración propia basados en datos obtenidos de la encuesta.

6. Conclusiones

Evidenciado el alto grado de conocimiento de los servicios electrónicos que ofrece la banca universal, preferencia por estos y frecuencia de uso, se concluye que es positiva la actitud de los usuarios hacia los servicios electrónicos ofrecidos por los bancos en estudio. Esta predisposición favorable puede indicar que los esfuerzos de los bancos orientados a fortalecer los servicios interactivos, ha resultado una propuesta tecnológica y de marketing acertada, no obstante, deben ser permanentemente monitoreados a fin de proporcionar la mayor seguridad y confiabilidad.

El nivel de instrucción y el tipo de ocupación constituyen variables que inciden en el uso de los medios interactivos

bancarios, siendo aquellos usuarios con estudios universitarios y de ocupación profesionales y comerciantes los que muestran mejor disposición a utilizar dichos medios. La asociación entre nivel de formación y uso de medios digitales lleva a suponer que el nivel de instrucción proporciona herramientas importantes que facilitan la comprensión y posterior uso del servicio. Igualmente, la correspondencia entre profesión y uso de medios alternativos bancarios induce a afirmar que algunas profesiones son más proclives a emplear tales medios.

Por su parte, la edad y el género no constituyen condicionantes para hacer uso de los medios electrónicos, siendo utilizados indistintamente por hombres y mujeres sin importar edad cronológica.

Aún existe cierto número de clientes que prefieren asistir personalmente a las oficinas del banco, bien por desconfianza hacia los medios interactivos, por agrado a la atención personalizada o por el deseo de compartir, lo que implica que la banca debe hacer esfuerzos técnicos y de marketing para reducir los temores y la desconfianza, haciendo lo más amigable posible la interacción. Campañas de marketing dirigidas a los temerosos y menos capacitados tecnológicamente, podría incidir para un cambio favorable de estos usuarios hacia dichos servicios, habida cuenta de la susceptibilidad de modificación de las actitudes.

Es de reconocer que la acción humana tal vez nunca pueda ser reemplazada totalmente por la máquina, y para aquellos que les anima el deseo de compartir siempre preferirán “ver un rostro”, pero en la medida en que se atiendan los aspectos antes señalados y dado los avances tecnológicos, es de esperar que cada vez menos se resistirán a su uso.

Como futura línea de investigación, nos proponemos profundizar en el conocimiento sobre factores de otra índole que pudiesen estar influyendo en la asistencia masiva de clientes a las oficinas bancarias.

7. Referencias

- Alcaide, J. y Soriano, C. (2005). *Marketing Bancario Relacional*. España: McGraw Hill.
- Burruta, J. y Echebarria, M. (2001). *Impacto de las nuevas tecnología en las pautas de consumo de los clientes bancarios y en la propuesta de valor de las entidades*. *Revista Vasca de Economía* ISSN0213.3865. Número 48. *Ekonomiaz*.
- Crespi, M. y Martinez, C. (2001). *Las tecnologías de la información y el sector del servicio*. *Revista Económica Mundial*. Número 6 (340), 35. España.
- Blackwell, R., Engel, J. y Miniard, P. (2002). *Comportamiento del Consumidor*. México: Ediciones Paraninfo S.A.
- Castell, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Madrid. España: Plaza & Jones Editores.
- Datanalisis (2016). *La supervivencia de la banca en la era digital*. Disponible: <http://www.tendenciasdigitales.com> (Consulta: Enero 30, 2018)
- Dubois, B. y Rovira, A. (2000). *Comportamiento del consumidor, comprendiendo al consumidor*. Madrid: Editorial Prentice Hall.
- Granell, E., Garaway, D., y Malpica, C. (1999). *Managing cultura for success*. Caracas: Ediciones IESA
- Kotler, P. (2011). *How To Create, Win, and Dominate Markets*. *The Free Press*. New York.
- La Banca por Internet. Disponible <http://www.iies.es/teleco/pyblicac/publbbit188>. [Consulta: Marzo 12, 2016].
- Lambin, J. (2005). *Marketing Estratégico*. Madrid: McGraw Hill.
- Peppers, D. y Rogers, M. (1996). *Uno por Uno: El marketing del siglo XXI*. Buenos Aires: Vergara.
- Marcus, B., (2000). *La competencia por clientes*. México D.F: Grupo Editorial Iberoamericano.
- Mcdaniel, C. y Gates, R. (2011). *Investigación de Mercados*. México: Cengage Learning
- Mckenna, R. (1999). *Marketing de Relaciones. Cómo crear y mantener un vínculo permanente entre la empresa y sus clientes*. Barcelona. España: Paidós Empresa.
- Mollá, A., Berenguer G., Gómez M. y Quintanilla I. (2006). *Comportamiento del Consumidor*. Barcelona: UOC, S.L.
- Molenaar, N. (2002). *El futuro del Marketing en la era post Internet*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Muñoz, F. (2009). *Caracterización de los clientes de banca electrónica*.

Disponible en <http://www.google.co.ve/url> [Consulta: octubre 05, 2016]

- Pagano, R. (1999), *Estadística para las Ciencias del Comportamiento*. México. International Thomson Editores.
- Rivas, J. (1997). *Comportamiento del consumidor*. Madrid. España. Editorial Esic.
- Schiffman, L y Kanuk. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México. Pearson. Prentice Hall.
- Solé, M. (2000). *Comercio Electrónico. Un mercado en expansión*. Madrid: ESIC
- Solomon, M. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México. D.F.: Prentice. Hispanoamérica S.A.
- Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario Nacional (SUDEBAN). *Boletín Trimestral (abril-junio, 2013)*. Caracas, Venezuela.

Impacto del gobierno corporativo en las asociaciones de la economía social y solidaria en Tungurahua-Ecuador

Coba-Molina, Edisson; Díaz-Córdova, Jaime; Altamirano-Villegas, Marisol; Proaño-López, Pául

Recibido: 06-05-17 - Revisado: 21-07-17- Aceptado: 21-11-17

Coba-Molina, Edisson
Doctor (Ph.D.) en Ciencias de la Empresa.
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
edisoncoba@uta.edu.ec

Díaz-Córdova, Jaime
Doctor (Ph.D.) en Ciencias de la Empresa,
Diplomado Internacional NIIIF, CPA de
profesión. Representante de la empresa
Herrera Carvajal & Asociados Cía. Ltda. en
Soluciones para Pymes. Socio Fundador
de Empresarial Díaz & Bonilla S.A.
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
jaimefdiaz@uta.edu.ec

Altamirano-Villegas, Marisol
Ingeniera en Contabilidad y Auditoría.
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
solimar1717@live.com

Proaño-López, Pául
Ingeniero industrial
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
paul_ngh@hotmail.com

La presente investigación tiene como objetivo relacionar el impacto de un buen gobierno corporativo en el éxito de las asociaciones textiles de la economía social y solidaria del Ecuador. Se presenta una fundamentación teórica de los principales lineamientos organizativos, factores de éxito asociativos, y su alcance. La muestra de estudio fueron 70 integrantes del Programa hilando el desarrollo de la economía social y solidaria ubicados en la provincia de Tungurahua-Ecuador. Mediante el uso de encuestas y la aplicación de ecuaciones estructurales con el programa PLS, se corroboró que aquellos talleres con adecuada estructura administrativa que iniciaron su proceso de asociación, o que ya se encontraban asociados, se beneficiaron de una mejor democratización de sus decisiones, mejores ingresos, empleo y distribución justa de beneficios. A su vez, aquellas asociaciones que perciben una adecuada estructura directiva en su agrupación, le ayudaron a un mejor control de sus recursos.

Palabras clave: Economía social y solidaria; gobierno corporativo; asociaciones; democratización.

RESUMEN

This research aims to relate the impact of effective corporate governance on the success of social-and-solidarity-economy textile associations in Ecuador. It presents a theoretical basis of the main organizational guidelines, associative success factors, and scope. The study sample was 70 members of the Program *Hilando el Desarrollo de la Economía Social y Solidaria* located in the province of Tungurahua-Ecuador. By the use of surveys and application of structural equations with the PLS program system, it was proved that those workshops with an adequate administrative structure that started their association process, or that were already associated, benefited from a better democratization of their decisions, better income, employment and fair distribution of benefits. In turn, those associations that observe an adequate managerial structure helped the stating ones to better control their resources.

Keywords: Social and solidarity economy; corporate governance; associations; democratization.

ABSTRACT

1. Introducción

En Ecuador, como en algunos países Latinoamericanos, las organizaciones de la economía social y solidaria son un instrumento de participación democrática y el resultado de emprendimientos colectivos. En este sentido, el gobierno corporativo busca alinear los intereses de los administradores, con los intereses de las asociaciones y por ende de todos sus miembros (Muñoz, 2011). Sin embargo, la informalidad, el desconocimiento y la inadecuada administración de recursos en estas organizaciones de la economía social y solidaria al iniciar sus actividades económicas, en su mayoría, no generan valor entre los diferentes stakeholders y shareholders.

En el caso de Ecuador, el gobierno corporativo nace como un mecanismo de prevención a varios fraudes financieros y bancarios sucedidos entre 1998 y 1999 (Sperber, 2008). Con el tiempo, las organizaciones empezaron a crear sus propios códigos de mejores prácticas, lineamientos y/o principios de un buen gobierno corporativo que permita reducir la exposición a pérdidas. Por su parte, los inversionistas mostraron mayor interés sobre la gobernanza interna y externa de las organizaciones en las cuales están invirtiendo. En la actualidad, organismos internacionales como la Corporación Financiera Internacional, el Foro Global de Gobierno Corporativo y la Organización para la Cooperación

y el Desarrollo Económicos (OCDE), han brindado iniciativas de buenas prácticas corporativas en países de Norteamérica, Europa y Latinoamérica (Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa IEGC, 2013). Su finalidad es buscar eficiencia, crecimiento de mercados, confianza de accionistas e inversionistas y competitividad empresarial (Muñoz, 2011).

Dada la importancia de buenas prácticas corporativas, el objetivo de la presente investigación fue analizar la influencia de un buen gobierno corporativo en la gestión y democratización de las asociaciones. Para fines de este estudio, se ha considerado a las asociaciones del Programa Hilando el Desarrollo, que son parte de un programa gubernamental de apoyo a la asociatividad en la provincia de Tungurahua.

De acuerdo al Ministerio de Industrias y Productividad, el sector textil es la segunda actividad que más genera empleo en el Ecuador y representa aproximadamente 5 % del sector manufacturero, se trata de un área prioritaria para la economía nacional, que representó 8 % del producto interno bruto (PIB) industrial entre 2007 y 2015. Y a su vez la economía de Tungurahua es una de las más fuertes de la región central del Ecuador. El comercio, la construcción y la fabricación de textiles y calzado son las principales actividades generadoras de mano de obra y riqueza en la provincia. En el 2015 la economía de Tungurahua movió 2.643 millones, es decir, 2,85% del Producto Interno Bruto del país, según datos del Banco Central del Ecuador (BCE).

El artículo está organizado en cuatro secciones. En la primera, se analiza la conceptualización del gobierno corporativo, su importancia, beneficios y, los códigos de buenas prácticas corporativas. De igual manera se analizó varios casos de asociatividad en el mundo, la asociatividad en el Ecuador y el programa Hilando el Desarrollo. En la segunda sección se presenta el estudio realizado, la población y muestra; así como, el instrumento de investigación utilizado. En la tercera sección se presentan los resultados encontrados y, en la última sección, las conclusiones de la investigación.

2. Marco teórico

2.1. El objetivo de un gobierno corporativo y sus beneficios

Definir al Gobierno Corporativo es de gran prioridad para conocer la importancia, beneficios y finalidad de la presente investigación. Se consideran diversos puntos de vista respecto a la conceptualización del gobierno corporativo en los diferentes países, encontrando semejanzas en cada uno de ellos como se muestra en el cuadro 1. En este aspecto, el gobierno corporativo es un conjunto de relaciones entre la empresa y los diferentes stakeholders, cuya finalidad es garantizar que cada uno reciba lo justo y equitativo; asegurando la retribución de las inversiones (Lefort, 2003; González, 2002; Sperber, 2008). Esto permite percibir mejores beneficios para la organización con alguna renta adicional (González, 2002; Lefort, 2003; Lefort y Wigodski; 2007). Su importancia, está intrínsecamente relacionada con los sistemas de gestión, control y administración (Puentes *et. al.* 2009; Briozzo, Albanese & Santolíquido, 2017). Estos mecanismos permiten mejorar la competitividad entre un país y las organizaciones que se formen en su cavidad. En primer lugar, la adecuada gobernanza garantiza la asignación eficiente de recursos, y en segundo lugar permite incrementar la capacidad negociadora, a través de inversiones rentables (Morales y Roura, 2007; Martínez *et. al.* 2015).

La Corporación Andina de Fomento (2005) manifiesta que toda organización que denote un alto estándar de gobierno corporativo, es percibida como una empresa confiable y rentable. Por consiguiente, podrá acceder a mejores condiciones en los mercados en los que se desenvuelve y atraer a potenciales inversionistas. En cuanto a sus beneficios son causados de manera global dentro de las diferentes organizaciones referidos a la: Cultura, valores, estrategias, procedimientos y riesgos (Flores y Rozas, 2008).

Cuadro 1
Beneficios de un buen gobierno corporativo

Ámbito	Beneficios
Económico-financiero	Reducción a exposición de pérdidas Activo estratégico Atracción de inversionistas y/o accionistas Rentabilidad a largo plazo Prevención de actividades ilícitas y conflictos de interés
Eficiencia	Optimización de recursos Mayor capacidad productiva
Equidad	Trato justo Toma de decisiones unánime
Stakeholders	Fortalecimiento de talentos humanos Reconocimiento a méritos personales Garantía de derechos
Valores	Difusión de principios éticos y responsabilidad social Generación de confianza
Transparencia	Acceso imparcial a la información interna
Legal	Sujeción a la normativa, lineamientos y códigos institucionales vigentes

Fuente: Flores y Rozas (2008) y Muñoz (2011)

Entre los objetivos de un buen gobierno corporativo se ven reflejados cuando las organizaciones sociales han alcanzado altos estándares de participación, identidad, autonomía y democracia. Esto permite generar integridad institucional, continuidad de la organización en el tiempo y generar credibilidad con la sociedad (Indacochea, 2013). La participación está directamente relacionada con la identidad de cada uno de los stakeholders dentro de las organizaciones, puesto que: Facilitan la toma de decisiones, el control administrativo y edifican las relaciones con los demás,

consigo mismo y con la cultura solidaria. (Toro y Ramírez, 2012). La autonomía permite que cada persona voluntariamente forme organizaciones democráticas, satisfaciendo necesidades y deseos comunes (Organización Internacional de Trabajo, 2002). En este sentido, la gestión democrática garantiza la legitimidad en las deliberaciones colectivas y a la toma de decisiones (Rojas *et. al.* 2007).

Tomando como referencia a Sperber (2008), se pudo evidenciar que los órganos de gobierno han visto la necesidad de adoptar los denominados principios y/o lineamientos de buenas prácticas corporativas y códigos éticos de buen gobierno. Estos han sido canalizados por diferentes países alrededor del mundo, como una medida preventiva a tantos fraudes financieros durante los últimos años. La mala gestión y el análisis inadecuado de factores económicos como el desempeño del negocio, el retorno corporativo y los recursos corporativos dentro de las organizaciones han ocasionado la caída total en la administración del gobierno corporativo (González, 2002; Manzaneque *et. al.* 2016). El inadecuado sistema de control interno no ha permitido la prevención, detección e imputación del fraude en el sector empresarial a nivel mundial (Proietti, 2008; Cano, 2011). Por su parte, Cressey en la teoría del triángulo del fraude expone y da a conocer que deben existir tres elementos para que se cometa fraude: Motivación, oportunidad y la racionalización (López y Sánchez, 2012).

De igual manera, al analizar los códigos de gobierno corporativo más representativos de los países Europeos, Nórdicos, Asiáticos y Oceanía y Latinoamérica como lo demuestra en el cuadro 2, se puede decir que cada código depende claramente de su cultura y su desarrollo económico (Gómez y Zapata, 2013). Un buen modelo de gobierno corporativo es la clave para contrarrestar el fraude financiero en las organizaciones (Cano, 2011). Aludiendo que un adecuado funcionamiento contribuirá a la generación de una organización sana que permita entrelazar los objetivos del ente, los medios para lograrlos y la supervisión de su desempeño (Proietti, 2008)

Cuadro 2
Códigos de buenas prácticas de gobierno corporativo

País	Institución/Comité	Integrantes/Objetivos del código
Alemania	European Corporate Governance Institute (ECGI)	Compañías cotizadas en la bolsa, que buscan sistemas de gobierno empresarial que sean transparentes y comprensibles.
Australia	ASX Corporate Governance Council	Sociedades cotizadas, que desean lograr un marco soportable y de apoyo entre inversores, mercados y la comunidad en general.
China	China's corporate governance development	Sociedades cotizadas que buscan promover el establecimiento y mejora de un moderno sistema empresarial.
Japón	Tokyo Stock Exchange	Mejorar la rentabilidad de las organizaciones, haciendo énfasis en los grupos de interés.
México	Consejo Coordinador Empresarial	Sociedades de carácter mercantil, civil o asistencial, busca garantizar el libre ejercicio de los derechos de sus miembros.
Brasil	Instituto Brasileiro de Governanca Corporativa (IBGA)	Empresarios que buscan mejorar el desempeño de todas las empresas facilitando el acceso al capital en cualquier forma.
Argentina	Instituto Argentino para el Gobierno de las Organizaciones (IAGO)	Sociedades públicas y cerradas, que buscan incrementar el valor administrativo y de gestión de las empresas.
Colombia	Superintendencia de Sociedades, Cámara de Comercio de Bogotá y Confecámaras.	Sociedades cerradas y familiares. El desarrollo del buen gobierno corporativo, es un imperativo para fortalecer la competitividad del país.
Perú	Comité de Principios de Buen Gobierno para las Sociedades Peruanas	Generar una cultura corporativa, promover el desarrollo y generar valor en la economía de todas las sociedades.
Ecuador	Comité Ejecutivo Nacional de Buen Gobierno Corporativo (CEN)	Sector privado que está encaminado al crecimiento económico y al mejoramiento del bienestar. Busca el incremento de inversiones, eficiencia de mercado de capitales y desempeño de las organizaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de Sperber (2008) y Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2004)

En el caso de Ecuador, Sperber (2008) menciona que el Código de Buen Gobierno Corporativo Ecuatoriano (CEe) fue aprobado

y adoptado en el año 2005, bajo el patrocinio de la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Bolsa de Valores de Quito (BVQ), basándose en los Lineamientos del Código Andino de Gobierno Corporativo (CAGC) en el año 2004. En este sentido, el código está conformado por cincuenta y una recomendaciones haciendo hincapié en lo siguiente: 1. Derechos y trato equitativo de los accionistas. 2. Integración y sesiones de la Junta General de Accionistas. 3. Estructura del directorio. 4. Responsabilidades de los órganos de gobierno. 5. La transparencia informativa. 6. Información de los estados contables-financieros. 7. Papel de los auditores externos. 8. Función de los grupos de control. 9. Elaboración, aprobación y publicación de un informe anual. 10. El uso de arbitraje entre la sociedad, los accionistas, entre otros. Por su parte, Muñoz (2011) señala que el CEe está canalizado principalmente en la propiedad de las Compañías, así como en los conglomerados industriales y financieros. Debido a que las empresas familiares no comparten información de ningún tipo no solamente con el público sino incluso con los mismos accionistas quienes resultan ser parte de su propia familia.

2.2. Las asociaciones como parte de una economía social y solidaria

Los primeros indicios de la asociatividad o asociacionismo de los trabajadores se mostraron en Europa Continental, a través del desarrollo de mutuales y cooperativas (Comité Económico y Social Europeo, 2012). A mediados del siglo XIX, en Francia se crearon numerosas asociaciones conocidas como «asociaciones obreras de producción». (Vienney, 1966 citado en Comité Económico y Social Europeo, 2012).

La conceptualización y práctica de la asociatividad varía entre países y culturas. En este sentido, la asociatividad es considerada como un proceso por el cual dos o más personas deciden unirse voluntariamente y permanentemente para atender objetivos y demandas comunes (Maldovan y Dzembrowski, 2011); compartiendo capacidades, esfuerzos y conocimientos mutuos (Inmaculada, 2001). Esta alianza permite convertirse en un "nosotros colectivo" promoviendo la cooperación y la participación entre los miembros de la organización (Albuquerque, 2004).

Al mismo tiempo que permite acceder a los bienes y recursos necesarios para la reproducción ampliada de sus vidas (Coraggio J. L., La gente o el capital. Desarrollo local y economía del trabajo, 2004). En cuanto a su finalidad, la Confederación Sindical de Comisiones Obreras (2010) consideran que sus objetivos son: Realizar actividades económicas colectivas, habituales, sin fines de lucro, independientes y de forma estable.

Cuando las organizaciones sociales se comportan de manera responsable indirectamente desarrollan una ventaja competitiva, generando beneficios cualitativos y cuantitativos, reflejados en resultados económicos (López, 2014). Los principales beneficios que obtienen las asociaciones, se ven reflejados en distintos ámbitos de las organizaciones. En el cuadro 3, se muestran los principales beneficios de la asociatividad.

Cuadro 3
Beneficios de la asociatividad

Ámbito	Beneficios
Financiero	Mayor capacidad de financiamiento Disminución de costos Mejora la gestión de la cadena de valor Alcanzan economías de escala
Comercial	Expansión de mercados Poder de negociación Mayor producción y productividad Mejor calidad en productos y/o servicios Incorporación de tecnología de punta Mayor competitividad Desarrollo de nuevos productos y servicios Determinar alianzas estratégicas
Miembros asociados	Mejores condiciones de vida Mejor organización de trabajo Acceso a capacitaciones Toma de decisiones unánime Mayor confianza Mejor gestión del conocimiento: técnico-productivo-comercial

Fuente: Elaboración propia a partir de Szmulewicz *et. al.* (2012) y Centro de exportaciones e inversiones Nicaragua (2010)

En esta misma perspectiva, Albuquerque (2004) menciona que la organización de las personas y su asociación está enmarcada a la satisfacción de necesidades comunes, al bienestar colectivo y la perduración del grupo a futuro. La participación se genera por la representación. En este aspecto, diversos grupos son representados en innumerables campos de la actividad humana como: Política, religión, trabajo, cultura, economía, entre otros; emergidos por motivos sociales. Siendo los más frecuentes, los detallados en el cuadro 4.

Cuadro 4
Formas de representación asociativa

Asociaciones	Descripción
Filantrópicas	Aglomera a voluntarios que provean asistencia social a niños, adultos mayores y discapacitados.
Vecinales	Agrupaciones de personas que comparten espacio urbano. Su finalidad es mejorar los niveles educativos y la integración sociocultural.
Defensa de la vida	Formada por personas que sufren de marginalidad como: mendigos, alcohólicos y diabéticos. Buscan garantías mínimas de derechos.
Culturales, deportivas y sociales	Reúne a personas temporalmente o permanentemente, con miras a actividades culturales como: deportivas, artísticas, literarias y étnicas.
De clase	Congrega a consejos profesionales y federaciones del Estado que fomenten una mayor participación en el trabajo colectivo.
De trabajo	Agrupación a asociaciones de trabajadores y/o pequeños propietarios, dedicados a actividades productivas, prestación de servicios y comercialización de productos.

Fuente: Albuquerque (2004, p. 35)

2.3. Asociatividad en el Ecuador

Luego de algunos años de luchas individuales, el Gobierno Nacional a través de la Constitución de la República del Ecuador vigente desde el año 2008, tiene la visión de construir un país con igualdad de oportunidades, siendo las micro, pequeñas y medianas empresas quienes juegan un papel decisivo en el cambio de la matriz productiva (Jácome y King, 2013). La Economía Social y Solidaria (ESS) es el sistema económico y la Economía Popular y Solidaria (EPS), una forma de organización económica de dicho sistema (Jácome, 2013). En este marco, la asociatividad permite mejorar la gestión de competencias y favorecer los procesos de integración territorial (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

El Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) y la Dirección de Fomento Productivo han incentivado emprendimientos colectivos que benefician directamente a los actores de las organizaciones sociales, con la finalidad de mejorar sus condiciones de vida. En este aspecto, el IEPS creó los circuitos productivos regionales que agrupa personas con actividades económicas comunes. Este mecanismo deberá cumplir con tres fases: 1. Producción de materias primas. 2. Transformación en bienes manufacturados. 3. Comercialización de los bienes (Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015). Se puede observar en el cuadro 5 la inversión efectuada por el Gobierno Nacional a través del IEPS para incentivar y desarrollar los circuitos productivos en las diferentes regiones del país, agrupados dentro de la buena manufactura, el buen alimento y el buen servicio.

Cuadro 5
Monto invertido en los Circuitos Productivos

Proyectos	Objetivo	Inversión año 2014 (expresada en\$)	Inversión año 2015 (expresada en\$)	Total inversión (expresada en\$)
Articulación de circuitos Económicos Solidarios (ACES)	Mejorar la calidad de vida de los actores de la EPS; promoviendo emprendimientos productivos, comerciales y de servicios.	1.258.960,81	6.010.525,98	7.269.486,79
Socio vulcanizador	Dignificar las condiciones de vida y de trabajo del vulcanizador, que le permita el fortalecimiento y desarrollo de sus capacidades.	2.043.990,26	1.181.709,07	3.225.699,33
Hombro a hombro	Desarrollar emprendimientos, a través de Fondos de Inversiones para promover la inclusión económica de actores de la EPS y de receptores del BDH, mediante el fomento productivo.	1.406.003,16	2.191.131,64	3.597.134,80
Proyecto de Desarrollo del Corredor Central (PDCC)	Contribuir al desarrollo económico productivo para garantizar el Buen Vivir rural, sostenible y territorial de los miembros de la EPS.	1.545.014,04	171.204,08	1.716.218,12
Total general		6.253.968,27	9.554.570,77	15.808.539,04

Fuente: Instituto de Economía Popular y Solidaria (2015, 2016)

De igual manera, la asociatividad se fundamenta en la construcción de alianzas estratégicas alrededor de objetivos, propósitos y/o metas comunes (Jácome y King, 2013); para ello, se exponen los estudios de casos de asociaciones exitosas en el Ecuador, como se muestra en el cuadro 6.

Cuadro 6
Experiencias exitosas de asociatividad en el Ecuador

Provincia	Asociación	Actividad económica	Objetivo/Integrantes
Esmeraldas	Asociación Nacional de Cultivadores de Palma Africana (ANCUPA)	Cultivo de palma aceitera	Representar a los 4000 palmicultores asociados, impulsando su desarrollo económico y social.
Chimborazo	Asociación Jambí Kiwa	Producción y comercialización de plantas medicinales	Mejorar el sustento de cientos de familias en 12 aldeas rurales, tiene más de 480 socias.
El Oro	Asociación de pequeños productores de banano "El Guabo" (APPBG).	Producción y comercialización de banano.	Cumplir con las normas sociales y ambientales, y distribuir equitativamente los beneficios entre los 339 miembros.
Pichincha	Asociación artesanal Caminos del Sol	Elaboración y venta de artesanías de todo el país.	Aprovechar las oportunidades que brindan los mercados orientados a lo social. Conformado por más de 31 miembros.
Azuay	Asociación mujeres por la vida	Servicios alimenticios y de limpieza.	Igualdad de derechos económicos, culturales, sociales y políticos de la mujer. Está constituido por 40 mujeres.
Ibarra	Asociación Comités Investigación de agricultura local	Producción de fréjol	Capacitación oportuna y de calidad, y acceso a fuentes de financiamiento a todos los grupos productivos y las redes. Conformado por 8 asociaciones.
Tungurahua	Asociación Artesanal Tierra Productiva	Producción, procesamiento y comercialización de uvilla.	Está formado por 20 socios y buscan la superación y el progreso personal de los asociados.

Bolívar	Asociación de Desarrollo Social de Artesanos (TEXSAL)	Producción artesanal con lanas naturales de oveja, alpaca y algodón.	Cuenta con 100 socios y busca el desarrollo socio-económico de capacidades innatas para el tejido y materia prima para artesanas que elaboran a mano.
---------	-------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura y el Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador (2011), Camacho et. al. (2005), Centro Tecnológico Agrario y Agroalimentario ITAGRA (2013), Movimiento Mujeres por la Vida (2010), Jácome (2013) e Instituto de Economía Popular y Solidaria (2015).

Según de los datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2016), durante el año 2015 se registró alrededor de 5.223 asociaciones distribuidas en las diferentes regiones del país, con un incremento de 26% en comparación con el año anterior que registraba 3.958 asociaciones. Además, los activos de las organizaciones de la ESS superan los USD 8.000 millones, representando poco menos de 10% del PIB.

Por otra parte, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2014) señala la importancia de establecer la estructura adecuada de un buen gobierno corporativo en las asociaciones ecuatorianas de la economía social y solidaria. Por tal motivo, la Ley de Economía Popular y Solidaria y su respectivo Reglamento manifiestan en sus incisos los agentes internos y externos que existen bajo su control, regulación, supervisión y los agentes de apoyo que existen para establecer alianzas estratégicas que fomenten los emprendimientos colectivos, como se puede observar en el gráfico 1.



Gráfico 1. Estructura de un buen gobierno corporativo en las asociaciones de la economía social y solidaria. Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2014)

Para la conformación de las asociaciones es necesario un número mayor a 10 socios y será preciso la creación de órganos de gobierno internos que colaboren con el desarrollo y el progreso de la asociación y de cada uno de los miembros. En este sentido, se conformará la Asamblea General, con todos sus miembros y será la máxima autoridad. La Junta Directiva por su parte, está encargada del sistema de gobierno y de los objetivos institucionales. Se debe designar un Presidente, un Secretario y los Vocales con un tiempo de funciones de cuatro años con opción a reelección. La Junta de Vigilancia es el órgano de control interno de las actividades económicas, y en caso de asociaciones que dispongan entre sus activos más de \$200.000 deben crear un Comité de Auditoría (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014). Finalmente, se designará un Administrador quien será el representante legal y responsable de la asociación (Gómez y Zapata, 2013).

De igual manera, la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2014) señala que los agentes externos de las asociaciones y demás organizaciones de la ESS, son el Comité

Interinstitucional y el Consejo Consultivo como Rectorías. Estos agentes están encargados de regular y evaluar los resultados de cada organización social. La regulación se efectúa a través del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social y se encarga de los procedimientos de constitución, funcionamiento y control.

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, es la entidad técnica encargada de la supervisión y control de las actividades económicas y sociales, en lo concerniente al cumplimiento normativo de la Ley de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento. La promoción, difusión y protección está a cargo del Instituto de Economía Popular y Solidaria y el financiamiento la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS), encargada de brindar servicios financieros y crediticios a las personas y organizaciones de la economía social y solidaria destinadas a actividades productivas. Finalmente, las asociaciones podrán contar con el respaldo de entidades de apoyo como los gobiernos autónomos descentralizados y fundaciones y corporaciones civiles que les permita establecer alianzas estratégicas para el fomento productivo.

2.4. Programa hilando el desarrollo

En el año 2006, el Gobierno Nacional del Ecuador planteó una nueva propuesta política denominada la “Revolución Ciudadana” basada en el Buen Vivir (Sumak Kawsay), como modelo de desarrollo que plantea invertir en «el ser humano como principio y no en el capital» (Jácome V., Introducción a la Economía Social y Solidaria, 2013). El apoyo brindado por el gobierno a las diferentes formas de producción nacional, tiene como objetivo permitir que el sector industrial especialmente las MIPYMES, desarrollen el tejido empresarial ecuatoriano (Jácome y King, 2013). En este sentido, el emblemático Programa Hilando el Desarrollo (PHD) del Gobierno Nacional, emerge en el año 2007, como iniciativa conjunta del Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social con el Ministerio de Educación, para la elaboración de uniformes escolares a más de dos millones de estudiantes en el país (Ministerio de Finanzas, 2015). Para la adjudicación se firmarán contratos de confección con miles de artesanos, micro, pequeños y medianos productores organizados en talleres artesanales. (Ministerio de Inclusión

Económica y Social, 2013).

En el año 2010, se efectuó la elección bajo la modalidad de menor cuantía, cotización y subasta (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2013). Sin embargo, no fue hasta el año 2011 que se implementó la denominada Feria Inclusiva en el proceso de compras públicas, compitiendo por capacidad productiva y no por precios en la elaboración de uniformes escolares (Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2014a).

El Programa hilando el desarrollo se fundamenta en cuatro objetivos claves: 1. La elaboración y fabricación de los kits de uniformes escolares gratuitos. 2. Mejorar el estilo de vida de los actores textiles de la ESS. 3. Incentivar la calidad, productividad y competitividad asociativa. 4. Generar espacios de participación pública (Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2014b; Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015). En tal razón, el PHD promueve la inclusión económica y movilidad social de miles de artesanos en el sector textil de la ESS, democratizando la contratación pública y convirtiéndose en proveedores directos del Estado (Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2014a). Este proceso, ha permitido la articulación de los emprendimientos a los mercados públicos y privados (Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015).

Cuadro 7
Inversión articulada al mercado público Programa Hilando el Desarrollo

Año	Inversión del gobierno nacional (expresada en \$)	N. de artesanos contratados	Empleos directos generados	N. de kits a nivel nacional	N. de niños beneficiados a nivel nacional
2007	2.155.432,09	173	1.211	82.997	82.997
2008	24.815.771,74	352	2.464	715.417	840.358
2009	14.756.405,41	291	1.455	841.807	841.807
2010	22.706.714,33	235	940	946.296	946.296
2011	29.138.447,17	1.168	4.672	1.070.000	1.070.000
2012	32.550.003,14	1.160	4.640	1.109.886	1.109.886
2013	36.799.989,86	3.124	12.496	1.202.000	1.202.000
2014	42.776.388,59	4.524	18.096	1.303.000	1.303.000
2015	17.551.949,46	2.601	10.404	750.000	750.000
Total	223.251.101,79	13.628	56.378	8.021.403	8.146.344

Fuente: Instituto de Economía Popular y Solidaria (2013), Ministerio de Educación (2014), Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2015).

El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (2015), menciona que el monto articulado acumulado actualmente en el Programa Hilando el Desarrollo desde su inicio es de \$ 223.251.101,71 para la confección de 8.021.403 kits de uniformes escolares. Es así que a través de este programa, se han entregado un total de 13.628 contratos a artesanos, micro y pequeños productores generando un promedio de 56.378 empleos directos.

El año de mayor inversión del programa fue el año 2014, en el que se invirtió un total de \$ 42.776.388,59 para la confección de 1.303.000 de kits. En dicho año se adjudicaron 4.524 contratos y se generaron 18.096 empleos directos.

2.5. Hipótesis de investigación

Como se ha podido analizar, la ayuda e inversión del gobierno nacional a las organizaciones sociales han crecido en los últimos años. Por este motivo, la presente investigación analiza la influencia del gobierno corporativo en variables como: Participación democrática, comercio justo y equidad en la distribución de beneficios económicos.

Enjolras (2001) manifiesta que las asociaciones son organizaciones voluntarias que cumplen funciones sociales, económicas y políticas. Las asociaciones son una herramienta de participación democrática. (Luna & Puga, 2013). En este sentido, el gobierno corporativo busca alinear los intereses de sus miembros, superando los intereses personales y buscando el interés colectivo (Enjolras, 2001; Muñoz, 2011). Otros factores identificados como importantes son los entendimientos comunicativos (Luna, Reseña de Democracy and Association de Warren, Mark, 2005), el uso de recursos y la selección de los dirigentes. Por lo tanto, los procesos de toma de decisiones son una dimensión central del desempeño de las organizaciones sociales. (Luna & Tirado, 2005; Manzaneque *et al.* 2016). En este sentido, se considera que la buena comunicación, la autonomía y la democracia en los procesos de toma de decisiones ayudan a mejorar el impacto de la asociatividad entre cada uno de sus miembros del Programa Hilando el Desarrollo, y plateamos la siguiente hipótesis:

H1: El buen gobierno corporativo influye de manera positiva en la democratización de las decisiones de una asociación.

Por otra parte, Chávez & Patraca (2011), han identificado al comercio justo como un movimiento social de dimensiones globales. Por lo tanto, las asociaciones buscan garantizar condiciones comerciales más seguras y estables (Briozzo *et. al.* 2017; Servera *et. al.* 2012), reduciendo los niveles de pobreza y marginación para los países en desarrollo (Chávez & Patraca, 2011). Según Cabanes & Gómez (2014), la economía social y solidaria propone alternativas viables hacia sistemas sociales más igualitarios, justos y sostenibles. De esta manera, se garantiza un modelo económico verdaderamente justo para el bienestar de las personas y el medioambiente. En este estudio, se plantea si las estructuras económicas basadas en la producción y comercialización textil promueven de manera positiva negociaciones más justas con clientes y proveedores; permitiéndolo así la construcción de redes económicas sociales, solidarias y sostenibles en los talleres del Programa Hilando el Desarrollo. Con base en lo mencionado anteriormente, planteamos la siguiente hipótesis:

H2: El buen gobierno corporativo influye de manera positiva en negociaciones más justas con sus clientes y proveedores

Las buenas relaciones entre los agentes internos y externos de las asociaciones, permiten la distribución equitativa de los beneficios generados (Lefort & Wigodski, 2007; Martínez *et. al.* 2015). Para Enjolras (2001), las organizaciones son mayormente democráticas cuando existe una distribución igualitaria de recursos (información, habilidades, conocimiento) entre sus miembros. En este sentido, a mayor distribución igualitaria de recursos mayor probabilidad que una organización sea democrática. En el caso de las asociaciones, la base de legitimidad es la participación equitativa, la igualdad de condiciones (Luna & Puga, 2013), el aprendizaje colectivo, promover el desarrollo sustentable de los territorios y la gestión cooperativa de los recursos (Cabanes & Gómez, 2014). De esta forma planteamos la siguiente hipótesis:

H3: El buen gobierno corporativo influye de manera positiva en la distribución equitativa de los recursos económicos entre los miembros de una asociación

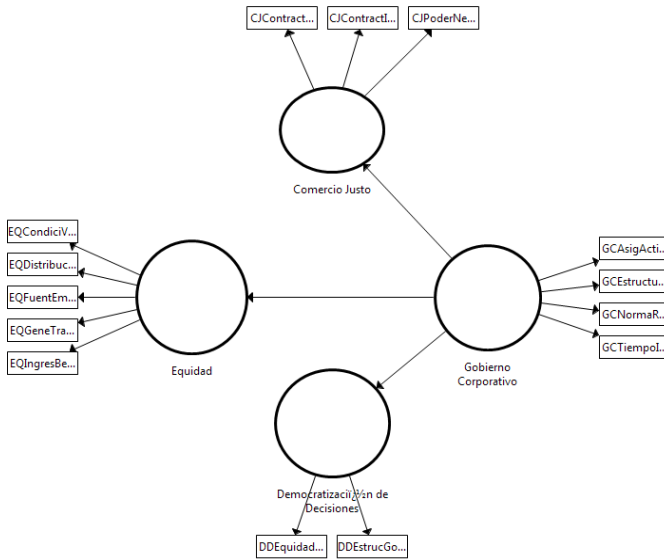


Gráfico 2. Modelo relacional propuesto. Fuente: Elaboración propia

3. Metodología de investigación

3.1. Instrumentos de recolección de datos

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta personal a fin de obtener información de primera mano y debido a la escasa información de fuentes secundarias. El instrumento fue un cuestionario, previamente validado tanto el personal del IEPS, así como por expertos en temas de economía social y solidaria. Este cuestionario constó de 14 ítems en escala Likert (1 a 5), como se muestra en el cuadro 8.

Cuadro 8
Operacionalización de variables

Tipo	Indicador	Codificación
VI. Gobierno corporativo	<ul style="list-style-type: none"> Estructura directiva de la asociación Asignación de actividades a los miembros de la asociación Periodicidad de informes 	<ul style="list-style-type: none"> GCEstructura GCAsigActividades GCTiempoInformes

	<ul style="list-style-type: none"> • Pertinencia de normativas o reglamentos para actuación del gobierno corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> • GCNormaReglamentos
VD. Comercio justo	<ul style="list-style-type: none"> • Poder de negociación con los proveedores de materiales • Acceso a contratos con las instituciones públicas • Acceso a contratos con empresas privadas, redes y alianzas 	<ul style="list-style-type: none"> • CJPoderNegociacion • CJContratosPublicos • CJContratosPrivados
VD. Equidad	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de trabajo equitativo para todos sus miembros • Generación de nuevos empleos • Satisfacción de las condiciones de vida de sus miembros • Satisfacción del nivel de ingresos • Distribución equitativa de los beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> • EQGeneTrabajo • EQFuentEmpleo • EQCondiciVida • EQIngresBeneficios • EQDistribucionBeneficios
VD. Democratización de decisiones	<ul style="list-style-type: none"> • Garantía de equidad y democracia • Gestión del gobierno corporativo 	<ul style="list-style-type: none"> • DDEquidadyDemocracia • DDEstructuraCorporativa

Fuente: Elaboración propia

3.2. Población y muestra

La población de estudio fueron los artesanos beneficiados a través de ferias inclusivas del Programa Hilando el Desarrollo y que han participado en compras públicas en los últimos tres años en la provincia de Tungurahua. Con este criterio, la población de estudio constituye 136 talleres individuales, que en algunos casos se encontraban asociados y en otros casos en proceso de asociación.

Esta información fue proporcionada por el IEPS como ente público encargado de la promoción, protección y financiamiento de las asociaciones. Se decidió trabajar con toda la población por su accesibilidad.

Con dicha información, se procedió a encuestar a los 136 actores beneficiarios del Programa Hilando el Desarrollo. Del total de encuestas aplicadas se obtuvo un índice de respuesta favorable de 86%, que equivalente a 117 actores. Sin embargo, al momento de tabular se eliminaron aquellas encuestas con datos perdidos teniendo una muestra total de 70 encuestas válidas para el análisis de resultados. Para el análisis descriptivo de datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 21, y para la comprobación de hipótesis a través ecuaciones estructurales se utilizó el programa PLS aplicando el método de mínimos cuadrados parciales.

Cuadro 9
Descriptivos de los actores beneficiarios del Programa Hilando el Desarrollo

Características		Número	Porcentaje (%)
Género	Hombre	31	44.3
	Mujer	39	55.7
Total		70	100,0
Estado civil	Soltero	9	12.9
	Casado	54	77.1
	Divorciado	6	8.6
	Viudo	1	1.4
Total		70	100,0

Fuente: Elaboración propia

4. Resultados y discusión

Al analizar la importancia del gobierno corporativo en las asociaciones, alrededor de 80% (casi siempre y siempre) de los miembros del Programa Hilando el Desarrollo piensan que la implementación de una buena estructura de prácticas de gobierno corporativo generaría valor, estabilidad y eficiencia en la correcta gestión administrativa. Esto se debe a que el adecuado manejo de recursos: financieros, materiales, técnicos y humanos dentro de la asociación, conllevarán al desarrollo económico y al bienestar colectivo de todos los miembros, alcanzando unánimemente el éxito personal y laboral.

Cuadro 10
Influencia de la estructura de gobierno corporativo en la administración de recursos

	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Nunca	1	1,4	1,4
Rara vez	3	4,3	5,7
Algunas veces	8	11,4	17,1
Casi siempre	24	34,3	51,4
Siempre	34	48,6	100,0
Total	70	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la equidad y democracia que perciben los miembros del programa se observa que 78,6% (casi siempre y siempre), está de acuerdo con la forma de distribuir las actividades y beneficios; así como su participación en las decisiones. Es decir, los actores

de la ESS tienen confianza en la administración y control de los recursos emprendidos por sus dirigentes, garantizándoles una justa participación.

Cuadro 11
Equidad y democracia en cada uno de sus miembros

	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Nunca	2	2,9	2,9
Rara vez	3	4,3	7,1
Algunas veces	10	14,3	21,4
Casi siempre	17	24,3	45,7
Siempre	38	54,3	100,0
Total	70	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Al analizar el cuadro 12, se puede afirmar que más de la mitad de los integrantes del PHD consideran que al formar o pertenecer a una asociación existe un trabajo equitativo, imparcial y uniforme para todos sus miembros, con un porcentaje de 67,2% (casi siempre y siempre). Pudiendo constatar, que los encuestados se encuentran satisfechos con la asignación de actividades y responsabilidades dentro de la asociación. Esto se debe a factores como: Buena comunicación interna, delegación de órganos de gobierno y conocimiento de las normativas vigentes a favor de los mismos.

Cuadro 12
Asociatividad y fuente equitativa de empleo

	Frecuencia	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
Nunca	2	2,9	2,9
Rara vez	10	14,3	17,1
Algunas veces	11	15,7	32,9
Casi siempre	24	34,3	67,1
Siempre	23	32,9	100,0
Total	70	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Al analizar el género y el estado civil no se encontraron resultados que tengan estadísticamente diferencias significativas.

Para proceder con la verificación de las hipótesis se ha validado previamente las escalas de medida de los constructos latentes, a través de la validez discriminante del modelo. La validez discriminante se cumple cuando las correlaciones entre las variables son menores que la raíz cuadrada de la varianza extraída media (AVE) correspondiente (Fornell & Larcker, 1981). En el cuadro 13 observamos la diagonal donde han sido insertados los valores de la raíz cuadrada del AVE, y se cumple este criterio en todos los casos.

Cuadro 13
Validez discriminante por el criterio de Fornell & Larcker

	Democratización de decisiones	Gobierno corporativo	Comercio justo	Equidad
Democratización de decisiones	0.912100			
Gobierno corporativo	0,463747	0.741600		
Comercio justo	0,258622	0,267189	0.824600	
Equidad	0,707425	0,609347	0,103495	0.761600

Fuente: Elaboración propia

La consistencia interna medida por el coeficiente de Alfa de Cronbach y la Fiabilidad compuesta, como se muestran en el cuadro 14. Los valores son superiores a 0.70 y, de acuerdo a lo requerido para asegurar la fiabilidad interna de las variables que conforman el modelo.

Cuadro 14
Criterios de calidad del modelo

	AVE	Fiabilidad compuesta	Alpha de Cronbachs	R²
Democratización de decisiones	0,831971	0,908244	0,800109	0,215062
Gobierno corporativo	0,546946	0,827855	0,721985	
Comercio justo	0,679865	0,864068	0,763506	0,071390
Equidad	0,579880	0,871800	0,821256	0,371303

Fuente: Elaboración propia

La significancia estadística ha sido dimensionada por medio de un remuestreo bootstrapp de 5.000 para minimizar el estimador de errores estándar (Hair *et. al.* 2014). La significancia de los coeficientes de trayectoria se determinó con la ayuda de las pseudo pruebas t del procedimiento de bootstrapping. El cuadro 15 presenta los resultados de procedimiento del bootstrapping.

Cuadro 15
Coefficientes de trayectoria: Media, Desviación estándar, T-valor, P-valor

	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Error estándar (STERR)	Estadístico T (O/STERR)	p-valor*
Gobierno corporativo -> Democratización de decisiones	0,463747	0,494743	0,111976	0,111976	4,141,480	0.000
Gobierno corporativo -> Comercio justo	0,267189	0,317248	0,122242	0,122242	2,185,736	0.030
Gobierno corporativo -> Equidad	0,609347	0,639548	0,063454	0,063454	9,603,022	0.000

*p ≤ 0.05

Fuente: Elaboración propia

Al verificar las hipótesis, tenemos que todas las relaciones analizadas entre las variables son estadísticamente significativas, con valores t que superan el valor mínimo de 1.96 (intervalo de confianza de 5%) y valores p < 0.05.

Con estos resultados se confirma la H₁, donde un buen gobierno corporativo influye en una mejor participación de todos los grupos de interés, obteniendo una varianza de 21,5% (R²) y un p-valor de 0,00. Este resultado es similar al mostrado por Muñoz (2011), donde afirma que el gobierno corporativo permite alinear los intereses personales a los objetivos colectivos. Es decir, a través de una adecuada administración las decisiones se vuelven más democráticas y participativas, mejorando así el desempeño de la organización (Luna & Tirado, 2005). Por su parte, Manzaneque et. al. (2016) demuestran que un gobierno corporativo con mayor participación de personas podría contribuir a una mayor diversidad de opiniones o, alternativamente, mejorar el acceso a la información y aumentar la capacidad de controlar la gestión.

De igual manera, al verificar la H₂, tenemos que el disponer de una adecuada estructura corporativa y formalizada permite negociaciones más justas con clientes y proveedores, explicando

la primera variable en 7,1% (R^2) la varianza de la segunda variable. Esto significa que un buen gobierno corporativo formalizado y que represente a sus asociados pueden mejorar sus canales de comercialización y su capacidad de negociación a la hora de buscar los mejores socios para sus actividades económicas.

Tal como lo afirman Cabanes & Gómez (2014), las administraciones pueden crear canales cortos de comercialización como instrumento de desarrollo local, de redes de intercambio equilibradas y horizontales, que a su vez permiten construir relaciones deseables y positivas tanto para quien produce como para quien consume. A su vez, se confirma lo manifestado por Servera et. al. (2012), una buena administración en una asociación busca garantizar las condiciones comerciales tanto para sus asociados y como para sus contrapartes, prevaleciendo la igualdad y la justicia (Cabanes & Gómez, 2014). En la misma línea Briozzo et. al. (2017) afirman que gracias a la confianza generada por la información de un buen gobierno corporativo que atenúe las asimetrías informativas, se asociaría con mayor endeudamiento hacia sus proveedores, debido a la confianza mutua.

Por último, en la H3 obtuvimos una varianza explicada de 37,1% y un p-valor de 0,00; confirmado que aquellas asociaciones que hayan estructurado un gobierno corporativo dentro de su organización, les permiten asegurar una distribución equitativa de los recursos. Este resultado concuerda con lo manifestado por Luna & Puga (2013), donde la base de legitimidad de una asociación radica en la participación equitativa y la igualdad de condiciones. Cabanes & Gómez (2014), en el mismo sentido menciona la importancia de la gestión cooperativa de los recursos, donde se promuevan el intercambio no sólo recursos económicos, sino de relaciones y procesos. Mientras que, Martínez et. al. (2015) manifiestan que un consejo de administración eficiente es beneficioso no solo para sus socios y grupos de interés, sino también para el desarrollo económico.

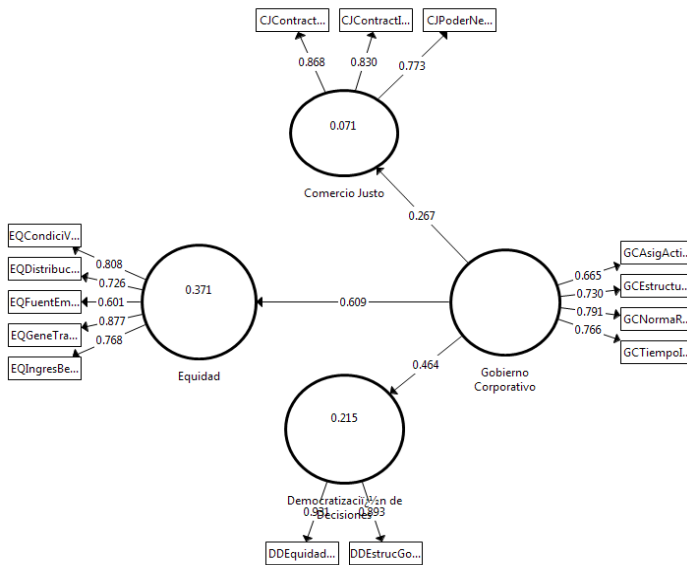


Gráfico 3. Resultados de modelo propuesto. Fuente: Elaboración propia

5. Conclusiones

Un buen gobierno corporativo es una herramienta gerencial que ha nacido como respuesta a la prevención de tantos fraudes organizacionales alrededor del mundo. Busca precautelar los intereses de los stakeholders y los shareholders, considerando el avance de las estructuras directivas y mecanismos de control a lo largo del tiempo. La adopción de un buen gobierno corporativo y los lineamientos adecuados, garantizan la permanencia de las organizaciones sociales en el tiempo. Seguido de la prevalencia de igualdad, solidaridad y democracia entre cada uno de sus miembros; permitiendo hacer frente a las exigencias de un mercado cambiante y globalizado.

En los últimos años, la asociatividad en el Ecuador ha tomado un gran auge como mecanismo de trabajo colectivo, inserción a mercados laborales, aporte al cambio de la matriz productiva, mejores condiciones laborales y de vida. De acuerdo con la SEPS, en el año 2015 se registró alrededor de 5.223 asociaciones distribuidas en las diferentes regiones del país, con un incremento de 26% en comparación con el año anterior que registraba 3.958 asociaciones beneficiadas del programa de contratación pública impulsado por

el Gobierno Nacional. Además, los activos de las organizaciones de la ESS superan los USD 8.000 millones, representando poco menos de 10% del PIB.

En la presente investigación, se pudo evidenciar que el gobierno corporativo influye positivamente en la democratización de las decisiones, esto debido a la libre elección de sus representantes como la participación de agentes externos que les permitan un mejor asesoramiento en sus decisiones. A su vez, existe una influencia positiva en las negociaciones siendo más justas entre clientes y proveedores. Y el mayor impacto obtenido con un buen gobierno corporativo ha sido la distribución equitativa de recursos económicos entre los miembros de una asociación, gracias a la confianza que perciben de la administración y el adecuado control de sus recursos.

La mayoría de los actores del Programa Hilando el Desarrollo, piensan que una adecuada estructura de gobierno corporativo beneficiará a la correcta administración y gestión de recursos; haciéndolos partícipes de las decisiones y democracia. Es así que los asociados están conformes con las actividades y funciones que desempeñan en sus puestos de trabajo. Argumentando mejora de ingresos, relaciones internas estables y compromiso en las actividades a desarrollar.

De igual manera los miembros se encuentran conformes con los órganos de gobierno designados dentro de sus talleres textiles y/o asociaciones. Ellos consideran que han contribuido al crecimiento y al desarrollo económico-social de todos los miembros, aportando confianza y credibilidad.

Un buen órgano de gobierno y control deberá tener una gestión incuestionable. Para este propósito es necesario desarrollar funciones, hacer uso eficiente de los recursos puestos a su administración y velar por la transparencia e integridad informativa. Además, se deberá desarrollar fuertes relaciones internas y un equilibrio de poder entre los directivos y los demás miembros.

Implementar voluntariamente principios y/o códigos de buen gobierno corporativo orientados a la consecución del objeto social, que plasmen el sello de transparencia y fomente lazos entre los directivos, agentes reguladores y demás partes interesadas.

6. Referencias

- Albuquerque, P. (2004). *El asociativismo. La otra economía. Traducido por Lucimeire Vergilio Leite*. Buenos Aires: Imprenta Altamira.
- Banco de Desarrollo de América Latina (2013). *Lineamientos latinoamericanos de gobierno corporativo*. Caracas: La Corporación Andina de Fomento
- Briozzo, A., Albanese, D., y Santolíquido, D. (2017). Gobierno corporativo, financiamiento y género: un estudio de las pymes emisoras de títulos en los mercados de valores argentinos. Mexico: *Contaduría y Administración*, Vol. 62. 339–357.
- Cabanes, M., y Gómez, J. (2014). Economía social y Soberanía Alimentaria Aportaciones de las cooperativas y asociaciones agroecológicas de producción y consumo al bienestar de los territorios. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Vol. 82. 127-154.
- Camacho, P., Marlin, C., y Zambrano, C., (2005). *Estudio Regional sobre Factores de Éxito de Empresas Asociativas Rurales*. Quito: Plataforma RURALTER.
- Cano, D. (2011). *Contra el fraude. Prevención e Investigación en América Latina*. Buenos Aires : Ediciones Granica S.A.
- Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua. (2010). *Manual para la capacitación en asociatividad*. Managua.
- Centro Tecnológico Agrario y Agroalimentario Itagra. (2012). *Casos de éxito para la innovación*. Cooperación empresarial para el impulso de la innovación y la transferencia tecnológica como motores de desarrollo de la provincia de Bolívar (Ecuador). Recuperado el 10 de octubre de 2015 de <http://innbolivar.org/wp/>
- Chávez, C., y Patraca, V. (2011). El comercio justo y la responsabilidad social empresarial: Reflexiones desde los sistemas de certificación autónoma. Buenos Aires: *Argumentos*, Vol.24 (65). 229-259.
- Comité Económico y Social Europeo. (2012). *La economía social en la unión europea*. Unión Europea. Bruselas: La Comisión.
- Confederación Sindical de Comisiones Obreras. (2010). *Guía sobre la Economía Social y Solidaria*. España: La Confederación.
- Coraggio, J. (2004). *La gente o el capital. Desarrollo local y economía del trabajo*. Quito: Abya-Yala.
- Corporación Andina de Fomento. (2005). *Gobierno Corporativo: lo que todo empresario debe saber*. Programa Kemmerer de

desarrollo e integración de los mercados financieros de la Corporación Andina de Fomento.

- Enjolras, B. (2001). Organizaciones voluntarias y democracia. Bases teóricas. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, Vol 37. 141-175
- Flores, J. y Rozas, A. (2008). *El gobierno corporativo: un enfoque moderno «Un gobierno corporativo pobre introduce factores de riesgo. Un buen gobierno corporativo reduce el riesgo»*. Quipuramayoc: Institución de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables. Vol. 15, (29). 7-22.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981): Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Gómez, G. y Zapata, N. (2013). *Gobierno Corporativo: Una comparación de Códigos de Gobierno en el mundo, un modelo para empresas latinoamericanas familiares y no familiares*. Entramado: Universidad Libre. Vol. 9, (2). 98-117.
- González, P. (2002). *El Gobierno Corporativo en el Brasil y el papel social de las empresas*. Estudios Gerenciales: Universidad ICESI. Vol. 18, (83). 71-89.
- Hair, J.; Hult, G. T. M.; Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications: Los Angeles.
- Instituto Brasileiro de Governanca Corporativa. (2011). *Código de las Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo*. Sao Paulo: El Instituto
- Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa. (2013). *Antecedentes del IEGC*. Recuperado el 12 de octubre de 2013 de http://www.iegcec/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=147.
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2013). *Análisis de la Participación de los Usuarios y Usuaris del Bono de Desarrollo Humano en el Programa Hilando el Desarrollo*. Quito: El Instituto.
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2014a). *Hilando el Desarrollo fomenta el acceso a la educación y la inclusión económica y social*. Quito. Julio de 2014. Recuperado el 12 de junio de 2015 de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/hilando-el-desarrollo-fomenta-el-acceso-a-la-educacion-y-la-inclusion-economica-y-social/>
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2014b).

- Informe de Rendición de Cuentas Enero-Diciembre 2014*. Quito: Dirección de Comunicación Social IEPS.
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2015). *Hilando el Desarrollo ciclo Sierra 2015-2016 priorizará el trabajo asociativo*. Quito. Recuperado el 10 de julio de 2015 de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/hilando-el-desarrollo-ciclo-sierra-2015-2016-priorizara-el-trabajo-asociativo/>.
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2016). *Informe de de Rendición de Cuentas Enero-Diciembre 2015*. Quito: Dirección de Comunicación Social IEPS, 2016. 31 p.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura y Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador. (2011). *Enfoques de Asociatividad entre Actores del Sistema Productivo: Conceptos, Casos Reales y Metodologías*. Quito: Graphus.
- Indacochea, A. (2013). *Una propuesta para mejorar las prácticas de gobierno corporativo en Perú*. Lima: Wordpress.
- Inmaculada, M. (2001). *Cooperación empresarial y asociacionismo como estrategias de desarrollo de los países más desfavorecidos en un entorno globalizado*. Boletín ICE Económico: información comercial española. 19-30.
- Jácome, H. y King, K. (2013). *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. Quito: Gráficas V&M.
- Jácome, V. (2013). *Introducción a la Economía Social y Solidaria*. Quito: Editorial IAEN.
- Lefort, F. (2003). Gobierno Corporativo: ¿Qué es? ¿Cómo andamos por casa?. *Cuadernos de Economía*, Vol. 40, (120). 207-237.
- Lefort, F. y Wigodski, T. (2007). *Una mirada al gobierno corporativo en Chile. Casos Emblemáticos*. Santiago: Universidad Católica de Chile.
- López, G. (2014). *La influencia de la responsabilidad social empresarial en la decisión de compra del cliente*. Coloquio Interdisciplinario de Doctorado. 1-12.
- López, W. y Sánchez, J. (2012). El triángulo del fraude. *Forum Empresarial*. Vol. 17, (1). 65-81.
- Luna, M. (2005). Reseña de Democracy and Association de Warren, Mark. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Vol. XLVII. 224-227.
- Luna, M., y Puga, C. (2013). Nuevas perspectivas para el estudio de las asociaciones. *Bibliotecológica*. 203-205.
- Luna, M., y Tirado, R. (2005). Modos de toma de decisiones en las asociaciones y desempeño político. *Revista Mexicana de*

Ciencias Políticas y Sociales, Vol. XLVII (193). 57- 74.

- Maldovan, J. y Dzembrowski, N. (2011). Asociatividad y Trabajo: Una comparación de casos entre cooperativas provenientes de recuperación de empresas y cooperativas de recuperadores urbanos en el área metropolitana de Buenos Aires. *Nómadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. No. especial: América Latina. 1-20.
- Manzaneque, M., Priego, A., y Merino, E. (2016). Corporate governance effect on financial distress likelihood: Evidence from Spain. *Revista de Contabilidad*, Vol 19, (1). 111–121
- Martínez, J., Vaquero, L., Cuadrado, B. y García, I. (2015). El gobierno corporativo y la responsabilidad social corporativa en el sector bancario: el papel del consejo de administración. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 21. 129–138.
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (2015). *Informe del Ministerio de Finanzas*. Quito. 14 de Agosto de 2015. Recuperado el 05 de septiembre de 2015 de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/09/LOPEZ-ARGENTINA0000.pdf>
- Ministerio de Educación. (2014). *Informe de Rendición de Cuentas 2013*. Quito: Ministerio de Educación, 2014. 52 p.
- Ministerio de Finanzas. (2015). *Informe Viaje a Buenos Aires. III Reunión de Grupo Técnico Temático de Economía Social y Solidaria*. Recuperado el 14 de agosto del 2015 en <http://www.desarrollosocial.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/09/LOPEZ-ARGENTINA0000.pdf>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2013). *IEPS socializa Programa Hilando el Desarrollo*. Quito. 15 de Enero de 2013. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de <http://www.inclusion.gob.ec/ieps-socializa-programa-hilando-el-desarrollo/>.
- Morales, J. y Roura, P. (2007). *Importancia del Gobierno Corporativo en un mundo globalizado*. Horwath Castillo Miranda: Consultoría de Riesgo. p. 1-2.
- Movimiento Mujeres por la Vida. (2010). *Participación ciudadana en salud*. Quito: Imprenta Ultragraf.
- Muñoz, C. (2011). *Buen gobierno corporativo = competitividad. Lo que todo empresario debe conocer*. En: ESPAE. Octubre-Diciembre.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2004). *Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE*. París:

OCDE Publications.

- Proietti, R. (2008). *El buen gobierno corporativo reduce el riesgo de fraudes en empresas*. Temas y Debates. 33-35.
- Puentes, R., Velasco, M. y Vilar, J. (2009). El Buen Gobierno Corporativo en las Sociedades Cooperativas. Revesco: *Revista de Estudios Cooperativos*. No. 98. 118-140.
- Organización Internacional del Trabajo. (2002). *Recomendación 193 Organización Internacional del Trabajo*. Ginabra: Normas internacionales del trabajo y derechos humanos
- Rojas, J., Bastidas, O., Gómez, P., Isola, G., Martin, A.,; Peixoto, P., y Silva, J. (2007). *El paradigma cooperativo en la encrucijada del siglo XXI*. Québec: Université de Sherbrooke.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades
- Servera, D., Fayos, T., Arteaga, F., y Gallarza, M. (2012). *La motivación de compra de productos de comercio justo: propuesta de un índice de medición por diferencias sociodemográficas*. Cuadernos de Administración, Vol 25, (45). 63-80.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2014). *Serie Estudios sobre la economía popular y solidaria Contextos de la "Otra Economía"*. Quito: La Superintendencia, 2014. 83 p.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2016). *Rendición de Cuentas 2015*. Quito: La Superintendencia, 2016. 80 p.
- Sperber, D. (2008). *El Gobierno Corporativo ¿en el Ecuador?*. En: Universidad San Francisco de Quito.
- Szmulewicz, P., Gutiérrez, C., y Winkler, K. (2012). Asociatividad y Agroturismo. Evaluación de las habilidades asociativas en redes de agroturismo del sur de Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 21, (4). 1013-1034.
- Toro, C. y Ramírez, C. (2012). El Gobierno Corporativo en la Cooperativa de Trabajo Asociado. *Recuperar Cta. Entramado*, Vol. 8 (2). 94-104.

La competitividad de las empresas venezolanas de armadores atuneros ante la economía digital

Guerra, Wilfredo; Zavarce, Carlos

Recibido: 26-10-16 - Revisado: 25-11-16 - Aceptado: 15-02-17

Guerra, Wilfredo
Lcdo. en Administración. Magister en Informática. Magister en Informática
Magister en Finanzas. Dr. en Ciencias Sociales. Dr. en Gerencia.
Universidad Central de Venezuela, Venezuela.
wguerra65@gmail.com

Carlos Zavarce.
Lcdo. en Administración.
Magister en Informática.
Dr. en Ciencias Sociales.
Universidad Central de Venezuela, ucvpca@yahoo.com

La investigación persigue como objetivo formular lineamientos para el desarrollo de la concepción estratégica de las empresas venezolanas de armadores atuneros ante la Economía Digital. De ahí que, ésta se basó en un diseño de integración cuali-cuantitativa, desde la pertinencia de la investigación documental y de campo, para obtener información que permitiera el análisis de los factores tanto internos como externos inherentes a la competitividad de las empresas en cuestión. Asimismo, se aplicó un cuestionario para determinar su grado de preparación para la Economía Digital; y para establecer las condiciones de los cuatro pilares de éxito en esa Nueva Economía, esto es: liderazgo, modelo de negocios, capacidades y tecnología. De este modo, si bien se pudo constatar que las empresas de armadores atuneros poseen ventajas comparativas y competitivas atractivas, no están preparadas para acometer iniciativas de negocios digitales; lo que condujo a proponer una serie de lineamientos para la adopción de una nueva concepción estratégica que les permita desarrollar una filosofía empresarial digital de cara a la competitividad del mercado nacional e internacional.

Palabras clave: Competitividad; economía digital; concepción estratégica; ventajas competitivas.

RESUMEN

This research aims at formulating guidelines for implementing a strategic conception in tuna-vessel Venezuelan companies in the Digital Economy. The study focused on a qualitative-quantitative integration design, from the relevance of documentary and field research, to obtain information that would allow the analysis of both internal and external factors inherent in the competitiveness of such companies. Likewise, a questionnaire was applied to determine the degree of preparation for the Digital Economy, and to establish the conditions of the four pillars of success in that New Economy, that is: leadership, business model, capabilities and technology. This way, although it was found that tuna vessel owners have attractive comparative and competitive advantages, they are not prepared to undertake digital business initiatives; which led to propose a series of guidelines for the adoption of a new strategic conception that allowed them to develop a digital business philosophy for domestic and international market competitiveness.

Keywords: Competitiveness; digital economy; strategic conception; competitive advantages.

ABSTRACT

1. Introducción

Un nuevo escenario económico basado en la digitalización de la información está generando en las organizaciones profundas transformaciones a una velocidad vertiginosa, dando pie a cambios en las relaciones económicas que se traducen en nuevas formas de competir. En este escenario, se advierte el surgimiento de una gran revolución tecnológica que supera las revoluciones anteriores de la era industrial (Toffler, 1980). Se trata de las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), sustentadas en la multimedia interactiva y la denominada autopista de la información (Internet); que sirven de base a lo que se conoce hoy día como Nueva Economía o Economía Digital (Tapscott, 1997).

Para Joyanes (1997, p. 260), la Economía Digital se define como:

Una economía global cuyo soporte fundamental, la información, se ha convertido en digital. Los bits almacenados en las computadoras viajan a la velocidad de la luz a través de las redes, y merced al código binario que manejan las diferentes computadoras, la información y comunicación se convierten en ceros y uno, entendibles por todos ellos sea cual sea su posición física.

Consecuentemente, pero en un sentido estrictamente empresarial, Hartman y Sifonis (citados por Zerpa 2007, p. 118) definen el término como: “El campo de juego virtual en el que se

llevan a cabo los negocios, se crea y se intercambia valor, tienen lugar las transacciones y maduran una serie de relaciones de tipo 'uno a uno'..."

En suma, se puede definir la Nueva Economía o Economía Digital como el tipo de economía globalizada en la que la transmisión y recepción de bits de información permite que cualquier persona, natural o jurídica; ya sea física o virtual, tenga la posibilidad de interactuar en el nuevo mercado que está emergiendo de la convergencia entre informática (computadoras, servicios, software), comunicaciones (telefonía, cables, satélites, telefonía móvil) y contenido (proveedores de información).

En efecto, ante el surgimiento de la economía digital, los mercados adquieren una dimensión global, y las organizaciones trabajan en tiempo real superando las barreras geográficas y temporales¹. En este ámbito, se ha intensificado la competencia en todos los sectores productivos y están apareciendo empresas cuyas acciones apuntan al mejoramiento continuo de sus negocios para lanzar productos y servicios innovadores; poniendo en peligro aquellos modelos de negocios amparados en sus fortalezas tradicionales.

Así pues, en la economía digital, mejorar continuamente por medio de la innovación se traduce en la única fuente de ventaja competitiva². De allí que, mejora continua significa cómo usar las nuevas tecnologías para optimizar las comunicaciones en un entorno donde cada día las empresas deben estar listas para reaccionar adecuadamente al cambio y a la necesidad de crecimiento constante.

En ese ámbito global e interconectado, la importancia de las estrategias dirigidas a mejorar el desempeño productivo y

¹ Con Internet, por ejemplo, las barreras temporales y espaciales se desdibujan, convirtiendo al mundo en una *Gran Aldea Global*, tal y como había vaticinado, a finales de los sesenta y principio de los setenta, el sociólogo canadiense Marshall McLuhan. Este insigne escritor, acuñó el término *Aldea Global* para describir la interconectividad humana a escala global por los medios electrónicos.

² El término ventaja competitiva fue popularizado por Porter (1980), y desde entonces ha ido enriqueciéndose, paralelamente al concepto de estrategia, con diversas aportaciones que han recogido las transformaciones y cambios vividos por las empresas en los mercados. Véase a Porter, M. (1999). *La ventaja competitiva de las naciones*. Editorial Vergara, Buenos Aires. La obra original, *The competitive advantage of nations*, fue publicada por The Free Press en 1990.

competitivo surge tanto de la necesidad general de hacer un mejor uso de la innovación tecnológica para impulsar el crecimiento económico, como de los obstáculos que enfrentan las empresas para alcanzar altos niveles de competitividad. De esta manera, un propósito estratégico central lo constituye la emergencia de un nuevo liderazgo que cuente con las destrezas y capacidades tecnológicas e innovativas precisas para el desarrollo de nuevos modelos de negocios que, en conjunto, permitan aprovechar las oportunidades que ofrece la Economía Digital (Hartman y Sifonis 2000)

Desde el contexto planteado, las empresas del sector atunero mundial, liderizado por los países desarrollados, y emergentes del sudeste asiático, han reaccionado instantánea y eficazmente a los sucesos del mundo en una extensa diversidad de áreas gracias a la Red de comunicación que abarca todo el planeta, incorporando prácticamente todo tipo de TICs como parte fundamental de sus procesos de mejora continua en su integración: producción de la flota, industria transformadora y distribución-comercialización del producto; manifestándose así un direccionamiento estratégico del sector hacia la generación de clientes satisfechos y relaciones de negocios innovadoras y duraderas. De esta manera, existe en este negocio una tendencia clara que apunta hacia la modificación de las reglas tradicionales de conducir sus empresas para mejorar los resultados continuamente, de cara hacia una economía global, interconectada en Red (Giménez, 2010).

A pesar de las tendencias mundiales, el sector atunero venezolano presenta una gran paradoja ya que, aún cuando está integrado por unidades productoras con presencia internacional, no está alineando sus estrategias a la par de sus competidores con la incorporación de la nueva tecnología para optimizar las comunicaciones, mejorar sus canales de distribución y venta, e incursionar en nuevos mercados. Es decir, se mantiene sujeto a sus fortalezas tradicionales para conducir sus negocios que por cierto no son nada despreciables pero obviamente imposibilitan la obtención de beneficios reales para mejorar en el tiempo sus ventajas competitivas. Esto se traduce en un enorme desafío, sobre todo por la competencia implacable que se lleva a cabo en el mercado global del atún.

Para efectos de esta investigación, se aborda como caso representativo de estudio el sector de empresas de armadores atuneros del Estado Sucre³, debido a que en esta zona del País se encuentran diecisiete (17) de las veinticinco (25) empresas poseedoras de flota. La misma pretende formular lineamientos a ser considerados en el desarrollo de la concepción estratégica, que debe necesariamente articularse en torno al liderazgo, capacidades, modelo de negocio y tecnología para que las empresas en referencia se preparen y sean competitivas ante la economía digital.

2. Metodología

De acuerdo a los objetivos de la investigación se utilizó una estrategia multi-método de integración cuali-cuantitativa (Balestrini, 2005), desde la pertinencia de la investigación documental y de campo.

Así pues, se recurrió en una primera instancia a la obtención y revisión exhaustiva de información que se obtuvo de libros, folletos, publicaciones periódicas, conferencias, seminarios, directorios Web; y de documentos y base de datos nacionales e internacionales, facilitados por las instituciones gremiales vinculadas al sector atunero como es el caso de FUNDATUN, AVATUN y Cámara de Comercio Industria y Producción de Cumaná. De igual manera, se obtuvo información de las instituciones públicas que regulan la actividad pesquera en Venezuela como: el Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras, el Instituto Socialista de la Pesca y Acuicultura (INSOPESCA); así como la divulgada por otros entes y actores claves del sector industrial atunero

En el orden establecido, se realizaron reuniones de trabajo y entrevistas con los presidentes y directores ejecutivos de las instituciones anteriormente señaladas, expertos en competitividad empresarial del sector atunero, investigadores con líneas de investigación en Economía Digital, armadores y personal directivo, con el propósito de obtener información de primera línea que permitiera un mayor análisis sobre aquellos factores que pudieran afectar la competitividad de las empresas de armadores atuneros de cara a su inserción en la Nueva Economía.

³ Por armadores atuneros se entiende aquellas personas dueñas de embarcaciones (flota) para la pesca de túnidos.

Atendiendo a una categorización establecida por el autor para localizar geográficamente las diferentes sedes administrativas y operativas de los armadores atuneros se configuraron siete (07) grupos empresariales, tal y como se puede apreciar en el cuadro 1.

Cuadro 1
Empresas/Grupo empresarial/Flota Atunera

Empresas de Cumaná-estado Sucre	Grupo empresarial	Cerqueros
Pesquera Caroní, C.A.	PINTO	Caroni II
Pesquera Amazonas, C.A.		Amazonas
Pesquera Pezatum, C.A.		Canaima
Pesquera Ventuari, C.A.		Ventuari
Pesquera Orinoco, C.A.		Orinoco II
Pesquera Cuyuni, C.A.		Cuyuni
Cannavo, S.A.	CANNAVO	Marinero Sea royal
Corporación Atunera, S.A	NATOLI	Taurus tuna
Inv. Nav. Condesa de los Mares		Los roques
Inatunca		Taurus I
Fipaca	FIPACA	Rocinante Guayacan
Inti, C.A.	INTI, C.A	Inti
Agrícola la Providencia	FEXTUN	Daniela F Athena F
Empresas de Cumaná-Edo. Sucre		Cañeros
Pedaveca, C.A	FIPACA	Macuro
Fipaca		Dulcinea
		De la mancha
		Pericantar
		Guirintal
		Tunantal
Tunapuy		
Linda rose, C.A.	INTI, C.A	Linda Rose
Cannavo, S.A.	CANNAVO	Santa Rita
Inatunca		Santa maría II
Tunapan Pacifico	NATOLI	Taurus
Ann Mary, S.A	ANN MARY, S.A	Audace Ann Mary

Nota: Es importante aclarar que cada embarcación cerquera o cañera viene a ser una corporación o empresa. Esto es así por dos razones fundamentales: la primera razón responde a lo financiero; es decir, cada nave conforma un capital por demás importante, cuya magnitud oscila entre los 15 y 20 millones de dólares aproximadamente. La segunda razón es legal a los efectos internacionales puesto que ante la posibilidad de demandas o penalizaciones en altamar a puertos foráneos, la acción recae contra la empresa que representa a la embarcación y no sobre la totalidad de la flota que pueda poseer el armador en un momento dado.

Fuente: Elaboración propia, basada en directorio de la flota atunera, de la Asociación Venezolana de Armadores Atuneros (AVATUN). Cumaná - Estado Sucre y de FUNDATUN. Flota atunera venezolana. http://www.fundatun.com/flota_atunera.htm.

Adicionalmente, se aplicó una encuesta al personal gerencial de los grupos empresariales mencionados, a través de un cuestionario de 57 ítems, tipo *Likert*, con escala de 1 a 5, denominada Tabla Completa de Preparación para la Red, propuesto por Hartman y Sifonis (2000); según la cual, proporciona el *Score Net Ready*, que mide el grado de preparación para la economía digital, y los resultados comparativos con las mejores prácticas de las empresas del ramo a nivel mundial en relación con el liderazgo, modelo empresarial, capacidades y tecnología; todo ello en forma tabulada y gráfica. La ampliación de esta información, se obtuvo mediante entrevistas no estructuradas sostenidas con los armadores y el personal gerencial de cada institución. Así, se aplicaron los instrumentos y luego las respuestas obtenidas se introdujeron en el software *Net Readdiness Scorecard de Cisco Systems*.

De manera explícita en el cuadro 2 se pueden visualizar las técnicas, instrumentos y procedimientos que se consideraron más apropiadas para la recolección de la información. De igual manera, se muestran los aspectos a estudiar que orientaron el uso de estos métodos, de conformidad con el objetivo central de esta investigación.

Cuadro 2

Técnicas de recolección de información/Instrumentos/Procedimientos

Aspectos a estudiar	Técnicas/ Instrumentos/ Procedimientos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinación del grado de preparación para la economía digital que tienen las empresas de armadores atuneros. ▪ Determinación el grado de incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en las empresas de armadores atuneros. ▪ Caracterización del estilo de liderazgo presente en la conducción de las empresas de armadores del sector atunero, y la visión existente ante las exigencias y oportunidades que implican los negocios en la economía Digital ▪ Caracterización de las capacidades existentes y necesarias en las empresas de armadores atuneros para aprovechar las oportunidades que el entorno ofrece en la economía digital. ▪ Análisis del modelo de negocio presente y requerido por las empresas de armadores atuneros ante la economía digital. 	<p><u>Técnicas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación documental. ▪ Observación participante ▪ Entrevista ▪ Encuesta <p><u>Instrumentos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Textos ▪ Publicaciones periódicas ▪ Eventos (seminarios, conferencias, etc.) ▪ Directorios Web. ▪ Documentos varios. ▪ Formatos entrevista no estructurada. ▪ Cuestionario estandarizado de preparación para la Red/ Índice Score Net Ready <p><u>Procedimientos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grabación de entrevistas. ▪ Grabación de reuniones de trabajo ▪ Videos ▪ Apuntes. ▪ Tabulación de datos.

Fuente: Elaboración propia

3. Resultados

El análisis diagnóstico realizado permitió aducir, en una primera instancia, que las empresas en cuestión son unidades que representan un sector clave de suma importancia económica, estratégica y social para el país, si se toma en cuenta su condición de garantes de la seguridad alimentaria, el empleo que genera, los derechos históricos por presencia de flota en zonas de alta mar, que data de algo más de 25 años, capacidad exportadora y la generación de divisas. En este orden, presentan algunas ventajas comparativas interesantes, desde la perspectiva del marco regulatorio nacional e internacional que le otorga importancia estratégica a la actividad, la ubicación geográfica del País, el talento humano empleado, las instalaciones portuarias, y de servicios, de apoyo a las actividades de captura y procesamiento, la presencia de instituciones científico-educativas e iniciativas del gobierno en materia de inserción de las TICs en el sector productivo.

Asimismo, el análisis da cuenta que las empresas del sector poseen ventajas competitivas como el aprovechamiento de TICs en los procesos administrativos de las empresas, la propensión positiva del talento humano para el entrenamiento y el aprendizaje en el uso y adopción de las TICs, las políticas de inversión y financiamiento en instalaciones y edificaciones, el desarrollo de una flota especializada, la calidad reconocida del producto y el conocimiento de los competidores.

No obstante, cabe señalar que la presencia de ventajas comparativas y competitivas no es garantía de éxito en la economía digital, ya que existen debilidades y dificultades que amenazan su competitividad en el mercado global del atún, y que se manifiestan tanto en lo externo como en lo interno de sus estructuras organizacionales.

En cuanto a lo externo, el sector ha tenido que afrontar una serie de problemas estructurales y coyunturales que se presentan en su actividad productiva, y que inciden en el desarrollo de la misma. Así, los problemas macroeconómicos, las barreras para-arancelarias, las condiciones de deterioro en puertos y frigoríficos, los productos sustitutos, y nuevos competidores, son algunas dificultades que reducen las posibilidades de desarrollar sostenidamente la industria atunera.

En relación con lo interno de las organizaciones en cuestión, las debilidades no son menos importantes, ya que predominan en ellas estructuras organizacionales tradicionales, jerárquicas y con

relaciones rígidas que obstruyen la implantación de una filosofía empresarial digital en la definición de la visión, la misión, las políticas, los valores y las estrategias. Estos aspectos de importancia medular en la investigación son tratados a continuación.

3.1 Las empresas de armadores atuneros y su preparación para la economía digital

De acuerdo a los valores obtenidos, se procedió en primera instancia a calcular el coeficiente de inteligencia para la red de cada empresa estudiada. Seguidamente, se procedió a estimar la media obtenida en la muestra; y todo ello indicó el nivel de preparación para la economía digital del sector. En el cuadro 3 se pueden visualizar las escalas de preparación.

Cuadro 3
Nivel de preparación para la economía digital

Valor entre...		Interpretación
0 y 128		La organización no se preocupa por los negocios electrónicos. Se necesita replantear el conocimiento sobre la red y su propio rol en ella.
129 y 171		La organización conoce lo que es la red, pero no está muy preparada. Se hace necesario un replanteamiento de los esfuerzos en el aprovechamiento de las tecnologías de la información y comunicación e iniciativas de negocios en la red
172 y 214	Posicionamiento	En esta categoría, la organización muestra un nivel de conocimiento superior al promedio, en relación a las cuestiones y el vocabulario de la preparación para la red.
215 y 256	Agnósticos de la red	El nivel de preparación para la red que muestra la organización es alto, pero probablemente existan algunas carencias en los componentes del liderazgo.
Más de 257	Conocedores de la red	La organización muestra una excelente preparación para la red. Es factible que los esfuerzos en el aprovechamiento de las Tecnologías de la información y comunicación, en especial de la red, estén dando los resultados que exige la nueva economía.

Fuente: Adaptación, siguiendo a Hartman y Sifonis (2000). Net Ready. Estrategias para el éxito en la nueva economía (ps. 35-36).

Así, atendiendo al Cuadro 4, las puntuaciones obtenidas por los grupos de empresas son las siguientes:

Cuadro 4
Resultados de las empresas de armadores atuneros

Grupo empresarial	Puntaje obtenido	Posicionamiento
AVECAISA	218	Líderes en la red
FIPACA	174	Expertos en la red
CANNAVO	186	Expertos en la red
FEXTUN	187	Expertos en la red
INTI, C.A	179	Expertos en la red
NATOLI	147	Conocedores de la red
ANN MARY, S.A	130	Conocedores de la red
Sector en estudio	174	Expertos en la red

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados AVECAISA obtuvo un puntaje de líder de la red, siendo el más alto del sector estudiado; lo que significa que todos los actores entrevistados en la organización están conscientes de las enormes oportunidades que ofrecen las nuevas TICs para competir exitosamente.

Obsérvese en el referido cuadro que, cuatro empresas se encuentran en el nivel de expertos, lo cual quiere decir que poseen un conocimiento promedio de los beneficios que ofrece la Red. Sin embargo, el reto es detectar dónde están las debilidades y minimizarlas rápidamente para alcanzar niveles de preparación acordes con las exigencias de la economía digital.

En el orden establecido, dos empresas se ubican en el nivel de conocedores de la red; lo que permite inferir que su mayor desafío se centra fundamentalmente en replantear sus planes estratégicos para involucrar el uso y adopción de las TICs, en especial Internet, como herramienta clave para el negocio.

La preparación para la economía digital, exige una concepción estratégica articulada en torno a tecnología, liderazgo, capacidades y modelo empresarial. En tal sentido, es necesario determinar las fortalezas o debilidades que tiene cada empresa atunera frente a

esos cuatro pilares fundamentales del éxito para la competitividad.

3.2 Las empresas de armadores atuneros y los cuatro pilares de éxito en la economía digital: Liderazgo, modelo de negocios, capacidades y tecnología

Para poder determinar las condiciones que las empresas objeto de estudio presentan en cada pilar, la información recolectada fue debidamente procesada de manera independiente para cada una ellas, e introducida en el software *Net Readiness Scorecard* de Cisco Systems. Los resultados se presentan resumidamente en el cuadro 5.

Cuadro 5
Resultados por empresas de armadores atuneros

Grupo empresarial	Score	Tecnología	Liderazgo	Capacidades	Modelo empresarial
FEXTUN	187	3,31	3,33	3,60	2,86
FIPACA	174	3,00	2,87	3,60	2,71
AVECAISA	218	3,85	4,00	3,67	3,79
NATOLI	147	2,67	2,27	3,13	2,29
ANN MARY SA	130	1,85	2,28	2,80	2,43
CANNAVO	186	3,15	3,13	3,67	3,07
INTI,C.A	179	3,08	3,53	3,13	2,79
SECTOR	174	2,98	3,06	3,37	2,85

Fuente: Elaboración propia

Seguidamente, los valores arrojados por las empresas del sector en estudio, atendiendo a los cuatro pilares, también fueron comparados gráficamente con las mejores en el ramo a nivel mundial. En promedio, los resultados se pueden visualizar en el gráfico 1.

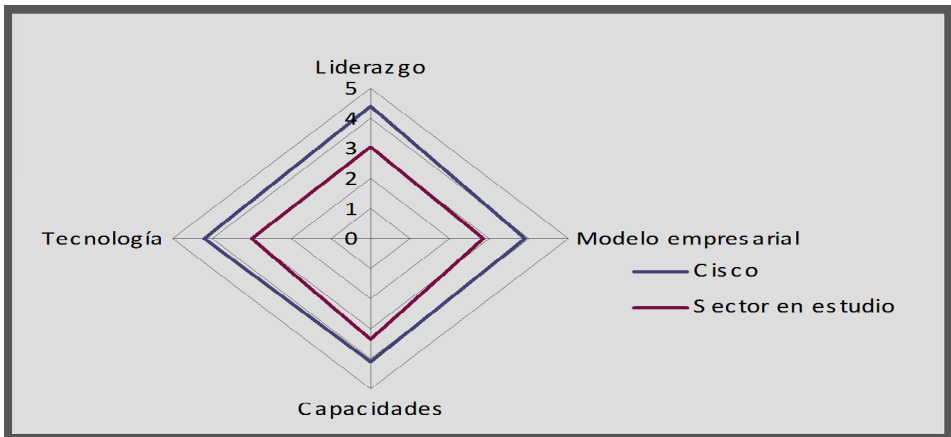


Gráfico 1. Empresas de armadores atuneros con las mejores a nivel mundial. Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6

Empresas de armadores atuneros con las mejores a nivel mundial

	Liderazgo	Modelo empresarial	Capacidades	Tecnología
Cisco	4,4	3,9	4,1	4,2
Sector en estudio	3,06	2,85	3,37	2,98

Fuente: Elaboración propia

El gráfico anterior permite visualizar la situación del sector en estudio, en comparación con las mejores prácticas a nivel mundial según Cisco Systems. Allí, se puede notar en una primera aproximación, que el sector muestra serias deficiencias en su modelo de negocio, una posición relativa de fortaleza en competencias organizacionales, mientras que la tecnología y, en especial, el liderazgo deben ser sometidos a revisión para mejorar su posicionamiento competitivo en la economía digital.

Para darle mayor fundamentación al análisis, la investigación también se apoyó en el diseño de una escala de conversión para motivar la decisión gerencial de cada empresa frente a la Economía Digital. En ésta se establece como condición que todo resultado inferior al puntaje de Cisco Systems es considerado como debilidad.

Las diferentes escalas están representadas en el cuadro 6, que se muestra a continuación:

Cuadro 7
Nivel de debilidad frente a la economía digital

Escala	Situación de debilidad	Descripción
0 – 2.5	Debilidad muy alta	La empresa no se preocupa por los negocios electrónicos. Necesita conocer la red y su propio papel en ella.
2.6 – 3.0	Debilidad alta	La empresa conoce lo que es la red, pero no está preparada. Es necesario realizar un trabajo básico de mejora en la preparación.
3.1 – 3.5	Debilidad media	Presenta conocimientos superiores al promedio acerca de cuestiones y vocabulario de preparación para la red. Pero debe estar siempre alerta a los cambios y mejoras continuas.
3.6 – 4.0	Debilidad baja	La preparación para la red es alta pero faltan algunos detalles importantes, como comunicación hacia los clientes.
4.1 - más	Debilidad muy baja	La empresa tiene excelente preparación para la red. Debe mantenerse y seguir capacitándose

Fuente: Adaptación, siguiendo a Hartman y Sifonis (2000). *Net Ready. Estrategias para el Éxito en la Nueva Economía.*

Combinando los resultados de las empresas, y los del sector como un todo, con los parámetros establecidos en el cuadro 7, se procedió a construir las puntuaciones de los cuatro pilares fundamentales por separado para visualizar las debilidades que dichas organizaciones poseen frente a la economía digital.

De acuerdo a lo anterior, en el cuadro 8 se pueden observar los siguientes resultados en torno al pilar liderazgo:

Cuadro 8

Nivel de debilidad frente a la economía digital puntuaciones de las empresas de armadores atuneros (Pilar: Liderazgo)

Liderazgo			
Grupo empresarial	Puntaje obtenido	Puntaje Cisco Systems	Nivel de debilidad
AVECAISA	4,00	4,4	Debilidad baja
FIPACA	2,87	4,4	Debilidad alta
CANNAVO	3,13	4,4	Debilidad media
FEXTUN	3,33	4,4	Debilidad media
INTI, C.A	3,53	4,4	Debilidad media
NATOLI	2,27	4,4	Debilidad muy alta
ANN MARY, S.A	2,28	4,4	Debilidad muy alta
Sector en Estudio	3,06	4,4	Debilidad alta

Fuente: Elaboración propia

Se puede evidenciar que el liderazgo de organizaciones como AVECAISA está preparado para para incursionar en la Economía Digital, mientras que el liderazgo de otras organizaciones como FEXTUN e INTI, C.A deben estar alerta ante los nuevos cambios derivados de las TICs. Asimismo, los líderes de las empresas con menor puntaje deberán motivarse en la conducción del uso masivo de las nuevas tecnologías; y esto, obviamente, implica que deberán invertir recursos financieros, técnicos y humanos para competir exitosamente como sector ante las mejores prácticas mundiales que exige la nueva economía.

Al contrastar los resultados anteriores con entrevistas realizadas a expertos del ámbito atunero se pueden evidenciar a nivel del sector, notables debilidades en torno al estilo de liderazgo presente para adecuarse a las exigencias y oportunidades que implican los negocios en la Economía Digital. En este sentido se pueden señalar las siguientes debilidades:

- Los líderes del sector de armadores atuneros tienen a su cargo a un grupo de personas pero la relación entre ellos se basa en el excesivo control y supervisión, sin dar oportunidad al equipo de demostrar sus capacidades, esto se convierte en una debilidad importante a tomar en cuenta ya que al existir una carencia de liderazgo participativo no

se permite una efectiva retroalimentación de los intereses propios ni la participación de todo el equipo dirigidas a alcanzar los objetivos trazados.

- Existe una ausencia de planes de carrera para avanzar en los niveles jerárquicos de la organización, siendo el liderazgo centralizado a nivel del armador que en la mayoría de los casos viene a ser el padre o hijos del grupo familiar.
- Se evidencian fallas en la comunicación, por lo que no se consideran las opiniones de los subordinados en la toma de decisiones gerencial (se hace lo que dice el armador), creando resentimiento y poca motivación hacia la cultura organizacional.
- Existe una ausencia de un liderazgo gerencial proactivo, estratega, visionario, participativo, creativo, donde se carece de los conocimientos administrativos acordes con las nuevas realidades que impone el mundo globalizado.

Lo anterior permite inferir, que el liderazgo del sector carece de una concepción estratégica bien definida, que esté divulgada en los trabajadores y permita concentrar esfuerzos en la consecución de los objetivos y metas estratégicas de la organización. En tal sentido, los líderes no movilizan y despliegan proyectos bajo un plan organizado de secuencia de objetivos y prioridades de ejecución; y en consecuencia, no logran difundir correctamente a sus seguidores el plan estratégico asertivo para el logro de los objetivos (Plaza, 2004).

En cuanto al pilar modelo de negocios, los resultados del cuadro 9 muestran que AVECAISA mantiene su posicionamiento competitivo en este pilar. Mantiene su modelo de negocios tradicional pero también ha puesto especial énfasis en una estrategia de negocios flexible y clara respecto al *e-business* o negocio electrónico como suministrador de valor, y de allí la identificación con estas iniciativas, propiciando su desarrollo dentro de la organización.

En líneas generales los resultados arrojados indican que el resto de las empresas tienen un reto que superar. Un cambio en este tipo de organizaciones genera un impacto en el mercado puesto que es éste el que finalmente percibe el resultado de estrategias que bien pueda favorecerlo o no.

Cuadro 9

Nivel de debilidad frente a la economía digital. Puntuaciones de las empresas de armadores atuneros (Pilar: Modelo de negocios)

Modelo de negocios			
Grupo empresarial	Puntaje obtenido	Puntaje Cisco Systems	Nivel de debilidad
AVECAISA	3,79	3,9	Debilidad baja
FIPACA	2,71	3,9	Debilidad alta
CANNAVO	3,07	3,9	Debilidad media
FEXTUN	2,86	3,9	Debilidad alta
INTI, C.A	2,79	3,9	Debilidad alta
NATOLI	2,29	3,9	Debilidad muy alta
ANN MARY, S.A	2,43	3,9	Debilidad muy alta
Sector en Estudio	2,85	3,9	Debilidad alta

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el referido cuadro, el sector está en la escala de debilidad alta, las empresas saben qué es la red pero no están preparadas para alinearla a sus estrategias de negocios; por lo que resulta imperativo llevar a cabo un trabajo básico en la estructura de negocios que admita iniciativas estratégicas que propugnen la gestión eficiente, la velocidad, la innovación y la creación de un nuevo valor en las empresas atuneras.

En la entrevista realizada a los gerentes de las empresas en cuestión, se desprende que éstas poseen una estructura rígida en sus relaciones jerárquicas y una economía interna tradicional. Ello representa una debilidad importante, ya que no cuentan con una estructura adecuada que le permita implementar estrategias flexibles de adaptación a los cambios. En este orden, otros aspectos como el control, la responsabilidad y la autoridad, no están bien definidos, limitando la interrelación entre ellos, dificultando la sinergia entre la visión de negocios digitales que algunas empresas manejan y el logro de los objetivos relacionados. El resultado de estos últimos no puede ser medido porque no cuentan con los mecanismos de supervisión para evaluar las variables críticas de las iniciativas *e-business*. De igual manera, carecen de modelos de financiamiento que contemple la planificación de la inversión para desarrollar nuevos modelos de negocios enmarcados en la economía digital, así como del mantenimiento, actualización y

mejoras que el nuevo escenario global exige.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el pilar capacidades, mostrados en el cuadro 10, el sector está en la escala de debilidad media. Presenta conocimientos superiores acerca de cuestiones relativas a la preparación para la economía digital pero debe aunar mayores esfuerzos para capacitar a su talento humano de tal forma que este desarrolle habilidades y destrezas, técnicas y operativas, para responder efectivamente a los cambios que suceden en su entorno, explote los recursos y oportunidades disponibles, y se adapte a las nuevas realidades, signadas por la complejidad que resulta de los cambios económicos, tecnológicos, políticos y sociales.

Cuadro 10

Nivel de debilidad frente a la economía digital. puntuaciones de las empresas de armadores atuneros (Pilar: Capacidades)

Capacidades			
Grupo empresarial	Puntaje obtenido	Puntaje Cisco Systems	Nivel de debilidad
AVECAISA	3,67	4,1	Debilidad baja
FIPACA	3,60	4,1	Debilidad baja
CANNAVO	3,67	4,1	Debilidad baja
FEXTUN	3,60	4,1	Debilidad baja
INTI, C.A	3,13	4,1	Debilidad media
NATOLI	3,13	4,1	Debilidad media
ANN MARY, S.A	2,80	4,1	Debilidad alta
Sector en estudio	3,37	4,1	Debilidad media

Fuente: Elaboración propia

Para respaldar lo anterior, la fuente entrevistada señaló asimismo que las capacidades de las empresas se ven afectadas al no poseer una estructura que le permita responder oportunamente a los cambios que se presentan en el mercado nacional y mundial del atún. Específicamente, en aspectos como la conectividad, las empresas atuneras también se ven afectadas al no contar con las habilidades y destrezas técnicas, ni con la infraestructura tecnológica, necesarias para el intercambio de información en tiempo real acerca de los desarrollos que se producen dentro y

fuera de ellas, así como para enfrentar los retos y desafíos de la complejidad comprendida en el entorno global que supone la transformación de las organizaciones.

En relación al pilar tecnología, el cuadro 11 permite visualizar que el sector está en la escala de debilidad alta. Aunque conoce lo que es la red, no está preparado ya que carece de una arquitectura robusta y completa, que le permita adquirir, desarrollar y ejecutar con rapidez las aplicaciones de las TICs para aprovechar las oportunidades emergentes.

Cuadro 11

Nivel de debilidad frente a la economía digital. puntuaciones de las empresas de armadores atuneros (Pilar: Tecnología)

Tecnología			
Grupo empresarial	Puntaje obtenido	Puntaje Cisco Systems	Nivel de debilidad
AVECAISA	3,85	4,2	Debilidad baja
FIPACA	3,00	4,2	Debilidad alta
CANNAVO	3,15	4,2	Debilidad media
FEXTUN	3,31	4,2	Debilidad media
INTI, C.A	3,08	4,2	Debilidad alta
NATOLI	2,67	4,2	Debilidad alta
ANN MARY, S.A	1,85	4,2	Debilidad muy alta
Sector en estudio	2,98	4,2	Debilidad alta

Fuente: Elaboración propia

Los resultados indican la necesidad urgente de dotación de una plataforma tecnológica flexible por parte de las empresas del sector en estudio, sobre todo en los casos en que el desfase se revela más importante.

Los gerentes entrevistados en el ámbito del negocio, aseveran que la inflexibilidad manifiesta en la infraestructura tecnológica de las empresas de armadores atuneros representa una seria debilidad. Esto es contraproducente en la economía digital ya que las innovaciones son tan aceleradas que pueden desestabilizar y hasta derrumbar a las más sólidas compañías que pretendan seguir aferradas a lo tradicional. Hartman y Sifonis (2000: xxvii), sustentan esta situación cuando plantean que, en ese contexto económico, "...deben realizarse cambios e introducirse nuevas

tecnologías y soluciones de negocio cada seis a nueve meses”, ya que cualquier ventaja es más difícil de mantener porque las tecnologías y aplicaciones Internet son, en su mayoría, más fáciles de desarrollar, usar y duplicar.

En general, los resultados analizados confirman que el uso y adopción de las nuevas TICs para apoyar los procesos de negocios en las empresas del sector estudiado es percibido por los gerentes encuestados como positiva. Sin embargo, los retos y desafíos son muchos. Es evidente que cada empresa tiene sus debilidades en diferente grado, pero lo más importante es que cada una promueva cambios en sus procesos medulares para minimizarlas.

Aunque el coeficiente de inteligencia de preparación para la economía digital del sector es de 174 puntos, el cual corresponde al posicionamiento de expertos en la red, en los resultados del nivel de debilidad frente a la red, atendiendo a los cuatro pilares, se evidencia que se debe seguir trabajando para minimizar las debilidades. Sobre todo en cuanto a modelo de negocios y tecnología, donde el sector posee una debilidad alta.

Es importante considerar que la sola fortaleza en uno o dos pilares no es suficiente para considerar que las empresas estén preparadas para la economía digital. En tal sentido, deben confluír los cuatro aspectos de liderazgo, modelo empresarial, capacidades y tecnologías; y las organizaciones deben reajustar sus prioridades, sin ignorar por supuesto las cuestiones tecnológicas.

Por todo lo anterior se hace insoslayable que el sector se provea de una concepción estratégica, que necesariamente se articule en torno a los cuatro pilares de éxito analizados, para su transformación e inserción en la economía digital.

3.3 Lineamientos para el desarrollo de la concepción estratégica de las empresas venezolanas de armadores atuneros ante la economía digital

Como resultado del análisis precedente, se considera conveniente que las empresas venezolanas de armadores atuneros tomen en cuenta una serie de lineamientos estratégicos que se puedan adaptar al contexto específico de operaciones del sector, y que sirvan de referente para mejorar continuamente su productividad y competitividad. Estos se enuncian a continuación:

a. Desarrollo de un liderazgo con visión empresarial digital.

Las empresas en la actualidad se enfrentan al reto de sobrevivir en un entorno digitalizado, donde el aumento de competidores, el acceso a nuevos mercados, la robotización y automatización de los procesos y el surgimiento de la sociedad de la información hacen que los líderes empresariales enfoquen sus esfuerzos en redefinir una visión de futuro que los fortalezca a lo interno y externo ante la era digital (Leer, 2000).

De la información que se pudo obtener se evidencia que uno de los problemas medulares que presentan las empresas venezolanas de armadores atuneros para aprovechar las oportunidades de la economía digital radica en la visión que tienen los dueños y altos directivos. Se manifiesta en ellos la resistencia al cambio, lo que los lleva a no alinear las nuevas tecnologías a sus negocios que han sido manejados hasta la actualidad bajo el predominio de esquemas tradicionales.

Los elementos que constituyen un liderazgo con filosofía empresarial digital son los siguientes:

- Los líderes deben pensar en términos e-conómicos, como motores de cambio y de innovación, como facilitadores de las TICs y arbitro en los conflictos internos (Gómez, 2003). En este sentido, se debe formular el pensamiento estratégico que ha de posicionarse en la mente de cada integrante de la organización, de tal forma que la institución pueda ser optimizada al máximo cuando desarrolle sus actividades acorde a los métodos modernos de gestión como una organización inteligente que aprende a aprender. Desde este punto de vista, los líderes de las empresas atuneras, deben materializar su pensamiento estratégico a través de la integración y sincronización de las acciones claves para orientar el desenvolvimiento de sus empresas hacia la consecución de un objetivo estratégico y, por ende, hacia el cumplimiento de su visión y misión institucional, desde la perspectiva del nuevo mundo digital.
- El pensamiento estratégico, de acuerdo a Omaha (2004), entonces debe ser compartido por todo los miembros de la organización, para ello es impostergable el ascenso de un liderazgo que sea también capaz de realizar los cambios que

se requieren para modificar las estructuras administrativas pasándolas de rígidas a flexibles, transformándolas en innovadoras, dinámicas, interpretadoras de su rol ante las exigencias de su entorno. Desde esta perspectiva, las empresas venezolanas de armadores atuneros deben considerar el cambio de cultura como proceso continuo de aprendizaje centrado en las personas. Para ello es necesario que el líder de estas empresas se preocupe seriamente en transmitir, a través de una efectiva comunicación, los valores y la misión de la organización.

- El reto para el liderazgo de las empresas venezolanas de armadores atuneros al desarrollar la visión es pensar creativamente sobre cómo preparar la empresa para el futuro. En esto hay que tener especial criterio de amplitud, ya que se debe involucrar creativamente a todos los miembros de la organización para lograr la definición de una visión que incorpore elementos digitales como fuerza propulsora de cambios en el negocio para estratégicamente ser diferentes y competir con éxito.
- La visión ha de ser un pilar fundamental para construir la estrategia organizacional en la nueva empresa. La atención y dedicación que se otorgue a ésta optimizará el momento para el diseño y coadyuvará a cerrar la brecha digital en la organización. Asimismo establecerá las etapas para el tránsito hacia el futuro, las cuales es factible que varíen en nivel de complejidad. Con asignaciones de recursos financieros, tecnológicos y talento humano adecuados, la nueva empresa digital estaría en condiciones de mejorar continuamente sus capacidades en un contexto inteligente orientado a su crecimiento sostenible.
- Los valores de la nueva empresa digital son de gran relevancia cuando las condiciones del mercado son volátiles y las oportunidades abundan. Con ellos se proporciona direccionalidad para las decisiones que giran en torno al negocio. Los valores son los que deben guiar y evaluar la conducta cotidiana de todos para realizar la visión y misión.
- El liderazgo en las empresas del sector debe estar en sintonía con la formulación de una misión que muestre una

visión de futuro, en términos de qué quiere ser y a quién desea servir. La misión revela así, en forma clara y sencilla, el concepto de la organización, su principal producto o servicio, las necesidades principales del cliente a satisfacer y la arquitectura tecnológica de la empresa.

b. Desarrollo de modelos de negocios digitales:

- Como bien lo expresa Tapscott (2000, p.2) “Están surgiendo nuevos modelos empresariales y nuevas formas de crear riqueza. Son casi tan diferentes de la antigua empresa como lo fue la tienda feudal de artesanías de la economía agrícola”. En tal sentido, se deben implantar nuevas soluciones en plataformas y aplicaciones de comercio electrónico que mejoren su integración con los sistemas de información tradicionales, es decir, integrar las TICs y las prácticas tradicionales de negocios.
- El liderazgo es el eje fundamental, alrededor del cual gira la preparación para la economía digital. De allí la importancia de contar para la aplicación de los nuevos modelos de negocios digitales con un talento humano de negocios que tenga la curiosidad y confianza de abandonar los obsoletos modelos mentales y los antiguos paradigmas. Debe tener la capacidad de estar a la altura del ritmo y la dinámica planteada por las TICs, ya que características como agilidad, inmediatez e innovación técnica con conocimiento distinguirán a los ganadores. Se requiere pues, de individuos altamente efectivos que admitan la conformación de equipos de alto desempeño para la concreción de la empresa integrada que luego puede ampliarse hacia el exterior y concluir con el negocio interconectado en Red, utilizando la arquitectura tecnológica que incluye la multimedia personal, la computación en grupos de trabajo, la infoestructura empresarial, así como la computación interempresarial y la red, para generar el cambio empresarial digital
- Es importante que las empresas de armadores atuneros, cuenten con un modelo empresarial apoyado por una minuciosa planificación estratégica, una ejecución impecable y unas métricas adecuadas, ya que ofrecen

mayores posibilidades para obtener el éxito. En la economía digital, las estructuras organizacionales cambiaron y la incorporación de nuevas tecnologías ha generado la disminución de su tamaño facilitando el desarrollo de las funciones de control, responsabilidad y autoridad. Esta debe estar diseñada de tal manera que facilite la difusión a lo largo de toda la organización de la visión de e-business trazada para lograr que su talento humano se identifique e involucre en la consecución de la misma.

- c. Desarrollo de capacidades empresariales:
- El reto que tienen las empresas en la economía digital está asociado a la capacidad de moverse a la velocidad de la tecnología, deben promover nuevos conocimientos, actitudes y habilidades requeridas para asimilar y manipular los avances tecnológicos de manera compartida.
 - Las empresas de armadores atuneros deben contar con capacidad organizacional en cuanto a su estructura para responder dinámicamente a los cambios continuos que se presentan a nivel de sus clientes y proveedores desde el contexto del mercado nacional y global del atún.
 - La conectividad de las empresas en cuestión, centrada en el dominio de una arquitectura corporativa y tecnológica moderna, se hace necesaria para intercambiar información en tiempo real acerca de los desarrollos que se producen dentro y fuera de ellas.
 - Las empresas del sector deben realizar inversiones en capacitación del talento humano para contar con profesionales calificados que le permitan mantenerse en un mercado caracterizado por la globalización y la intensificación de la competencia en todos los sectores. Los continuos avances tecnológicos y la rapidez a la que se están produciendo los cambios en el entorno, obligan a un proceso de formación continua, de permanente actualización de sus conocimientos. Por esta vía, también es importante generar incentivos, propiciando un ambiente donde se valore y estimule la creatividad y el conocimiento.
- d. Desarrollo de tecnología:
- En cuanto a este aspecto es importante reiterar que no

todas las empresas atuneras cuentan con la suficiente plataforma tecnológica pero la velocidad de los acontecimientos del mundo de hoy sin duda las llevará a tener que implantarla y alinearla a sus procesos como estrategia. Obviamente, para alcanzar el nivel de dominio tecnológico, resulta obvio que se pasaría por un proceso de asimilación pero esto debe ser cuanto antes porque la competencia es feroz y la sociedad tiene una alta propensión a consumir productos inteligentes que de alguna u otra manera les confiere mayor calidad de vida. Sobre esta base, se presentan los siguientes lineamientos para alinear estas nuevas tecnologías en el proceso de toma de decisiones estratégicas.

- Las empresas de armadores atuneros deben implantar las decisiones de TICs e Internet en el proceso de planificación estratégica. Hablar de e-estrategias y de e-negocios es referirse al fenómeno de digitalización de la economía y la necesidad de comprender cómo estas nuevas tecnologías impactan en los determinantes de la estrategia y los factores de competitividad. Pero desarrollar estrategias Web, formular estrategias de uso y adopción de Internet o promover actividades en línea de manera aislada, sin tomar en cuenta el efecto ni los compromisos en la estrategia competitiva de la empresa o, lo que es peor, sin una estrategia corporativa, puede ser pernicioso para la posición competitiva.
- Las decisiones relacionadas a la inversión, puesta en marcha y desarrollo de proyectos en TICs deben ser ideadas por las empresas atuneras como decisiones de negocios. Sin duda, es responsabilidad de los armadores o representantes del negocio evaluar y decidir la incorporación de cualquier tecnología. Deben evaluar cómo las TICs pueden ayudar a mejorar la propuesta de valor de su empresa o a aumentar la facturación. Una vez desarrollada esta solución de negocio será responsabilidad de la gerencia de informática construir la mejor solución tecnológica que logre estos objetivos. Es importante advertir que se debería medir al área de TICs con indicadores de gestión que permitan evaluar su contribución a los resultados de la empresa.
- Se deben utilizar las TICs para desarrollar ventajas

competitivas sostenibles a través de la diferenciación y la eficiencia en costos. Una de las lecciones más valiosas es que la contribución de las TICs a la competitividad y productividad de las empresas depende de cómo sean utilizadas. Evaluar los proyectos que incluyen las nuevas tecnologías con una visión de negocio ayuda a garantizar mejoras de competitividad, pero es aún mejor desarrollar proyectos que explícitamente busquen el desarrollo de ventajas competitivas sustentables o el aumento de la productividad. Para asegurar su competitividad en el largo plazo las empresas de armadores atuneros deben operar a menor costo, logrando eficiencias operacionales y desarrollando propuestas de valor únicas. En esto, la Nueva Economía no se distingue de la economía tradicional.

- Es importante que las empresas sean cuidadosas al implementar soluciones integradas que incluyen mejores prácticas. Esto es así, porque el desarrollo de estrategias competitivas sostenibles exige que se desarrollen las actividades y/o prácticas de negocios de modo único, a objeto de escalar altas posibilidades de diferenciación de los competidores y ser capaces de ofrecer a los clientes una propuesta de valor única. Cuando se trata de estrategia competitiva es mejor contar con una buena práctica que permita diferenciarse, que compartir la mejor práctica con el resto de la industria.
- Tener presente que las eficiencias en costo realmente importantes se darán en el largo plazo. Internet le proporciona a las empresas la oportunidad de reducir costos al ser capaces de atender a sus clientes sin que estos tengan que acudir a sus oficinas. Asimismo, la experiencia vivida por los ejecutivos de negocios da cuenta que los costos de operaciones en línea son sensiblemente más bajos que los de operaciones tradicionales. Sin embargo, es prudente señalar que los reales beneficios se darán en el largo plazo, cuando efectivamente se produzcan las migraciones de clientes al ámbito virtual.
- Alinear la incorporación de TICs a las empresas como un gran proyecto de innovación. Toda inserción de tecnologías

en la empresa es un proceso de innovación, pero la adopción y uso de las nuevas tecnologías exige cambios en los procesos, en los equipos de trabajo, en sus habilidades y competencias, en las metas, en los sistemas de evaluación del desempeño, entre otros. Estos cambios son necesarios para asegurar la generación de beneficios realmente importantes, esto es, menores costos reales o ingresos adicionales. La brecha entre la velocidad para incorporar nuevas ideas y la velocidad con que evoluciona el potencial de las TICs genera un potencial de mejora extraordinario que las empresas deben ser capaces de aprovechar antes que la competencia.

- Gestionar el conocimiento. Hablar de innovación, liderazgo, competencias, modelos de negocios, ventajas competitivas, es hablar de gestión del conocimiento, pues la era de la información ha dado lugar a la del conocimiento. Las TICs y su incorporación en los procesos dan la oportunidad de adoptar prácticas de gerencia del conocimiento en las empresas; justamente, de eso se trata la inversión en este tipo de tecnología, por tal razón es importante dejar de pensar en ellas como herramientas de información para entenderlas como herramientas para el conocimiento.
- En el contexto del sector atunero como un todo, se requiere la implantación de una red interorganizacional de negocios electrónicos que se basen principalmente en la cooperación permanente para: reducir los costos de la cadena de suministros y responder con mayor rapidez a las demandas del mercado nacional e internacional, intercambiar información y experiencias, desarrollar sistemas de control de calidad y sistemas de información, promover iniciativas comunes de capacitación de personal en materia pesquera y de adopción de las TICs, propiciar el desarrollo de investigaciones y de propuestas orientadas a la preservación estratégica del atún para garantizar capturas sustentables, entre otros propósitos mancomunados. En general se puede decir que el potencial éxito de este tipo de estructuras se basaría en una sinergia nacida entre empresas que mantendrían su autonomía pero que optarían por

conformar una red debido a los acuerdos, estrategias, estructuras y operaciones que surgirían de las mismas; y que les pueden resultar beneficiosas en materia de conseguir sus objetivos empresariales desde la perspectiva de lo que hoy se conoce como comunidades de negocios electrónicos (Tapscott, 2000).

4. Consideraciones finales

Los elementos teóricos y empíricos, así como el análisis de los resultados que sustentaron esta investigación dan cuenta que la realidad actual de muchas unidades productoras no resulta ser muy diferente en los distintos ámbitos del planeta. Súbitamente se encuentran con mercados altamente competitivos y globalizados, con una nueva manera de hacer negocios, con una tecnología de vanguardia y una brecha significativa entre sus competidores; y sumado a ello, un entorno económico de gran turbulencia e incertidumbre. Ante esta situación, cabe afirmar que lo importante es reaccionar a tiempo, y en consecuencia redefinir una concepción estratégica orientada a desarrollar competencias para combinar eficientemente los factores claves de éxito del negocio.

En efecto, en el mundo de hoy donde lo permanente es el cambio, el principal desafío de las empresas es el estratégico para responder a nuevas formas de competencia surgidas por modificaciones en las condiciones económicas nacionales e internacionales. Así, por ejemplo, los procesos de apertura y desregulación obligan a las empresas nacionales a enfrentar modalidades de competencia entre sí y con otras empresas de dimensiones transnacionales; y es por ello que éstas se han visto precisadas a considerar lineamientos medulares para el desarrollo de una concepción estratégica que se anticipe a los cambios y las mantenga sostenidamente en el tiempo. Obviamente, como consecuencia de la globalización y la apertura comercial dicha concepción debe ser sensible a incluir la innovación tecnológica promovida por la economía digital.

De Geus (1998), al presentar un estudio de treinta (30) empresas exitosas en el mundo destacaba como primera observación que las empresas son sensibles a su entorno y que, consecuentemente, éstas deben adaptarse y aprender. En concreto, las caracteriza una concepción estratégica flexible que les permite renovarse

generación tras generación y mantenerse en el tiempo.

Es por ello, que hoy en día las empresas deben ser capaces de manejar de forma rápida y eficaz las innovaciones estratégicas que se requieren para dominar las nuevas TICs y generar bienes y servicios diferenciados de la competencia. De esta manera, es de vital importancia que se tenga claro cuál es el desafío competitivo y que la nueva concepción contemple el cómo competir, que identifique el futuro y sea aplicable en éste, el cómo movilizarse para ese futuro y sobre todo cómo llegar primero a él. Al respecto, Handy (Malagón y García, 2004, p. 84) expresa: "No se puede mirar el futuro como una continuación del pasado... porque el futuro va a ser diferente. Y realmente tenemos que lograr desaprender nuestra manera de manejar el pasado para poder manejar el futuro".

En efecto, los cambios tecnológicos signados por la economía digital están creando nuevas formas de competencia, las reglas están cambiando en muchos sectores, los mercados se están volviendo más complejos e impredecibles, y a todo ello se suma el flujo de información en un mundo totalmente interconectado, lo que permite a las organizaciones detectar brechas y reaccionar frente a los competidores más rápidamente.

En el ambiente descrito se está moviendo el negocio del sector atunero de los países desarrollados y emergentes pues se manifiesta una tendencia hacia la transformación de las reglas tradicionales de conducir sus empresas para mejorar continuamente su desempeño en el mercado global del atún. Esto ha sido producto de la conectividad, derivada de una arquitectura corporativa y tecnológica que abarca todo el planeta, e incorpora prácticamente todo tipo de TICs como parte fundamental de sus procesos de mejora continua.

El sector atunero de los países desarrollados ha logrado alcanzar lo que Hartman y Sifonis (2002) han llamado los cuatro pilares de éxito en la preparación para la red: Liderazgo, modelo de negocios, capacidades y tecnología. En este orden, cuentan con líderes cuya forma de pensar y actuar descansa en una filosofía empresarial digital que favorece el cambio y la innovación de las TICs; y además promueven el trabajo en equipo minimizando los conflictos internos. De esta manera, el rol de los altos directivos y jefes de equipos se ha redefinido, siendo imprescindible nuevos

conocimientos y el desarrollo de nuevas actitudes y habilidades que traducidas en capacidades requeridas permiten el dominio de los avances tecnológicos de manera compartida entre todos los miembros para la inminente redefinición del modelo empresarial que ha de garantizar beneficios duraderos tanto para la organización como para sus clientes, eliminando los procesos ineficientes y enfocándose en las respuestas oportunas.

Al margen de esas tendencias mundiales, las empresas venezolanas de armadores atuneros no están alineando sus estrategias con la nueva tecnología; lo que, obviamente, imposibilita la obtención de beneficios reales para mejorar continuamente y mantener su competitividad en el tiempo.

La investigación realizada permite aducir que las empresas en cuestión, a pesar de ser unidades que representan un sector estratégico para la Nación, que presentan ventajas comparativas y competitivas interesantes, ello no es garantía de éxito en la economía digital pues existen debilidades y dificultades que amenazan su competitividad en el mercado global del atún; y que se manifiestan tanto en lo externo como en lo interno de sus estructuras organizacionales.

Lo anterior tiene serias implicaciones ya que, si bien es cierto los resultados ubican al sector en la categoría de expertos, es decir, poseen un conocimiento promedio de los beneficios que ofrece la red, las empresas no están preparadas para acometer seriamente iniciativas de negocios digitales. Se mantienen arraigadas en el modelo de economía tradicional, sin ninguna o muy poca excepción de participación en la web; y esto resalta con mayor contundencia cuando se determinan las fortalezas o debilidades que tiene cada empresa atunera frente a los cuatro pilares fundamentales del éxito para la competitividad en el nuevo mundo digital.

La lección principal para las empresas venezolanas de armadores atuneros es que la sola fortaleza en uno o dos pilares no es suficiente para considerar que estén preparadas para la economía digital. En tal sentido, deben confluír el liderazgo, modelo empresarial, capacidades y tecnologías en torno a una concepción estratégica que apunte al aprovechamiento de las enormes oportunidades que ofrece el mercado global cada vez más en sintonía con los negocios digitales.

Desde esa perspectiva, es que se formulan y proponen una serie de lineamientos para el desarrollo de una nueva concepción estratégica que, articulada en torno a los cuatro pilares mencionados, le permita a las empresas venezolanas de armadores atuneros transformar tanto su ambiente interno como el ambiente externo, y contar con una filosofía empresarial y económica digital clara que responda a las realidades del entorno nacional e internacional. Esto es importante, sobre todo cuando las empresas y el sector en cuestión poseen destacadas potencialidades que bien pudieran desarrollarse plenamente en los tiempos por venir.

5. Referencias

- AVATUN (2012). *Directorio de la flota atunera y características*, Base de Datos, Cumaná, estado Sucre.
- Balestrini, M. (2005). *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.seguridadhumana.com.ve/MiriamBalestrini.htm>
- De Geus, A. (1998). *La empresa viviente. Hábitos para sobrevivir en un ambiente de negocios turbulento*. Buenos Aires: Granica
- Leer, A. (2001). *La visión de los líderes en la era digital*. México: Prentice Hall.
- Gómez, A. (2003). *Las claves de la economía digital*. México: Grupo Editorial Alfaomega.
- FUNDATUN (2008). *Flota atunera venezolana*. [Documento en línea]. Disponible: http://www.fundatun.com/flota_atunera.htm
- Hartman, A; Sifonis, J. (2000). *Net Ready. Estrategias para el éxito en la Nueva Economía*. España.
- Giménez, C. (2009). *El atún: La actividad atunera en el contexto de la pesca mundial y venezolana*. Caracas:
- Joyanes, L. (1997). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. España: McGraw Hill Interamericana.
- Malagon, F. García, G. (2004). Las organizaciones aprenden, desaprenden y reaprenden. *Revista Escuela de Administración de Negocios* (ps. 50, 80-89).
- Omahe, K. (2004). *La Mente del estratega*. España: McGraw Hill Interamericana.
- Plaza, V. (2004). *La concepción estratégica y el liderazgo*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.plazaconsultores.com/docs/papers/files/paper2.pdf>

- Porter, M. (1999). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- Tapscott, D. (2000). *La era de los negocios electrónicos*. Colombia: McGraw Hill Interamericana.
- _____. (1997). *La economía digital*. Colombia: McGraw Hill Interamericana.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona – España: Plaza & Janés.
- Zerpa, D. (2007): Las empresas venezolanas procesadoras de productos del mar ante la Economía Digital. *Gerencia, política y sociedad, UNESR GERENCIA 2000*. Revista Arbitrada e Indizada en Ciencias Administrativas, n° 8.

Competencias del contador-auditor en el perfil de egreso. Caso Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Mantilla, Marcelo; Tobar-Vasco, Guido H.; Arias-Pérez, Mauricio G.; Ríos-Urrutia, Gabriela C.

Recibido: 12-07-17 - Revisado: 27-07-16 - Aceptado: 07-11-17

Mantilla-Falcón, Marcelo
Magister en Ciencias de la Educación.
Magister en Docencia Universitaria y
Administración Educativa. Doctor en
Ciencias de la Educación.
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
luismmantilla@uta.edu.ec

Tobar-Vasco, Guido H.
Magister en Auditoría Integral.
Magister en Gestión Educativa y Desarrollo
Social.
Doctor en Contabilidad y Auditoría.
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
gtobar@uta.edu.ec

Arias-Pérez, Mauricio G.
Magister en Contabilidad y Auditoría.
Doctor en Contabilidad y Auditoría.
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
solimar1717@live.com

Ríos-Urrutia, Gabriela C.
Ingeniera en Contabilidad y Auditoría.
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
Gaby.rios7@gmail.com

Las instituciones de educación superior, tienen el compromiso de formar a los futuros profesionales con habilidades, destrezas y competencias adecuadas que le permitan desenvolverse con eficiencia, eficacia e idoneidad en el desempeño profesional. Bajo estas consideraciones, este estudio busca determinar la relación existente entre el componente ético, las capacidades y las competencias propias de la formación del contador-auditor. Se trata de una investigación cuantitativa, descriptiva, no experimental y transversal. La principal evidencia explica una alta correlación entre las competencias académicas, las capacidades y los valores recibidos en el aula como preparación para afrontar el campo laboral.

Palabras clave: Auditor; contador; capacidades; ética; perfil de egreso.

RESUMEN

Higher Education Institutions are committed to training future professionals with appropriate skills, abilities and competences that allow them to perform effectively and efficiently their careers. Based on these considerations, this study aims at determining the relationship between the ethical component, the capabilities and the competences inherent to the training of the auditor-accountant. The study is based on a quantitative, descriptive, non-experimental and cross-sectional design. The main evidence explains a high correlation between the academic competences, the capacities and the values obtained during their studies as a training to face their labor fields.

Keywords: Auditor; accountant; capabilities; ethics; professional profile.

ABSTRACT

1. Introducción

En estos últimos años en numerosos países, las competencias profesionales han tenido una acelerada generalización, lo que obliga a un alto grado de rigurosidad en su estudio e interpretación, y con mayor razón en su aplicación, por lo que los modelos existentes no deben ser copiados, sino analizados, para tomar lo positivo de ellos y, sobre todo, aquello que se ajuste a los requerimientos de cada país (Valera-Fernández & Acosta-García, 2011).

La Federación Internacional de Contadores (International Federation of Accountants /IFAC) (IFAC, 2008) publicó el “Manual de Pronunciamientos Internacionales” con el propósito de guiar la formación y fortalecimiento profesional de los contadores y auditores. El mismo, consta de ocho leyes a las que se ha denominado “Estándares Internacionales de Educación Contable”, que no son otra cosa que acuerdos generales que proponen una buena práctica para las nuevas generaciones de profesionales contables. La ley número 3 que se refiere a “Las habilidades profesionales del contador y su formación en general” manifiesta que: “Las habilidades que los contadores profesionales necesitan adquirir están agrupadas en cinco categorías principales: habilidades intelectuales; habilidades técnicas y funcionales; habilidades personales; habilidades interpersonales y de comunicación; y habilidades gerenciales y de organización” (p. 49). Las mencionadas organizaciones engloban ampliamente varios aspectos referentes a las competencias profesionales del contador-auditor, las mismas deben ser muy completas en cuanto a conocimiento, destrezas, y

habilidades profesionales, sin dejar de lado la influencia de las crecientes expectativas de los empleadores, clientes y el público en general.

En un estudio en Perú por Hidalgo & Flores (2013, p. 16), se encuentran las competencias profesionales más requeridas por la sociedad en cuanto al ámbito contable, las mismas que son presentadas en orden de importancia de mayor a menor: "1) Determinación oportuna de las obligaciones tributarias. 2) Formulación de la Contabilidad General y de los EEFF para la toma de decisiones. 3) Formulación de sistemas de costos, registros y control. 4) Asesoría societaria. 5) Asesoría Financiera. 6) Asesoría en planeamiento anual para el mejor manejo de recursos y capacidades. 7) Auditoría y control interno. 8) Asesoría laboral en obligaciones y contratos laborales".

Por otro lado, los valores y la ética profesional también son parte del perfil del estudiante de contabilidad y auditoría, pero no es algo que debe ser inculcado sino tomado como un comportamiento diario, por su parte, el "Manual de Pronunciamientos Internacionales" en su ley número 4 "Valores profesionales, ética y actitudes" (Federación Internacional de Contadores, 2008, p. 56) lo confirma al expresar que: "Los valores, la ética y actitud profesionales requeridos a los contadores profesionales incluyen el compromiso de cumplir con la normativa ética vigente en su área de actuación que debe estar en conformidad con el Código de Ética para Contadores Profesionales de IFAC".

El país cuenta con el Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador (IICE), órgano técnico de la Federación Nacional de Contadores del Ecuador (FNCE), el cual emitió el primer Código de Ética del Contador Ecuatoriano (CECE) en 1991 y posteriormente, generó una actualización del mismo en el 2006 en donde se pueden apreciar ciertos cambios, con la finalidad de fomentar las responsabilidades sociales y objetivos que deben primar en el desarrollo de la práctica de los contadores, tanto en el país como en el entorno internacional. Además, el Código es un complemento para construir los niveles de credibilidad en la práctica profesional.

Dentro del primer Código de Ética del Contador Ecuatoriano (Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador, 2005, p.

8) se puede encontrar que: "Un Contador tiene la obligación de mantener su nivel de competencia a lo largo de toda su carrera profesional. Solamente deberá aceptar trabajos que él o su firma esperan poder realizar con capacidad profesional". Por lo tanto, éste debe estar consciente de las competencias y habilidades que posee con el objetivo de que, a futuro, pueda desempeñar correctamente el trabajo que asuma y, además, debe ser constante en su capacitación para ir a la par de la dinámica mundial.

En complemento con lo anterior, en el Código de Ética del Contador Ecuatoriano actualizado (Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador, 2006, p. 11) se habla de manera directa acerca de las competencias profesionales, así: "a) Consecución de la competencia profesional. Esto requiere inicialmente un alto nivel de educación general seguido por entrenamiento, exámenes específicos en temas profesionales relevantes y, es preferible un período de experiencia de trabajo. b) Mantenimiento de la competencia profesional. Requiere una conciencia continua sobre los desarrollos que se dan en la profesión contable".

Sin embargo, se puede considerar que la formación contable tanto a nivel nacional como internacional debe ser completa en todos los sentidos, tanto en conocimientos teóricos y prácticos como en las destrezas, principios y valores personales y profesionales.

En el Cantón Ambato, Ecuador, se encuentra la Universidad Técnica de Ambato y en ella se destaca la Carrera de Contabilidad y Auditoría impartida en la Facultad de Contabilidad y Auditoría, la misma que tiene sus orígenes en el Instituto Superior de Contabilidad y Gerencia, y a partir del 14 de abril de 1969, funciona legalmente como una de las mejores Facultades del Alma Máter ambateña.

En la página web de la Universidad Técnica de Ambato (2016) se encuentra la misión de la facultad, la cual indica: "La Facultad de Contabilidad y Auditoría formará profesionales líderes competentes, con visión humanista y pensamiento crítico a través de la Docencia, la Investigación y la Vinculación, que apliquen, promuevan y difundan el conocimiento respondiendo a las necesidades del país". Esta meta destaca el compromiso que tiene la facultad con la colectividad al entregar profesionales competentes que respondan a sus requerimientos.

El perfil del egresado de esta universidad, graduado en contabilidad y auditoría expresa lo siguiente:

- Desarrollar el control y análisis de los procesos que generan información financiera en los sectores de su influencia, para apoyar la toma de decisiones, utilizando la comunicación verbal y no verbal, tecnologías de la información y procesos de investigación de fuente nacional o internacional.
- Participar en el diseño de sistemas financieros de acuerdo a las buenas prácticas establecidas por la normativa nacional e internacional, proponiendo alternativas de mejoramiento que coadyuven a mantener una estructura financiera sólida de la empresa.
- Participar en la evaluación y determinación de la razonabilidad de la información financiera, para fines internos y externos relacionados con el ámbito fiscal.
- Promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias, laborales, societarias, ambientales y productivas.
- Desarrollar pensamiento crítico, responsabilidad social, ética y visión humanística, con capacidad de liderar proyectos productivos, para solucionar los problemas del contexto.
- Promover la participación ciudadana para desarrollar procesos de transformación en la comunidad a través de programas de vinculación, con el fin de elevar la calidad de vida, de acuerdo con el Plan del Buen Vivir.
- Conocer en forma efectiva deberes y derechos ciudadanos, la realidad socio económico, cultural y ecológico del país; el dominio de un idioma extranjero y el manejo de herramientas informáticas.

Adicionalmente, en la Facultad de Contabilidad y Auditoría se encuentra la Comisión de Seguimiento a Graduados, COSEG (2016), la cual se encarga de recoger la apreciación de los estudiantes en cuanto a los conocimientos recibidos en su carrera universitaria. Tras tabular las encuestas del periodo octubre 2015 - marzo 2016, los responsables expusieron varios aspectos referentes a los módulos que fueron un aporte para la formación de competencias profesionales de los graduados, entre los que,

en orden de importancia, se pueden mencionar: 1) Tributación. 2) Contabilidad. 3) Herramientas informáticas de contabilidad. 4) Auditoría. 5) Legislación laboral y mercantil. 6) Costos.

2. Un recorrido por la temática

En la investigación de Hirsch (2003) sobre los valores de todo profesional se circunscriben a autonomía, responsabilidad y competencia profesional. Y se hace énfasis en la construcción y actualización de los códigos profesionales de cada una de las disciplinas. Sin embargo, este estudio concluye que la ética profesional es de gran actualidad y de elevada sensibilidad social, debido a que de los servicios de un profesional no sólo se espera competencia (dominio de los conocimientos teóricos y prácticos de su profesión), sino también una utilización adecuada de su conducta profesional ética, por lo que se destaca que un profesional no es solo conocimientos, sino es la constante práctica de principios y valores en el desarrollo de sus competencias.

El estudio realizado por Becerra, Higuerey, Paredes & García (2005, p. 564), acerca de la formación universitaria del contador, se evidenciaron algunos resultados importantes, señalados por la mayoría de la población objeto de análisis, como las principales debilidades del plan de estudio las áreas tributaria y cambiaria, el manejo instrumental del inglés y el conocimiento de las normativas que rigen el sistema económico. Por otro lado, las fortalezas son: Aprendizaje y dominio de conceptos y principios contables de aceptación general, las matemáticas y estadística, el manejo de la contabilidad computarizada y las habilidades para analizar e interpretar problemas contables. Con el aporte de esta información los autores concluyeron que: "A pesar de las deficiencias, la realización de cursos de actualización, junto con las fortalezas en la formación de la carrera, ha contribuido a que el contador público egresado de la ULA de Trujillo constituya un capital humano con ventaja competitiva". Por lo tanto, es indispensable que el estudiante sea consciente en establecer una cultura de actualización constante en sus competencias profesionales para ir a la par de la dinámica mundial.

En el trabajo investigativo de Grande (2007, p. 131) realizado en el Instituto Politécnico Nacional del México, sobre el programa

de educación del estudiante de contaduría se encontró que “a) Los conocimientos integrados por nivel de competencias demandadas para el Contador Público por los empleadores son 66.4% básicas (saber), 33.6% particulares (saber hacer); b) De los conocimientos no curriculares son 4% ventas, 2% crédito y cobranzas, 3.4% referente a las transferencias electrónicas y 0.7% finiquitos e incidencias; c) Otros conocimientos requeridos como apoyo en el desarrollo de actividades, consideradas como competencias básicas (saber), están en relación al idioma extranjero, paquetería contable y programas de cómputo”.

Esta información generó las siguientes conclusiones (p. 199, 200):

a) La mayoría de los egresados está de acuerdo con que su actividad laboral coincide con sus estudios de licenciatura, es decir con sus competencias particulares (saber hacer); b) Los egresados consideran que los programas de estudio, las prácticas o los estudios de casos prácticos se encuentran desactualizados con respecto a las demandas del mercado laboral; c) Las actitudes que no lograron adquirir son: el liderazgo, ser positivo y productivo, trabajar en equipo, ser cuidadoso y cauteloso emprendedor, ser puntual y formal, seguridad, capacidad de servicio, desarrollar su criterio profesional, adaptación al cambio y valores.

Este tipo de investigaciones son muy importantes para los centros de formación superior debido a que dan a conocer los puntos críticos que deben ser mejorados en los sílabos de las instituciones.

En el estudio de González (2008, p. 182) se aborda la temática de “la ética profesional del Contador Público Venezolano como factor fundamental del control interno de las organizaciones, esta perspectiva pretende analizar la relación que existe entre los códigos de conducta tanto del profesional de la contaduría, como de la organización y los valores individuales del Contador, así como los aportes de una conducta ética dentro de una entidad”. Los datos recopilados permitieron a la autora concluir que “a) La ética del contador público influye dentro del proceso de control interno a fin de proteger y resguardar los activos, verificar la exactitud y confiabilidad de los datos contables, traducándose esto en una información financiera confiable que permita la toma de decisiones por parte de la gerencia; b) La responsabilidad social

que tiene el Contador Público originada por su ejercicio profesional lo obliga a cumplir con estándares internacionales que incluyen las normas técnicas así como los códigos de conducta” (p. 190). Lo cual invita al profesional contable a estar al tanto de todas las normas contables, tributarias y laborales vigentes y no olvidarse de aplicar la ética en cada una de sus acciones.

El trabajo de Corrales & Otalvaro (2009) se desarrolló con una profunda investigación comparativa entre la profesión contable y la contabilidad internacional. La información obtenida, permitió a los autores concluir que es necesario que el servicio de educación que proporcionan las universidades tenga proyección internacional con el objetivo de que el estudiante sea capaz de desenvolverse en cualquier escenario dentro y fuera de su país. Además, es transcendental que el contador tenga un constante interés por la investigación y constante actualización ya que la contaduría pública ofrece aportes valiosos a las finanzas de las organizaciones y contribuye al fortalecimiento de la economía.

En el trabajo de investigación de Becerra & La Serna (2010), los autores seleccionaron una muestra de 30 empresas del Perú, correspondientes a las principales organizaciones donde trabajan los egresados de la Universidad del Pacífico. Entre las principales conclusiones del estudio se destacan que los directivos de las organizaciones les ponen especial atención a las competencias de sus colaboradores, y entre las habilidades que más les llaman la atención se encuentra: Habilidades interpersonales, trabajar en equipo, orientarse al cliente, personal analítico, proactivo, orientado a resultados y con capacidad para adaptarse a los cambios.

López, Recio & Gómez (2011, p. 19) determinaron en su estudio la necesidad de identificar qué conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes y valores se deben forjar en los estudiantes, sin perder de vista la importancia que pueden tener las relaciones sociales, para lograr en los egresados un ejercicio profesional exitoso. Tras tabular la información recogida, los autores concluyeron que: “a) Las actitudes se consideran muy importantes por los empleadores y los egresados, mientras que los profesores les dan importancia y los estudiantes poca importancia; b) Entre los valores más importantes que debe poseer el profesional

contable están la lealtad, puntualidad, honestidad, compromiso y responsabilidad". Dejando constancia que para los empleadores las actitudes y valores cimentados en sus colaboradores son vitales para las organizaciones.

En el proyecto de Santiago (2011), sobre los conocimientos formados en el estudiante de contabilidad y auditoría se dieron a conocer puntos importantes como la conciencia moral, los resultados reflejan que la mayoría está de acuerdo con que la cultura presente en su organización influye en su comportamiento ético. Enfocándose a los conocimientos de los contadores se detectó que el profesional aplica constantemente capacidades para la indagación, el pensamiento lógico-abstracto y el análisis crítico. En adición, se identifica que la capacitación del contador en el análisis de diferentes situaciones, toma de decisiones y buen ejercicio organizacional es una habilidad intelectual del contador, y; se concluyó que "En relación con las competencias éticas se detectó la influencia de la cultura de la organización en su actuación profesional, lo cual es positivo si ésta apoya normas éticas, y negativo, si por el contrario las omite"(p. 55), lo que deja evidencia que las políticas, normas y manera de proceder de los altos directivos en las organizaciones influye en el comportamiento ético de los colaboradores.

En el estudio de Dextre (2011, p. 49), el autor presentó "la importancia de la formación humanística del estudiante de la carrera de Contabilidad teniendo en cuenta el carácter social del conocimiento contable cuyos principales objetivos son la preparación, interpretación y evaluación de la información financiera de los eventos económicos producidos". Esta información fue necesaria para crear un plan de estudios basado en la elaboración de juicios morales, con el objetivo de dar a conocer que la educación profesional solo es una parte de la formación humana y se concluyó que "Es necesario considerar en la propuesta formativa de los futuros profesionales, los mecanismos apropiados para que desarrollen competencias que los predispongan a tomar decisiones y a emitir juicios y para lograr el propósito de formar integralmente al nuevo contador, las estrategias adoptadas en el aula deben incluir procesos colaborativos donde el profesor deja de ser un mero transmisor de conocimientos para convertirse en

un administrador eficiente del proceso de enseñanza-aprendizaje-evaluación” (p. 54). Lo mencionado abre paso al abordaje del tema de la educación del futuro en la que el estudiante es el constructor de su propio conocimiento, debe ser formado con un espíritu de investigador que le permita adquirir el conocimiento de manera cotidiana.

Asimismo en el estudio de Gómez (2012, p. 2) en Guatemala sobre mercado laboral y el profesional contable, “se determinó que el mercado laboral demanda de un Contador: puntualidad, excelente presentación personal, conocimientos contables, aceptable personalidad, competencias conductuales y funcionales, capacidades mentales, motrices, sociales, y valores”, concluyéndose que el trabajo del contador es fundamental para la administración y el uso eficiente de los recursos económicos; con los resultados del trabajo contable, se toman las más importantes decisiones que mantienen el negocio en marcha, y entre los principales requisitos que demanda el mercado laboral guatemalteco son: Puntualidad, excelente presentación personal, conocimientos específicos del puesto, personalidad aceptable, competencias, capacidades y valores bien cimentados.

Otra investigación realizada por Reinoso (2012, p. 3) evidenció que los valores éticos que sustentan el ejercicio profesional son integridad, objetividad, independencia, responsabilidad, confiabilidad, observancia a la norma, respeto entre colegas, conducta ética, pero, solo 30% de los piensa de estudios incluye un curso o seminario destinado al estudio de la ética profesional. Esta información fue necesaria para que la autora llegara a concluir que “Es necesario realizar esfuerzos en la Federación de Colegios de Contadores para difundir el Código de Ética Profesional y que las universidades den mayor importancia a la ética en formación profesional de los estudiantes de Contaduría Pública”. Este aporte es muy importante debido a que invita al profesional contable a relacionarse con el Código de Ética del Contador.

Hidalgo & Flores (2013, p. 15) realizaron estudios a los gremios de las pymes más representativas de Perú y evidenciaron algunos resultados importantes como: “a) Cuando se preguntó sobre qué competencias profesionales del CPC requerirían más las mype; el de la Determinación de la Obligación Tributaria fue la

primera como requerida “siempre”, así como: la formulación de sistemas de costos; asesoría societaria (conformación de sociedades, etc.) y asesoría financiera, aún por encima de la formulación de la Contabilidad General y los EEFF.”; b) Para los líderes de las mype; Entre las habilidades personales de los CPC se destacan: 1. Análisis, investigación, razonamiento, identificación y solución de problemas en situaciones cambiantes. 2. Aptitud y disposición para trabajar en equipo. 3. Destreza para analizar riesgos y modelos de decisiones”. Esta información permitió a los autores arribar a las siguientes conclusiones: a) “Las pymes requieren de los Contadores Públicos principalmente la Función Tributaria, este requerimiento y prioridad se estima se mantendrá a futuro.”; b) “Los líderes mype consideran que las carreras de más demanda futura son: Ingeniería Industrial, Contabilidad y Negocios Internacionales” (p. 17).

En la investigación de Montero & Raffo (2013) acerca del desempeño laboral de los estudiantes de la Universidad del Valle se dio a conocer que la mayoría de los egresados tuvo un buen desempeño, 20,5% excelente desempeño y 2,3% aceptable desempeño. Por otra parte, 84,4% considera que el profesional contable es proactivo, mientras que 15,6% declara que es reactivo; y la totalidad de los encuestados considera de forma unánime que dicho profesional cuenta con la suficiente preparación para llevar a cabo sus funciones de manera idónea y eficiente. Los autores concluyeron que: “a) Las empresas generalmente no basan su elección en un egresado de una universidad en particular, lo que les interesa es que dicho egresado cumpla con los requisitos exigidos por la empresa, su perfil sea acorde al requerido y el resultado en las pruebas de selección sea satisfactorio; b) Las competencias que de acuerdo a la percepción de los empresarios caracterizan al Contador Público de la Universidad del Valle, son el trabajo en equipo y cooperación, la orientación al resultado, el pensamiento analítico, la búsqueda de la información y la conciencia organizacional” (p. 169).

En el estudio publicado por Valero, Patiño & Duque (2013, p. 14), los autores desarrollaron una revisión documental la cual se basó en la recolección y revisión de bibliografía pertinente sobre el tema de competencias y argumentan que:

La estructura se lleva a cabo en cuatro grandes apartados, en el primero se realiza una indagación sobre los antecedentes generales de las competencias, lo cual permite realizar un abordaje a conceptos como la formación para el trabajo y la pedagogía del trabajo. En el segundo se realiza una aproximación a las nociones de competencia, con el fin de establecer aspectos en común en las diferentes definiciones y establecer una postura al respecto. Asimismo, en el tercer apartado se incorporan las diferentes visiones institucionales sobre las competencias desde el enfoque de entidades como la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), el Proyecto Tuning, International Federation of Accountants (IFAC), entre otros; posteriormente, en el cuarto apartado se identifican los aspectos normativos del concepto de competencias en Colombia.

Esta información permitió a los autores describir que: “a) Uno de los principales aspectos polémicos en la formación de competencias parte de asumirse como un asunto de didáctica y de capacitación de docentes, o de organización del plan de estudios; lo cual implícitamente plantea una visión reduccionista de las interrelaciones que se deberían gestar; b) La normatividad internacional y nacional, señala claramente que según el desarrollo de competencias: el contador público debe ser un profesional, capaz de trabajar en equipo, con gran capacidad técnica y ética; adaptativo a los cambios, con pensamiento crítico y conciencia social, de tal forma que esto representa una necesidad frente a las exigencias en los currículos de Contaduría Pública; c) El concepto de competencias debe ser constituido a partir de recrear las diferentes interacciones y relaciones que existen entre el mundo del conocimiento, el cual es un dispositivo metodológico de construcción de los perfiles profesionales y disciplinarios, lo cual, debe considerarse en el diseño y rediseño de programas, pero considerando la realidad dentro de la cual se encuentra inmersa la educación” (p. 33).

En el trabajo acerca de la actividad laboral del contador-auditor, se demostró que el profesional contable elabora los estados financieros con veracidad e integridad, porque hace el registro de la totalidad de la documentación que recibe (Guibert-Alba, 2013). En adición, los contadores encuestados coinciden que si existe

respeto en la aplicación de los PCGA, lo que influye favorablemente, para que el contador cumpla y exija el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Esta información concluyó que: “a) El análisis y registro de los hechos económicos de la empresa, incide en el manejo contable profesional; b) La elaboración de los Estados Financieros con veracidad e integridad, generan confianza de la sociedad en su profesionalismo; c) Si existe complementación de su labor contable con el Código de Ética Profesional, entonces ello incide directamente en un servicio profesional eficiente y eficaz” (p. 57), por lo que, se puede colegir que en Lima la formación del contador-auditor va de la mano con los principios y valores éticos afines a su profesión.

Colmenares, Cegarra & Da Costa Rivas (2014) investigó a los estudiantes de la Universidad de los Andes, Venezuela (Núcleo “Rafael Rangel”), y se identificó que la mayoría de los alumnos admiten que entre los valores humanos que los caracterizan se encuentran la justicia, libertad, igualdad, honestidad, solidaridad y responsabilidad, y que a través de ellos, han logrado su desarrollo ético, ya que su formación profesional sigue los principios implícitos en el Código de Ética Profesional. Y entre los valores identificados se destacan: Objetividad, polaridad y jerarquía, las cuales son consideradas como elementos necesarios para construir un mundo más humano. Bajo estos argumentos concluyen que: “a) Para la mayoría de los estudiantes es importante su formación en valores, pues los guiarán de manera responsable, justa y honesta, representando una condicionante que deben poseer para conducirse profesionalmente; b) La formación profesional de los estudiantes de Contaduría Pública, está siendo guiada prosiguiendo los principios éticos establecidos por la Federación de Contadores Públicos de Venezuela, siendo fundamental que desde los inicios de la carrera se les enseñe su actuar como futuros profesionales” (p. 553).

En el trabajo de titulación de Crissien & Rodríguez (2014) acerca de las competencias profesionales del contador, se dio a conocer que las competencias que más se destacaron para el buen desempeño de los profesionales en contaduría pública reconocidas por los egresados fueron: Liderazgo, capacidad creativa y toma de decisiones. Además, los egresados del programa

de contaduría pública de la CUL, muestran uniformidad en sus apreciaciones con respecto a las competencias consideradas pertinentes por la universidad, siendo las que más destacan: Capacidad de motivación, habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación y capacidad de aprender y actualizarse permanentemente. Esta información permitió generar como conclusión que la evaluación que realiza la universidad son los propios graduados y al mismo tiempo son evaluadores de la calidad de la educación que recibieron. Además, el egresado aparece como un eje en el que interactúan unos deseos profesionales y aspiraciones personales, estos elementos conforman su empleabilidad, condición necesaria para obtener los beneficios esperados de la educación superior, que se convertirán en referencia a la hora de evaluar la educación recibida.

3. Caracterizando las competencias

3.1. Competencias

El concepto de competencia tiene su origen a finales de los años sesenta, pero desde los años ochenta las organizaciones empezaron a presentar un gran interés por este término como lo explica INTECAP citado por Cojulún (2011, p. 13) el cual indica que “a partir de los años ochenta, debido a la desactualización de los sistemas educativos y de formación profesional prevalecientes en países desarrollados, el término competencia tomó un nuevo empuje”. Por lo que actualmente representa un factor clave para la competitividad de las empresas que quieren estar a la vanguardia. Y para Gil (2007, p. 85) “el concepto de competencia tiene su origen en trabajos de la psicología industrial y organizacional norteamericana de finales de la década de 1960 y principios de 1970”. Por lo que, está demostrado que hoy en día, en términos de recursos humanos se habla comúnmente de aptitudes, intereses y rasgos que representen parámetros para asociar a un profesional a la descripción de un puesto y sus requerimientos.

Con estos antecedentes el término “competencia”, y en palabras de Montero & Raffo (2013) está implícita en las personas y se asocia con el éxito en el desempeño laboral, al ser la combinación de recursos como el conocimiento, el saber hacer, las cualidades o aptitudes. Adicionalmente para el Proyecto Tuning Educational

Structures in Europe (Bravo, 2007, p. 13), las competencias son “una combinación dinámica de atributos, en relación a procedimientos, habilidades, actitudes y responsabilidades, que describen los encargados del aprendizaje de un programa educativo o lo que los alumnos son capaces de demostrar al final de un proceso educativo”. Entonces, una competencia es un elemento imprescindible para demostrar la capacidad, conocimientos y habilidades en el ejercicio profesional. Además, la flexibilidad y capacidad de adaptación resultan clave para el entorno laboral, como desarrollo general para que las personas hagan lo que saben.

Por otra parte, hay una diferencia entre competencia y habilidad, por lo que menciona que la habilidad es propia del ser humano y se manifiesta en un simple proceso productivo, mientras que la competencia es mucho más amplia y abarca muchos más aspectos como: Saber, es decir poseer conocimientos alcanzados por diferentes vías de enseñanza; Saber hacer: que se refiere a dominar habilidades sociales, intelectuales, interpersonales y prácticas; Saber ser: Demostrar ética y valores en lo que se hace.

Por consiguiente, se asume que a pesar de que las competencias y habilidades tienen definiciones diferentes, es inevitable que se complementen la una con la otra, especialmente en el ámbito laboral, ya que esto marcará la diferencia en el rendimiento del capital humano, al demostrar lo que es capaz de hacer con los conocimientos que posee en la ejecución de sus actividades diarias.

En adición, para Guevara & Moreno (2015, p. 31), las competencias en forma general combinan los saberes y áreas específicas de acción y aprendizaje, como se visualiza en el siguiente cuadro:

Cuadro 1
Saberes y áreas de acción y aprendizaje

ÁREA DE APRENDIZAJE	SABERES	ÁREAS DE ACCIÓN
Cognitiva	Saber (saber)	Conocimiento
Psicomotora	Saber hacer	Aptitudes/Habilidades
Afectiva	Saber estar	Actitudes/Motivación
	Saber ser	Valores/Emociones

Fuente: Guevara & Moreno (2015)

Estos puntos representan los instrumentos que deben ser combinados para obtener juicios sobre las competencias que posee una persona, debido a que el saber ser y saber estar se relacionan con los conocimientos generales y específicos, y el saber hacer y saber (saber). Con las acciones o exposición de las pruebas que corroboren los mencionados conocimientos en la práctica.

3.2. Niveles de ejecución de una competencia

Para medir la gradación de los niveles de ejecución de una competencia se pueden ilustrar cuatro niveles, como se detalla a continuación:

Nivel básico: la persona aplica la competencia en situaciones de rutina, de forma muy básica; Nivel profesional: en este caso se utiliza con una cierta técnica y de forma más reflexiva. La tarea se realiza según se le solicite; Nivel experto: la competencia se utiliza en situaciones muy cambiantes, inusuales o complejas. La tarea se ejecuta interaccionando con otras áreas, con otras tareas y pensando en los objetivos de la misma; Nivel estratégico: la persona aplica la competencia con creatividad y es visto como un punto de referencia en su contexto de aplicación. Contribuye al establecimiento de nuevos objetivos en el desarrollo de tareas específicas. (Ortoll, 2004, p. 341)

Los mencionados niveles dan a conocer como la formación y ejecución de competencias son un proceso que va desde la parte más básica, hasta la posibilidad de ejecutarla en un proceso laboral complejo, con el objeto de direccionar esta capacidad al enriquecimiento y progreso de la organización donde se desempeña.

3.3. Clasificación de las competencias

Existen diversos tipos de clasificaciones que han sido recogidas de acuerdo a los criterios de varios autores de la siguiente manera:

Para Montero & Raffo (2013, ps. 88-89) las competencias se clasifican en:

Competencias generales: Son aquellas que se requieren como mínimo para el desempeño de una situación estándar. Estas competencias se subdividen a su vez en competencias básicas como son la lectoescritura y la habilidad matemática, las competencias

de comunicación, toma de decisiones, trabajo en equipo, destreza para el aprendizaje permanente.

Competencias transferibles: Posibilitan a las personas la capacidad de obtener nuevas competencias, adaptándose a los contextos y a la tecnología.

Por otra parte, para Contreras (2011, ps. 117-118) las competencias se dividen por categorías: a) Saber, saber hacer y saber ser; b) Básicas, genéricas, específicas; c) Básicas, genéricas, laborales de gestión, laborales técnicas específicas; d) Duras, blandas; e) Técnicas, metodológicas, sociales, participativas; f) Cognitivas, procedimentales, actitudinales; g) conocimientos, habilidades, actitudes, valores; h) Transversales, específicas de la profesión, específicas del actuar profesional de gestión; i) Intrapersonales, interpersonales, profesionales y disciplinares; j) Conceptuales, metodológicas, humanas, de alta dirección. Básicamente en esta división se pueden visualizar la mayoría de tipos de competencias en diferentes ámbitos de la vida cotidiana.

Sin embargo, para el Proyecto Tuning Educational Structures in Europe (Bravo, 2007, ps. 14-15) las competencias son:

Competencias genéricas: Capacidad de abstracción, análisis y síntesis; capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica; capacidad para organizar y planificar el tiempo; conocimientos sobre el área de estudio y la profesión; responsabilidad social y compromiso ciudadano; capacidad de comunicación oral y escrita; capacidad de comunicación en un segundo idioma de comunicación; capacidad de investigación; capacidad de aprender y actualizarse permanentemente; habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas; capacidad crítica y autocrítica; capacidad para actuar en nuevas situaciones; capacidad creativa; capacidad para identificar, plantear y resolver problemas; capacidad para tomar decisiones; capacidad de trabajo en equipo; habilidades interpersonales; capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes; compromiso con la preservación del medio ambiente; compromiso con su medio socio-cultural; valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad; habilidad para trabajar en contextos internacionales; habilidad para trabajar en forma autónoma; capacidad para formular y gestionar proyectos; compromiso ético; compromiso con la calidad.

En complemento, el proyecto manifiesta que acorde a cada profesión las competencias son específicas, como se acordó en la Segunda Reunión General del Proyecto. Uno de los avances más importante fue que los grupos participantes identificaron las competencias específicas. Trabajaron intensamente con los borradores nacionales que cada universidad aportó, y a través del debate alcanzaron consenso sobre una lista de competencias específicas para cada área temática.

Otra tipología es presentada por Spencer & Spencer citado por Gil (2007, ps. 85-86) quien manifiesta que existen competencias diferenciadoras, las cuales permiten distinguir a quienes sobresalen por sus actuaciones. También se habla de competencias generales que incluyen las competencias básicas como la lectoescritura o la alfabetización matemática, y competencias de comunicación, trabajo en equipo, pensamiento crítico y reflexivo, toma de decisiones, dominio de nuevas tecnologías de la información o aptitud para el aprendizaje continuo. Complementarias, están las competencias transferibles o clave, que permiten ser capaces de adquirir por sí mismos nuevas competencias, adaptarse a las nuevas tecnologías y a nuevos contextos, propiciando así su movilidad en el mercado de trabajo. Y se puede finalizar diciendo que la competencia profesional es la suma de cuatro componentes, saber (competencia técnica), saber hacer (competencia metodológica), saber ser (competencia personal) y saber estar (competencia participativa).

En cuanto a las competencias que se requieren frente a la solicitud de los empresarios y del mercado laboral Gil (2007, p. 86) señala que existe otra clasificación, la cual abarca seis grupos genéricos de competencias, y se detallan a continuación:

Cuadro 2

Competencias acorde al mercado laboral

GRUPOS	COMPETENCIAS
Competencia de desempeño y operativas	Orientación al resultado.
	Atención al orden y calidad.
	Espíritu de iniciativa.
Competencias de ayuda y servicio	Búsqueda de información.
	Sensibilidad interpersonal.
	Orientación al cliente.
Competencia de influencia	Persuasión e influencia.
	Conciencia organizacional.
	Construcción de relaciones.
Competencias directivas	Asertividad y uso formal del poder.
	Trabajo en equipo y cooperación.
	Liderazgo de grupos.
Competencias cognitivas	Pensamiento analítico.
	Pensamiento conceptual.
	Capacidades técnicas, profesionales y directivas.
Competencias de eficacia personal	Autocontrol.
	Confianza en sí mismo.
	Flexibilidad.
	Hábitos y/o compromiso de organización.

Fuente: Gil (2007)

A través del cuadro anterior se deja constancia de como los empleadores fijan las competencias específicas que un colaborador debe poseer para una determinada ocupación, con el propósito de que el mismo sea apto y capaz de responder al puesto para el que ingresa.

4. Metodología

La presente investigación se enmarca en el enfoque cuantitativo, de carácter descriptivo, no experimental y transeccional. La población se conformó con 200 estudiantes: 85% femenino y 15% masculino; edad promedio de 23,32 años y una desviación estándar de 1,8; adicionalmente, 36% se encuentra laborando y 64% solo estudia. 6% de los investigados tienen modalidad de estudio semipresencial y 94% presencial. Todos estuvieron matriculados

en el noveno semestre de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador (2 cohortes: marzo-septiembre 2016 y octubre-2016-marzo-2017). El trabajo de campo fue in situ, se aplicó una encuesta de 48 preguntas de carácter cerrado con escala de Likert cuyo Alfa de Cronbach fue de 0,932.

5. Resultados

El estudio de las competencias del contador-auditor abarca 13 elementos donde se involucran principios éticos, capacidades y competencias cuya nomenclatura para el análisis comprende: Principios Éticos (PE), Capacidades Intelectuales (CI), Capacidades para Relacionarse con otras Personas (CRP), Capacidades referidas a Sistemas de Información y Procesos (CSIP), Área de Contabilidad y Costos (ACC), Área Tributaria (AT), Área de Administración (AA), Área de Métodos Cuantitativos (AMC), Área de Auditoría (AAUD), Área de Sistemas de Información (ASI), Área de Finanzas (AF), Área de Economía (AE) y Área Jurídica (AJ).

El resultado de la panorámica de valoración de estos componentes se muestra en el siguiente gráfico:

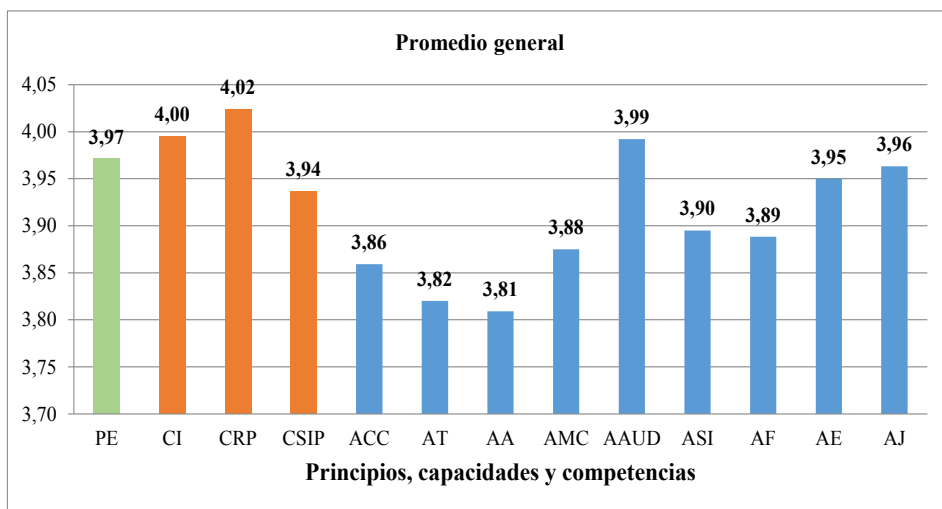


Gráfico 1. Perfil de principios, capacidades y competencias del contador-auditor de la UTA. Fuente: Propia (2017)

La práctica y apropiación personal que realiza el estudiante, próximo a egresar de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, en cuanto a sus principios éticos, capacidades y competencias, evidencia diferencias significativas como por ejemplo, la práctica de capacidades y el componente ético, supera a las competencias formativas disciplinarias en términos generales: Capacidades para relacionarse con otras personas (CRP) tiene un valor de 4,02/5, en términos porcentuales equivale a un dominio de 80,4%, por otra parte, el Área de Auditoria (AAUD), alcanza 3,99/5 (79.8%). El componente ético también es importante (3,97/5) lo que demuestra que el respeto a la profesión y el cumplimiento de normativas, acuerdos y demás regulaciones que se dan en marco de la práctica profesional, son valorados con responsabilidad y fiel cumplimiento.

El área menos favorecida en cuanto a la formación disciplinar lo constituye el Área de Administración (AA), con solo 3,81/5, porcentualmente alcanza 76,2%.

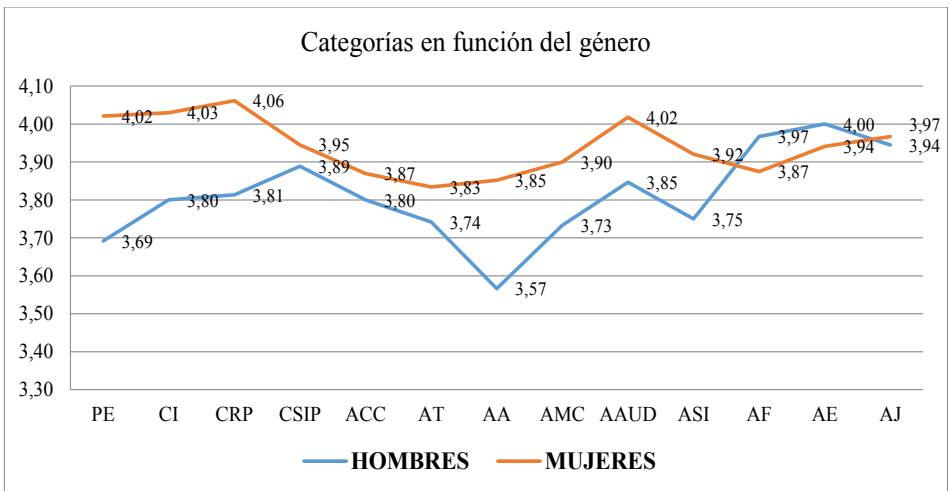


Gráfico 2. Perfil de principios, capacidades y competencias del contador-auditor de la UTA por género. Fuente: Elaboración propia (2017)

Al verificar los resultados entre géneros, las diferencias son notorias. La supremacía del género femenino es evidente porque los datos demuestran superioridad tanto en principios, capacidades y competencias, excepto en el área financiera (AF) y económica (AE), donde los hombres marcan una mínima diferencia.

En lo ético la mujer está muy bien posicionada en cuanto a la formación que recibe en las aulas y la academia, por tanto, se espera que su accionar en el campo laboral se distancie mucho de hechos de corrupción y soborno. Algunas investigaciones han demostrado que el género femenino evidencia más resistencia a los actos de corrupción (Estévez, 2005); (Swamy, Knack, Lee, & Azfar, 2000); (Mauro, 1995).

Las capacidades intelectuales en sus tres componentes: CI, CRP y CSIP, tienen mayor impacto en el género femenino, una razón podría ser el uso del capital social, es decir, el manejo de redes de relaciones.

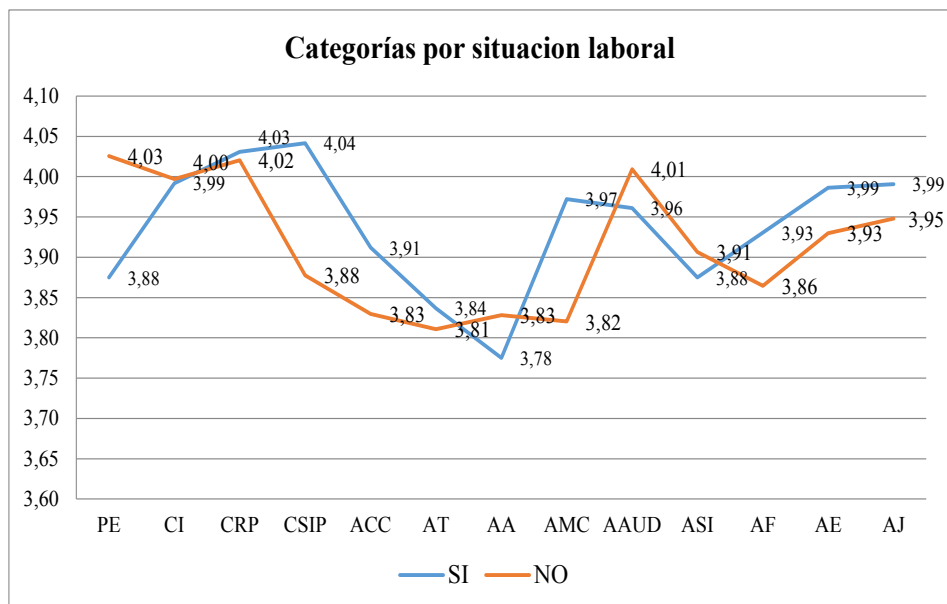


Gráfico 3. Perfil de principios, capacidades y competencias del contador-auditor de la UTA por condición laboral. Fuente: Elaboración propia (2017)

Contrastando las evidencias entre los estudiantes que ya están involucrados en campo laboral versus los que sólo se dedican al estudio, existe cierta tendencia entre los principios éticos, capacidades y competencias, por ejemplo, los PE son más sólidos en estudiantes que aún no experimentan el mundo laboral, no así con aquellos que ya se encuentran trabajando. Las Capacidades referidas a Sistemas de Información y Procesos (**CSIP**) son más visibles en estudiantes que ya trabajan, porque la exigencia de su rol así lo determina. Esta capacidad concuerda con el Área de Métodos Cuantitativos (**AMC**) que también supera en el indicador en función de la población solo dedicada al estudio. Finalmente, el Área de Economía (**AE**) y Área Jurídica (**AJ**) supera la tendencia comparativa entre grupos.

A diferencia de la competencia en el Área Administrativa (**AA**), evidencia una debilidad, porque no es campo de su formación profesional y sólo tiene conocimientos básicos sobre los elementos de la administración; además, el estudiante que está por finalizar su carrera no es contratado para cargos gerenciales sino más bien para niveles auxiliares y de preferencia en la contabilidad y/o la auditoría.

Los estudiantes que aún no entran en contacto con el mundo laboral, su fortaleza en la facultad se identifica en el manejo del Área de Auditoria (**AAUD**) evidenciando un puntaje mayor en comparación con las otras competencias. Por el contrario, el Área Tributaria (**AT**) demuestra ser la más deficiente en cuanto a su dominio puesto que solo se ve desde el lado teórico.

Cuadro 3
Correlaciones entre principios, capacidades y competencias

Correlaciones		PE	CI	CRP	CSIP	ACC	AT	AA	AMC	AAUD	ASI	AF	AE
CI	Pearson	,626**											
CRP	Pearson	,544**	,716**										
CSIP	Pearson	,359**	,566**	,618**									
ACC	Pearson	,343**	,495**	,608**	,662**								
AT	Pearson	,313**	,511**	,490**	,485**	,650**							
AA	Pearson	,372**	,438**	,446**	,483**	,605**	,627**						
AMC	Pearson	,270**	,411**	,396**	,390**	,488**	,550**	,622**					
AAUD	Pearson	,391**	,499**	,502**	,437**	,560**	,651**	,750**	,678**				
ASI	Pearson	,276**	,419**	,369**	,454**	,542**	,557**	,657**	,501**	,681**			
AF	Pearson	,320**	,479**	,452**	,463**	,568**	,606**	,627**	,501**	,664**	,700**		
AE	Pearson	,243**	,352**	,366**	,437**	,526**	,514**	,553**	,398**	,547**	,601**	,714**	
AJ	Pearson	,264**	,444**	,419**	,443**	,475**	,495**	,456**	,424**	,570**	,532**	,635**	,675**

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).
 El 100% de la sig. bilateral es de 0,0000

Fuente: Elaboración propia (2017)

El análisis de correlación se realizó en tres bloques:

Primero, dentro de los principios y capacidades, concluyendo que hay una fuerte correlación entre las Capacidades Intelectuales (CI) y las Capacidades para Relacionarse con otras Personas (CRP) obteniendo un r de Pearson de 0,716 con un $\alpha < 0,01$. Por el contrario, la correlación más débil se evidencia entre Principios Éticos (PE) y Capacidades referidas a Sistemas de Información y Procesos (CSIP), con sólo un r de 0,359 con $\alpha < 0,01$.

Segundo, dentro de las propias competencias, la de mayor fortaleza se da entre el Área de Administración (AA) y el Área de Auditoría (AAUD) superando el r de 0,750, en su defecto el menor ajuste ocurre entre el Área de Métodos Cuantitativos (AMC) y el

Área de Economía (AE) su r llega a 0,398.

Tercero, la asociación entre las capacidades y las competencias más fuertes están entre el Área de Contabilidad y Costos (ACC) y Capacidades referidas a Sistemas de Información y Procesos (CSIP) superando el r de 0,662 y, por el contrario, la menor correlación ocurre entre Principios Éticos (PE) y el Área de Economía (AE) con r de 0,243. Todos estos valores tienen un $\alpha < 0,01$.

6. Conclusiones

El futuro profesional (Estudiantes de los últimos semestres), de la carrera de contabilidad y auditoría, de la Universidad Técnica de Ambato, tiene un mayor dominio del componente ético y de las capacidades necesarias para el desempeño de su rol; luego está el manejo de las competencias, en función de su campo disciplinario de conocimiento adquirido en el aula de clase.

Las evidencias son claras en cuanto se evalúa desde la academia y, parcialmente desde el ejercicio profesional, demostrando con ello que la IES cumplen con la formación humana como objetivo de desarrollo de la sociedad, pero cuando el estudiante se convierte en profesional, sabe que el "mundo real", es diferente al aula de clase. Es el lugar donde tiene que materializar lo aprendido y acoplarse a las exigencias del campo laboral y profesional.

La investigación, para este caso, demuestra que el género femenino supera levemente al masculino en los tres componentes: Ético, capacidades y competencias del auditor-contador, puesto que las mujeres son menos vulnerables a actos de corrupción, manejan de mejor manera las relaciones interpersonales y como consecuencia de ello, hay un dominio adecuado de las competencias profesionales.

Como última conclusión está la correlación de los principios éticos, las capacidades y las competencias con ajuste directamente proporcional entre ellas llegando hasta un r de Pearson de 0,750 con un $\alpha < 0,01$, es decir existe una alta correlación.

7. Referencias

Becerra, A., & La Serna, C. (2010). *Las competencias que demanda el mercado laboral de los profesionales del campo económico-empresarial en la actualidad*. Universidad del Pacífico. Lima:

Universidad del Pacífico.

- Becerra, L., García, L., Higuerey, Á., & Paredes, R. (2005). La formación del contador público como fuente del capital humano. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10 (32), 564-579.
- Bravo, N. (2007). *Competencias Proyecto -Tunning Europa, Tunning.- América Latina*. Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de Competencias Proyecto -Tunning Europa, Tunning.- América Latina: http://www.cca.org.mx/profesores/cursos/hmfbcp_ut/pdfs/m1/competencias_proyectotuning.pdf
- Cojulún, M. (2011). *Competencias laborales como base para la selección de personal*. Universidad Rafael Landívar. Quetzaltenango: Universidad Rafael Landívar.
- Colmenares, L., Cegarra, M., & Da Costa Rivas, M. (2014). *Valores Éticos de los estudiantes de contaduría pública de NURR*. Universidad de Los Andes, 547-556.
- Contreras, J. (2011). Formación de competencias: tendencias y desafíos en el siglo XXI. *Universitas* (15), 109-138.
- Corrales, G., & Otarvaro, F. (2009). *El perfil profesional del contador público acorde a los estándares internacionales*. Universidad San Buenaventura. Medellín: Universidad San Buenaventura.
- COSEG. (2016). *Encuesta a graduados Octubre 2015 - Marzo 2016*. Recuperado el 5 de Mayo de 2016, de Encuesta a graduados Octubre 2015 - Marzo 2016: <http://fca.uta.edu.ec/SistEgresados/IndexEgresados.php>
- Crissien Borrero, E., & Rodríguez Quezada, N. (2014). *Impacto laboral y competencias de los graduados del programa de Contaduría Pública en la CUL*. Universidad de la Costa - CUC. Barranquilla: Universidad de la Costa - CUC.
- Dextre, J. (2011). La dimensión humanística en la formación del contador público. *Revista Contabilidad y Negocios*, 6 (11), ps.49-55.
- Estévez, A. M. (2005). Reflexiones teóricas sobre la corrupción: sus dimensiones política, económica y social. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10 (29), ps.43-85.
- Federación Internacional de Contadores. (Agosto de 2008). *Manual de los Pronunciamientos Internacionales de Formación*. Recuperado el 7 de Mayo de 2016, de http://www.ifac.org/system/files/downloads/Spanish_Translation_Normas_Internacionales_de_Formacion_2008.pdf
- Gil, J. (2007). La evaluación de competencias laborales. *Educación XXI* (10), 83-106.

- Gómez, J. (2012). *Las competencias del perito contador y su relación con las demandas del mercado laboral*. Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- González, M. (2008). Influencia de la ética del contador público en el control interno de las organizaciones. *Faces*, XIX (2), 181-192.
- Grande, B. (2007). *El perfil profesional del contador público en el instituto politécnico nacional ante las nuevas tendencias laborales*. Instituto Politécnico Nacional. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Guevara, D., & Moreno, F. (2015). *Percepción sobre las competencias personales y profesionales del médico familiar de los usuarios del centro de medicina familiar Vozandes "La Y" y el hospital del día "Eloy Alfaro" del IESE de la ciudad de Quito en el año 2015*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Guibert-Alba, G. M. (2013). *El rol del contador público y su responsabilidad ética ante la sociedad*. Universidad de San Martín de Porres. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Hidalgo, M., & Flores, A. (2013). Principales Competencias Profesionales requeridas al Contador Público Colegiado en Perú. *QUIPUKAMAYOC Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 21 (39), 13-18.
- Hirsch, A. (2003). Elementos significativos de la ética profesional. *Reencuentro* (38), 9-18.
- Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador. (2005). *Código de Ética del Contador Ecuatoriano*. Quito: Corporación Edi-Ábaco Cia. Ltda.
- Instituto de Investigaciones Contables del Ecuador. (2006). *Código de Ética del Contador Ecuatoriano*. Recuperado el 8 de Mayo de 2016, de Código de Ética del Contador Ecuatoriano: <https://titomayorga.wikispaces.com/file/view/C%C3%B3digo+Ética+Contador.pdf>
- López, H., Recio, R., & Gómez, D. (Mayo de 2011). *Importancia en las competencias y desempeños del contador público egresado en la Región Media de San Luis Potosi*. Universidad Autónoma de San Luis Potosi, 3-22.
- Mauro, P. (1995). Corruption and Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 110 (3), 681-712.

- Montero, S., & Raffo, A. (2013). *Percepción acerca del desempeño laboral del contador público de la Universidad del Valle en las empresas de la ciudad de Cali*. Universidad del Valle. Cali: Universidad del Valle.
- Ortoll, E. (2004). Competencias profesionales y uso de la información en el lugar de trabajo. *El profesional de la Información* , 13 (5), 338-345.
- Reinosa, D. (2012). *La formación ética del contador público*. Universidad Nacional Experimental Sur del Lago. Lima: Universidad Nacional Experimental Sur del Lago.
- Santiago, H. (2011). *Competencias del contador público en la sociedad del conocimiento*. Universidad de Los Andes. Trujillo: Universidad de Los Andes.
- Swamy, A., Knack, S., Lee, Y., & Azfar, O. (Agosto de 2000). *Gender and Corruption*. Obtenido de http://web.williams.edu/Economics/wp/Swamy_gender.pdf
- Universidad Técnica de Ambato. (2016). *Misión de la Facultad de Contabilidad y Auditoría*. Obtenido de http://www.uta.edu.ec/v2.0/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=58
- Valera-Fernández, L., & Acosta-García, T. (2011). Perfeccionamiento de la disciplina principal integradora de la carrera de Contabilidad y Finanzas. *Cuadernos de Educación y Desarrollo* , 3 (29).
- Valero, G., Patiño , R., & Duque , O. (2013). *Competencias para el programa de contaduría pública*. Universidad de Antioquia (62), 11-36.

*Turismo de eventos: Alternativa de diversificación de la oferta turística del estado Mérida, Venezuela**

Morillo M., Marysela C.

Recibido: 14-01-17 - Revisado: 08-02-17 - Aceptado: 13-09-17

Morillo M., Marysela C.
Licenciada en Administración de Empresas. Licenciada en Contaduría Pública. Magíster Scientiae en Administración. Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales.
Coordinadora del Grupo de Investigación en Desarrollo Turístico (GIDETUR) de la ULA.
Universidad de Los Andes, Venezuela.
marysela.morillo@gmail.com

Dadas las características y debilidades de la actividad turística receptiva merideña, basada en las condiciones geomorfológicas y biogeográficas, urge el desarrollo de atractivos de eventos. En el presente artículo, se presentan las bondades y fortalezas del desarrollo del turismo de eventos como alternativa de diversificación y competitividad de la oferta turística merideña, para finalmente exponer sus requisitos, como desafíos identificados por los actores. Un muestreo determinístico y 20 entrevistas a representantes del sector turístico merideño, permitieron constatar el total acuerdo con el desarrollo frecuente de eventos para la revitalización de la imagen del destino, con beneficios sociales y económicos para la comunidad local; dentro de las debilidades destacan, el deterioro y desconfiguración del casco histórico, limitaciones de terminales aéreos, escasa coordinación entre el sector público y privado, y precariedad de servicios públicos, representando requisitos y retos para el desarrollo del turismo de eventos en el estado Mérida.

Palabras clave: Atractivo; turismo de eventos; gestión cultural; destino turístico.

RESUMEN

* Resultado parcial de una investigación financiado por el CDCHTA (N° E-377-16-09-A) de la Universidad de Los Andes.

Given the characteristics and weaknesses of the meridian receptive tourism activity, based on the geomorphological and biogeographic conditions, it is urgent the development of attractions of events. Below are the advantages and strengths of event tourism development as an alternative to diversification and competitiveness of the tourist offer in Merida, to finally expose their requirements, as challenges identified by the actors. A deterministic sampling and 20 interviews with representatives of the meridian tourism sector showed the total agreement with the frequent development of events for the revitalization of the image of the destination, with social and economic benefits for the local community; Weaknesses include the deterioration and deconfiguration of the historic center, limitations of air terminals, poor coordination between the public and private sectors, and precariousness of public services, representing requirements and challenges for the development of tourism events in the state of Mérida.

Keywords: Attractive; event tourism; cultural management; tourist destination.

ABSTRACT

1. Introducción

Al reflexionar sobre la actividad turística, es ineludible partir de la relevancia de la misma, expresada en el número de personas movilizadas por diversos motivos, los niveles de gasto turístico, con una indetenible tendencia creciente a nivel mundial lo cual, hace que la actividad se constituya en un atractivo sector económico para muchos países y entidades, incluso para las más deprimidas, como la merideña. Según la World Tourism Organization –UNWTO- (2017), pese a las fuertes conmociones mundiales, el turismo ha presentado un crecimiento indetenible desde el año 1950, cuando la cantidad de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en el año 2016 se incrementó 3,9%, para alcanzar un total de 1.235 millones en el mundo, con un aumento de 46 millones de llegadas frente al año 2015. De esta manera, el año 2016 es el séptimo año consecutivo de crecimiento, pese a la crisis económica e inseguridad, crecimiento sólido ininterrumpido no registrado desde los años 70, y se espera que para el año 2030 la cifra alcance los 1.800 millones de llegadas. Ciertamente la actividad turística según su planificación y desarrollo, pese a la marcada turbulencia y vulnerabilidad de los mercados donde se desenvuelve, contribuye en primer lugar a la reorganización poblacional y a la disminución de la sobrepoblación urbana; en segundo lugar a impulsar el desarrollo de la inversión pública y

privada en regiones apartadas, así como a la generación de ingresos fiscales y de empleos directos e indirectos, lo cual a vez conduce a la distribución del ingreso per cápita. Ciertamente según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, s.f.) el turismo generó para el año 2010, 8% de empleo mundial y se espera que para el año 2019 alcance 296 millones de empleos, constituyendo un poderoso motor de arrastre multisectorial y de diversificación económica, impulsando a otros sectores como el agrícola, pesquero, comercial y artesanal, con efecto multiplicador y redistributivo de la riqueza.

Curiosamente, mundialmente hace varias décadas el turismo fue concebido bajo el paradigma de producción en masa, mediante la prestación de servicios a gran cantidad de visitantes en la búsqueda de las economías de escala, lo cual condujo a una oferta vacacional en paquetes turísticos altamente estandarizados y rígidos, con la pretensión de reducir costos y cubrir una elevada carga de costos fijos, presentes en la estructura de costos del prestador de servicios. Así se trató de satisfacer a turistas inexpertos, poco exigentes de la calidad de lo consumido y caracterizados por motivaciones básicas, quienes solo buscaban sol, playa y montañas a bajos precios (Sancho, et ál. 2006). Con el pasar de los años, investigadores como Poon (1993), encontraron varios factores capaces de impulsar el renacimiento de nuevos consumidores de productos turísticos, como son el uso de nuevas tecnologías, impulsando formas flexibles de producción y gestión turística ante cambios del entorno. Ciertamente, según Sancho et al. (2006), el sector turístico ha comenzado a dar respuesta a los cambios de sus consumidores, a los estilos de vida, el nivel educativo, el tiempo y la renta disponible de los visitantes, tratando de satisfacer a viajeros cada vez más informados, educados y experimentados con una gran diversidad de necesidades y deseos, más conscientes de la preservación medioambiental y cultural; es decir, viajeros con motivaciones más complejas que buscan nuevas experiencias, que consideran o valoran el entorno y la cultura local como parte de una experiencia turística enriquecedora y de crecimiento personal. Lo anterior ha surgido en un sistema turístico, conformado por un conjunto de oferentes y demandantes que intercambian un producto turístico, concebido como la conjugación de atractivos, equipamientos y elementos de accesibilidad (gráfico 1).

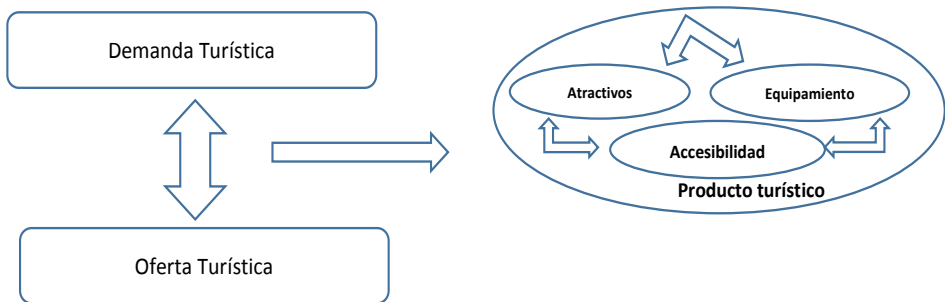


Gráfico 1. Componentes del sistema turístico. Fuente: Elaboración propia

Ante este panorama, el empresario turístico deberá adaptarse al nuevo turista y a la nueva concepción de producto turístico, con su poder de negociación y habilidad de combinación de componentes del producto turístico; diseñando paquetes ajustados a las necesidades del turista, con los componentes básicos usuales (alojamiento, restauración, transporte, entre otros). Por ello, en los últimos años, se promueven estancias breves en las cercanías del turista, con diferentes combinaciones de atractivos o motivos de viaje (Sancho et al. 2006); y nace un círculo virtuoso al atender a viajeros exigentes, quienes no permiten la producción estandarizada o rígida, sino que dan paso a un adecuado uso de las TIC'S en su sistema de promoción, reserva y servicio post-venta, a una diversificación de atractivos, y una segmentación del mercado, a partir no solo de variables demográficas sino de intereses concretos, profesiones y estilos de vida.

En Venezuela, incluido el estado Mérida, datos recientes muestran la complejidad de la situación económica y social, que apuntan a la diversificación económica con el fortalecimiento del sector turístico. No obstante, la crisis interna no ha permitido un incremento de la cantidad de viajeros recibidos, por ejemplo desde el año 2012 al 2014, hubo un retroceso de 16,950% y 10,78% durante los meses julio y agosto respectivamente, mientras que mensualmente durante el año 2014 en los meses de junio, julio, agosto y septiembre el retroceso fue de 9,88%, 10,85%, 10,84%, 11,70%, respectivamente así lo reporta el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR, 2015), por el contrario, se reporta un constante incremento en la cantidad de residentes

que viajan al exterior por motivos vacacionales, por ejemplo en el año 2014 y 2015 salieron al exterior 192.960 y 195.505 personas respectivamente Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR, 2015a).

1.1. Tendencias del turismo receptivo del estado Mérida

A nivel local, producto de las condiciones geográficas y naturales presentes en el estado Mérida, al igual que en toda Venezuela, existen en la entidad inmejorables ventajas comparativas para el desarrollo de la actividad turística, como complemento a su estructura económica dependiente de renta petrolera. Sobre el turismo receptivo del estado Mérida, pese a que el turismo merideño ha sido considerado como una actividad económica estratégica dentro de los planes de desarrollo a nivel nacional y regional, tal énfasis no ha logrado su cometido, pues a lo largo de los últimos años (2000 – 2017), según las cifras mostradas por la Corporación Merideña de Turismo –CORMETUR- (2017) la actividad turística ha presentado las mismas tendencias y debilidades. Es decir, en estas cifras se evidencian las mismas características, como el origen nacional de la mayoría de turistas (gráfico 2), de breve estadía y traslado terrestre, atraídos no solo por las condiciones naturales sino por los bajos precios. Igualmente, dicha actividad se encuentra concentrada geográficamente alrededor de la ciudad capital del estado Mérida al igual que la ubicación del alojamiento seleccionado (gráfico 3), y lo cíclico del nivel de demanda, temporalmente alrededor de cuatro temporadas al año, lo cual ha contribuido a su escaso desarrollo (gráfico 4).

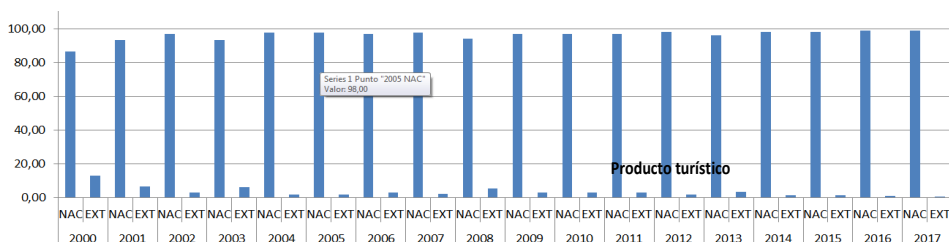


Gráfico 2. Proporción de turistas nacionales y extranjeros en el estado Mérida, por años. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CORMETUR (2017)

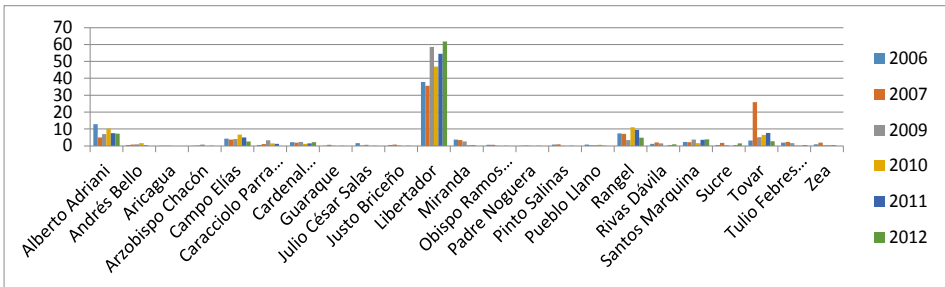


Gráfico 3. Municipios visitados y lugar de alojamiento de los turistas en el estado Mérida por años. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CORMETUR (2017).

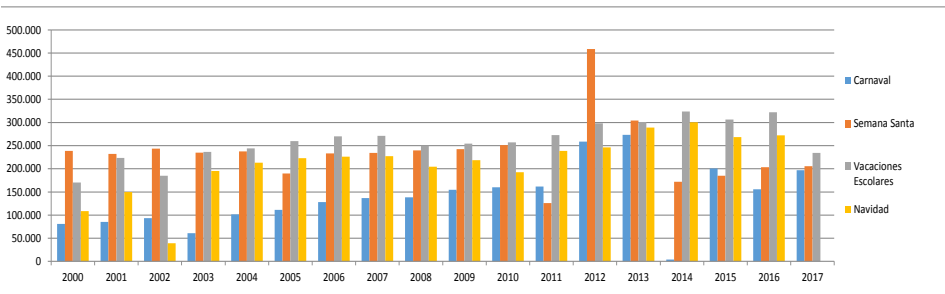


Gráfico 4. Cantidad de turistas en el estado Mérida por temporadas. Fuente: Elaboración propia a partir de datos tomados de CORMETUR (2017).

Los lugares visitados están concentrados alrededor de la ciudad capital, pues en los años de estudio y temporadas observadas (del año 2000 al 2013) se presentan importantes visitas de turistas a pueblos como Los Nevados, Bailadores, Santo Domingo, Pueblo Llano, Tovar, Apartaderos, La Azulita, entre otros; ello amerita la elaboración de programas y paquetes turísticos hacia lugares fuera de la ciudad capital, destacando el folklore y las tradiciones de los pueblos, en concordancia con la naturaleza. Igualmente, en el estado Mérida, existe una marcada afluencia turística alrededor de sólo cuatro temporadas al año, donde la menor afluencia de turistas es en Carnaval, no por los escasos atractivos durante la época, sino por la corta duración de dicha temporada, que no permite la afluencia de gran cantidad de visitantes desde estados lejanos, que roten en las instalaciones. Esta estacionalidad turística, genera efectos negativos en el desarrollo de la actividad, pues la

misma limita la posibilidad de contratar a trabajadores entrenados por tiempo indefinido, y la regularidad de ingresos que financien ampliaciones y la optimización de servicios, incidiendo no solo en la calidad del servicio turístico, sino en la estabilidad social y laboral de la comunidad receptora (Morillo, 2015).

De lo anterior se deduce que, las recomendaciones, los planes y políticas públicas no han causado los efectos esperados a lo largo de los años, dado que la actividad turística continúa presentando las mismas tendencias; es decir, el destino ha atraído por muchas décadas en su gran mayoría a turistas nacionales por motivos vacacionales, de breve estadía y moderado gasto turístico, concentrados cíclicamente en solo cuatro temporadas y en torno a la ciudad capital. En estos casos, García y Olmos (2015) apuestan a la diversificación de la oferta turística del destino, como estrategia clave para sobrevivir en un sector de larga historia, y destacable para la economía de muchos países. Es por ello, que una alternativa para incrementar la duración promedio de la estadía del visitante en el estado Mérida, es desarrollar mayor cantidad de atractivos turísticos, capaces de retener al turista por mayor tiempo durante las temporadas altas y atraer una mayor cantidad de visitantes en temporadas baja (Borges, 2013). Al promover la afluencia de turistas en temporadas bajas, con una estadía superior a la tradicional (una semana), se podría elevar el gasto por estadía, y compensar la escasez de visitantes y de ingresos durante todo el año.

Con vista a las anteriores debilidades del sistema turístico merideño, se debe impulsar nuevos atractivos en el destino, y considerando que mundialmente existen infinidad de destinos turísticos exitosos diferenciados por sus atractivos culturales y eventos adecuadamente planificados y gestionados, es pertinente presentar las bondades y fortalezas del estado Mérida al desarrollar el turismo de eventos así como los requisitos y fases de planificación para su desarrollo adecuado, como alternativa de diversificación de la oferta turística merideña, que por muchos años ha estado configurada dentro de un destino turístico recreacional de montaña. El presente trabajo en una primera parte se expone la revisión de la literatura en torno a los atractivos turísticos, y al turismo de evento partiendo de su vinculación con el turismo

cultural como experiencia, que permitió al investigador realizar el análisis de los resultados hallados a partir un diseño metodológico cualitativo, transversal, y de campo. Finalmente, se presentan las conclusiones basadas en las experiencias y puntos de vista de los participantes del sector turístico merideño.

2. Marco teórico

2.1. Atracciones turísticas

Una "... atracción turística es la expectativa de ver o hacer algo concreto, son las que mueven a los consumidores turistas y a los excursionistas a desplazarse a un destino turístico" (Sancho, et al. 2006, p. 134). Es decir, son las verdaderas razones por las cuales los viajeros se desplazan desde su localidad hasta un determinado destino, responsables de la elección entre un lugar a otro, como elemento activador del desplazamiento; los demás elementos (equipamiento, hoteles y restaurantes), solo facilitan el desplazamiento y la estadía, de llegar a fallar, indudablemente imposibilitaría la experiencia turística, con la salvedad de que algunas veces las instalaciones o localización física de un hotel, de un crucero, o restaurantes también constituyen un importante atractivo.

Un atractivo puede estar constituido por el sitio o evento que se desea conocer, visitar o presenciar, de índole natural o cultural. Dentro del atractivo natural destacan los recursos geomorfológicos, biogeográficos y las áreas de conservación; dentro de los culturales, el patrimonio histórico, artístico y ambiental, el folklore, los eventos deportivos, académicos, científicos, gastronómicos, musicales y espectáculos artísticos en general. De manera simple Swarbrooke (1995) presenta otra tipología, como son las atracciones naturales, las creadas por el hombre con o sin la intención de atraer visitantes, y en los eventos especiales destacan, festivales de arte, encuentros deportivos, mercados y ferias, festividades folklóricas, aniversarios, eventos religiosos, entre otros.

De cara a la competitividad de los destinos y a nivel micro o empresarial, y con vista en los atractivos turísticos, hay mucho por hacer, dado que estas tipologías de atractivos hacen que los viajes impliquen no sólo la simple estadía en un hotel o tiempo de recreación y descanso; sino, la mezcla de factores

como el crecimiento personal, el intercambio de conocimientos en actividades educativas, culturales y científicas; de hecho, en las últimas décadas han surgido nuevas tipologías de turismo, incluso desde el enfoque de la sustentabilidad (Román et al., 2014), denominado turismo alternativo por referirse a una oferta distinta a la tradicional (vacacional recreativa desarrollada con atracciones de montaña, sol y playa) y sin limitaciones espaciales, dado que los destinos turísticos son infinitas en el mundo gracias a las potencialidades de cada espacio (Torres, 1998), con el objeto de que el turista contacte la naturaleza, con expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas con el debido respeto al patrimonio natural, cultural e histórico del destino, incluso a los valores comunitarios, sociales y ecológicos del lugar (Ibañez et al., 2012). En estas circunstancias las prácticas de agroturismo, turismo rural, cultural, turismo deportivo, de aventura, el turismo estudiantil, académico, y otros, son opciones del turismo alternativo (Torres, 1998).

2.2. Turismo cultural como experiencia

Para Morére y Perelló (2013), el turismo cultural nace e integra dos áreas: La cotidianidad en sus múltiples formas (patrimonio, lengua, hábitos, creaciones artísticas, tradiciones, gastronomía, etc.), y el desplazamiento con las distintas experiencias que los viajeros perciben en su estancia, como herramienta de conservación del patrimonio. El turismo cultural, se origina del patrimonio histórico en los años 60, cuando en Italia se empezó a crear un marco teórico enfocado al patrimonio y los bienes culturales, para ser disfrutados por el público. Ya para el año 1976, la UNESCO presenta la primera definición al expresar que el turismo cultural tiene por objeto el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos, con efecto positivo al permitir el mantenimiento y protección de éste, con los debidos beneficios socio-culturales y económicos para toda la población implicada. Luego la OMT en 1995 propone su definición, "... como todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros" (p. 9).

En la actualidad, para autores reconocidos como Cárdenas

(2001) y Acerenza (2004), el turismo cultural, es el motivado por los deseos del viajero de aumentar sus conocimientos y disfrutar de emociones artísticas en monumentos, exhibiciones artísticas, abarcando todos los aspectos del viaje donde el visitante intercambia conocimientos e ideas de los destinos visitados, procurando siempre conocimientos, satisfacción y contemplación directa, no lograda con reproducciones de forma superficial o rápida, sino mediante la formación de imágenes de los valores y lugares visitados; lo que implica visitas a bibliotecas, museos, galerías de arte, espectáculos musicales, teatrales, dramáticos y cinematográficos, expediciones científicas, zonas arqueológicas, asistencia a conferencias, congresos, seminarios y demás reuniones académicas. En todas estas visiones, según Morére y Perelló (2013), están presentes tres condiciones identificadas por la Unión Europea, como lo es el deseo de cultivarse o por conocer y comprender los objetos, las obras y los hombres; el uso de recursos de significado cultural (monumento, obra de arte, espectáculo, intercambio de ideas); y la intervención o intermediación de persona, documento o material audiovisual.

Dentro de la primera condición del turismo cultural, se pueden ubicar varios matices de experiencias de viaje. La primera es una experiencia de viaje básica para escapar de todos como un breve periodo de descanso de renovación y relación para disfrutar de un interés especial, como la música, la danza, el cine, las artes plásticas, la arqueología, entre otras. La segunda es una experiencia social, como la oportunidad del visitante de conocer nuevas personas o grupos de interés, y de compartir experiencias y vivencias con académicos, colegas o conocedores del género cultural específico. Igualmente, el turismo cultural lejos de ser una experiencia para presenciar un evento importante para los intereses del turista, suele ser una experiencia educativa o de aprendizaje que complementa la satisfacción de viajeros maduros y sofisticados quienes aspiran a incrementar sus conocimientos, no solo sobre el género cultural, sino también sobre el destino y las características que el destino posee.

Por todas estas condiciones, en muchas ocasiones el turismo cultural es identificado como un tipo de turismo alternativo el cual, según Zamora (2004) abarca una amplia gama de

alternativas, combinaciones de atracciones y de nuevas prácticas, realizadas en cualquier espacio rural y urbano, asegurando un bajo impacto ambiental y sociocultural y con bajo número de turistas provenientes en su mayoría de grandes ciudades; el cual según la OMT (2015), va en constante aumento, pese a que a menudo aparece junto con las cifras de los viajes con motivo de recreación.

2.3. Turismo de eventos

Según Morére y Perelló (2013), los enfoques del turismo cultural son multidisciplinarios, pese a que se ha desarrollado especialmente en torno al patrimonio histórico de los destinos. Ciertamente, al analizar los matices de la experiencia del turismo cultural, según Pérez-Respaldiza (2014), este tipo de turismo posee una visión más amplia al incluir cualquier atractivo que incorpore elementos culturales del destino, y no solo elementos como la arquitectura, el diseño, las artesanías, e incluso los mismo hoteles, restaurantes, complejos turísticos, parques temáticos sino también, las reuniones a realizar en torno a las artes escénicas, la música, el deporte, festividades religiosas o folklóricas. Estas reuniones o concentración de grupos de interés en aspectos culturales o educativos, constituyen los eventos como un atractivo creado por el hombre, en la mayoría de los casos para atraer a visitantes, el cual ya había sido identificado por Swarbrooke (1995), y que junto con el acceso y la facilidad o equipamiento constituye un producto turístico relevante (Sancho, 2006). Por ello, son comunes la celebración de eventos culturales como atractivo en las ciudades históricas (Morére y Perelló, 2013).

De allí se desprende un reciente tipo de turismo denominado turismo de eventos, con un creciente segmento de demanda turística que incluye el turismo de convenciones, congresos y reuniones, cuya evolución en el nuevo milenio es notable en comparación con otros segmentos, como factor transformador de una sociedad o región, como un intento por atenuar los efectos de la temporada baja del turismo tradicional vacacional; ello ha ocurrido en Brasil desde los años 90 cuando el turismo convencional de sol y playa se ha complementado con el turismo de congresos y reuniones (Carrizo y Vieira, 2009). También en Estados Unidos, este turismo ha tenido uno de los crecimientos más vertiginosos, calculado en

326 millones de personas que viajan por año para asistir a eventos o espectáculos, representando una cuarta parte de todos los viajes en el país; igualmente la asistencia a teatros operas, funciones de danza profesional alcanzó 86,3 millones de personas para el año 1991; por ello, muchos países y ciudades en el mundo compiten por celebrar megaeventos como las Olimpiadas, la Copa Mundial de Fútbol, visitas papales, entre otros (Goeldner y Ritchie, 2011).

No obstante, el turismo de eventos requiere una estrecha interdependencia entre los diversos agentes interesados, según la amplitud la temática inter- multi-pluri-disciplinaridad del evento, es decir, estos requieren el conocimiento de la realidad económica, social, cultural y ambiental del destino con una visión sistémica para la identificación de oportunidades (Carrizo y Vieira, 2009).

Actualmente existen ciudades especializadas en la organización de congresos y demás eventos, también muchos países se preocupan por fortalecer su comida nacional, su folklore y lograr una imagen que pueda incentivar a los turistas; por ello, establecen festividades religiosas, clubes deportivos y artísticos, incluso hoteles y restaurantes se especializan y ofrecen el atractivo gastronómico, que incluyen festivales o encuentros gastronómicos, con personal altamente capacitado, buscando cautivar a turistas selectos de ingresos elevados, lo cual les otorga posicionamiento como destinos turístico.

Este constante incremento se explica en parte, por ser un turismo de afinidad donde en el caso del turismo de eventos, dada la complejidad y rapidez de los avances de la ciencia y del conocimiento, hacen imprescindibles las relaciones de grupos que afiancen el intercambio de ideas y los adelantos tecnológicos y científicos.

Una de las principales bondades del turismo de eventos, además de atenuar los efectos de la estacionalidad del turismo al programarse muchos eventos artísticos, convenciones, entre otros en épocas de baja afluencia turística, es que los eventos tienen la capacidad de extender geográficamente la demanda turística, permitiendo que cada región de a conocer su singularidad, fomente su estima local y sus beneficios económicos; por ello, en muchas regiones las celebraciones destinados a la comunidad local han crecido con la intención de atraer turistas (Goeldner y Ritchie,

2011). Igualmente, el turismo de eventos afianza el regreso del turista, por cuanto muchos turistas de congresos y convenciones, de acuerdo a su satisfacción, regresan de nuevo al destino acompañado de familiares y amigos en búsqueda de descanso (vacaciones), o continuar sus fines culturales según el servicio y la imagen percibida del destino. También, las experiencias sociales, educativas o de aprendizaje del turismo de eventos, pueden ser combinadas con experiencias recreativas, por cuanto los turistas suelen emplear la mitad de su tiempo visitando atracciones turísticas convencionales (recreacionales), haciendo compras o visitando amigos, lo que lo hace ser un turismo compatible y no excluyente con las actividades convencionales de recreación y esparcimiento, reforzando o incrementando el gasto turístico en el destino. Incluso según Sancho et al. (2006), en el mundo se organizan cruceros cortos tipo chárter donde se desarrollan convenciones y eventos específicos.

Por lo anterior, el turismo de eventos incluyendo el cultural, es de gran versatilidad al poderse combinar e incluir otros tipos de turismo como el recreativo, de naturaleza, estudiantil, entre otros. De allí que académicamente, según Olmos y García (2015), los motivos del turismo como lo son la recreación, los negocios, las visitas a parientes y amigos, no son excluyentes sino complementarios. No obstante, algunas veces al confundirse la demanda del turismo cultural, con el turismo científico, de congresos y convenciones, y el estudiantil, causa serios trastornos en los operadores al ofrecer un producto no adaptado a la demanda existente. Otra ventaja del turismo de eventos, señaladas por Carrizo y Vieira (2009), es que requiere importantes inversiones públicas, estructurales e intangibles, que financien la construcción de palacios de congresos, centro de convenciones en los principales centros urbanos, que refuerzan no solo la oferta sino la calidad de vida de la comunidad local.

3. Metodología

A nivel local, dada la ausencia de investigaciones y antecedentes del surgimiento, y gestión del turismo de eventos, y con miras al alcance del objetivo trazado, se diseñó una investigación exploratoria, cualitativa y de campo, realizando cuidadosas

consultas a la literatura reciente y recurriendo a la opinión y experiencia de informantes directos clave, identificados como investigadores y participantes del sector turístico merideño, profesionales, representantes y responsables tanto del sector turístico privado y público. Dichos expertos fueron seleccionados mediante un muestreo determinístico intencional, el cual bajo el juicio del investigador permitió asegurar la representatividad del sector, estrictamente vinculado a la organización de eventos, así como la transversalidad e integralidad de la información obtenida.

Específicamente, durante el segundo semestre del año 2016 se entrevistó a un grupo de 20 individuos, conformado por cinco representantes de organismos públicos encargados de planificar y regular el desarrollo de la actividad turística en el estado (profesionales de la arquitectura e ingeniería coordinadores y funcionarios de la unidades de proyectos y mercadeo de turismo de alcaldías de Libertador y Campo Elías, Instituto Nacional de Turismo -INATUR-, Corporación Merideña de Turismo -CORMETUR-, y Gobernación del estado Mérida); también se entrevistaron dos gerentes de empresas privadas participantes y vinculados a la organización de eventos en la entidad, así como tres gerentes de establecimientos de alojamiento turísticos dotados de salones para el desarrollo de eventos, seis agencias de viaje ubicadas en los estados Aragua, Miranda, Vargas, Monagas y Nueva Esparta, encargados de promocionar y captar turistas para el estado Mérida, contactados telefónicamente y a través de correo electrónico; dos ex-directivos y miembros de la Cámara de Turismo del estado Mérida, y dos profesores universitarios e investigadores expertos en la actividad turística merideña. En dicha entrevista, de forma semi-estructurada, se consultó la opinión de los entrevistados sobre la importancia de la organización de eventos para la atracción de turistas a la entidad, cantidad y tipo de eventos que se han organizado en el sector o en su empresa en los últimos cinco años, segmento al cual estuvo dirigido, fortalezas y debilidades existentes en el estado para el desarrollo de eventos como atractivo turístico, posibilidades para la organización de eventos en diversas temáticas (ciencia, gastronomía, géneros musicales, danzas, teatro, negocios, deporte, entre otros), necesidades de personal calificado, entre otros aspectos.

Posteriormente, se procedió a realizar un análisis triangular con la información obtenida de las fuentes documentales y estadísticas, de las entrevistas realizadas a los informantes clave discriminados en representantes del sector público y del sector privado, con lo que se trató de analizar la información obtenida desde diferentes perspectivas, con una síntesis integrativa.

4. Resultados y discusión

4.1. Eventos y convenciones: Alternativas de turismo cultural merideño, ventajas y limitaciones

Crear atractivos turísticos culturales basados en eventos culturales o académicos, como exhibiciones artísticas, espectáculos musicales, teatrales o cinematográficos, congresos, seminarios, competencias deportivas, celebraciones religiosas y otros; no es difícil en el estado Mérida. Así lo manifestaron la totalidad de informantes clave entrevistados, quienes incluso señalaron la posibilidad de desarrollo de otros motivos con connotaciones históricas y artísticas para la realización de los eventos tales como desfiles, subastas, excursiones, ceremonias, aniversarios, y lanzamientos, de interés para un buen número de visitantes.

Buena parte de representantes del sector público y privado, coinciden en que desde hace muchas décadas las atracciones del estado Mérida, han estado basadas en los atributos geográficos (condiciones geomorfológicas y biogeográficos), por lo que su imagen ha estado configurada como un destino turístico de montaña, con grandes riquezas naturales, con una ciudad limpia y estudiantil, agradable, cordial, económica y con uno de los mejores niveles de calidad de vida de Venezuela. Por lo que es imprescindible enfatizar en el importante patrimonio cultural merideño, para atraer al turismo nacional e internacional con fines recreativos y académicos que esa imagen sobresalga de una gama de oferta que satisfaga las mismas necesidades, para ocupar un espacio en la mente del usuario en relación con los competidores. Para los representantes de organismos públicos y ex-directivos y miembros de la Cámara de Turismo, es una oportunidad para reposicionar la imagen del destino merideño, a partir de la diversificación de su oferta turística, es decir, de sus atracciones y no sólo como un destino turístico de montaña, de nieves eternas,

de pueblos acogedores y tranquilos, sino también dar fuerza a la imagen de una Mérida taurina, histórica, y hasta romántica, así como culta e intelectual que siempre ha tenido de una Universidad con una ciudad por dentro. Ciertamente para el año 2016 la Universidad de los Andes (2016) organizó 8 eventos artísticos y culturales (conciertos, encuentros cinematográficos, festivales, entre otros), 5 eventos deportivos, y 97 académicos (simposio, congresos, festivales cinematográficos, ciclo de conferencias, foros, jornadas, entre otros) en las diversas disciplinas o áreas del saber. Todo ello coincide con Goeldner y Ritchie (2011), quienes indican que el turismo de eventos posee un doble propósito: Aprovechar la imagen del destino, y ser excelente estrategia de comercialización de todo el destino turístico como una importante fuerza de reputación.

Igualmente, desde la perspectiva de los investigadores entrevistados, la organización de eventos como exhibiciones y espectáculos artísticos y reuniones académicas, en el estado Mérida, se estaría no solo revitalizando la imagen de destino tradicional, para reposicionar el lugar en la mente del consumidor, sino también aprovechando las tendencias actuales de una demanda más activa e interesada en temas culturales, por experiencias enriquecedoras y educativas, y la mayor información que actualmente manejan los visitantes potenciales, gracias a los medios de comunicación y avances tecnológicos y sus mayores niveles de educación, que estimulan el deseo de desplazarse. También manifestaron, en coincidencia con los representantes del sector público, que se trataría de la mejor forma de utilizar los espacios culturales del cual está dotado el estado (centro de convenciones y culturales, plaza de toros, entre otros) y para lo que fueron construidos.

Ciertamente, a partir de la recolección de datos efectuada por CORMETUR, se constataron los principales componentes de la oferta turística, donde además de atractivos naturales, ampliamente difundidos y únicos en el país, posee una elevada gama de atractivos culturales.

De acuerdo a la actualización de Inventario de Patrimonio Cultural e Histórico del estado Mérida efectuada por CORMETUR (2012), el estado Mérida posee edificaciones calificadas como patrimonio cultural ... 03 Parques Temáticos, activos e inscritos en el RTN, ... de interés histórico y

artesanal, únicos en territorio nacional ... e importantes celebraciones religiosas, ... las cuales se extienden por todos los municipios del estado. (Morillo y Morillo, 2014, p. 134)

Específicamente en el estado Mérida, existe un importante patrimonio histórico, y artístico, representado por numerosos centros y casas culturales, museos, iglesias, teatros, bibliotecas, complejos deportivos, plazas, edificios públicos y otras instalaciones, distribuidas en todos los municipios de la geografía merideña (Cuadro 1); muchas de ellas, son gestionadas por instituciones u organismos públicos, y aun cuando muchos de estos elementos o espacios no fueron creados con la intención directa de atraer visitantes, según Goeldner y Ritchie (2011), son de gran valor para el desarrollo del turismo cultural por su capacidad para albergar físicamente la realización de eventos académicos, deportivos, entre otros. Se razona que, estas condiciones no son fáciles de imitar por otras ciudades del país, por ser únicas, factibles de ser comunicadas, visibles y valoradas por los segmentos de mercado, como requisitos indispensables, mencionados por Parra y Calero (2005), como elementos diferenciadores de un destino turístico.

En este sentido, buena parte de los entrevistados, incluyendo los representantes del sector público, manifestaron la precaria conservación del patrimonio histórico y cultural, del estado Mérida. En particular los investigadores y académicos entrevistados indicaron el constante deterioro y desconfiguración urbanística y arquitectónica del casco histórico y colonial de la ciudad de Mérida, el excesivo cableado aéreo, el mal estado de calles y calzadas, la falta de iluminación, la constante acumulación de desechos sólidos, la elevada congestión vehicular en todas sus calles y avenidas; entre otros aspectos, le quitan la riqueza arquitectónica del casco histórico merideño. Por estas razones, en opinión de los entrevistados, buena parte de dicho patrimonio posee serias limitaciones para ser utilizado con fines turísticos, siendo pertinente de acuerdo a Goeldner y Ritchie (2011), mucha de esta infraestructura debe no solo adaptarse en función a los intereses del turista y ser nutrido con abundante material informativo, sino también preservarse.

También los gerentes organizadores de eventos identificaron la infraestructura necesaria para la organización de eventos, creados

para tal fin, como lo son los alojamientos y los espacios propios de celebración de eventos. Dentro del último grupo identificaron dos infraestructuras para albergar eventos de mediana magnitud como son: La Plaza de Toros Román Eduardo Sandía y el Complejo Deportivo Las Cinco Águilas Blancas; otros tres que podrían ser utilizadas para eventos de pequeña magnitud son: El Centro Cultural Tulio Febres Cordero, el Centro de Convenciones Mucumbarilas, y el Auditorium de la Facultad de Ciencias Forestales de la Universidad de Los Andes. Estas infraestructuras son una muestra de la concreción de políticas públicas que durante muchas décadas han unido esfuerzos a fin de consolidar a Mérida como un ciudad culta, moderna, posicionada como destino turísticos, no sólo académico sino de eventos en general (deportivos, artísticos, entre otros).

Cuadro 1

Inventario de espacios históricos y artísticos del estado Mérida, por municipio

MUNICIPIO DE UBICACIÓN	ESPACIOS
Andrés Bello	Paseo Nuestros Campesinos
Antonio Pinto Salinas	Bibliotecas Nectario Hernán Varillas
Aricagua	Biblioteca Publica Doña Blanca Julia Moreno de Dugarte
Arzobispo Chacón	Casa de Ciencias Tecnología e Innovación Canaguá Casa de la Cultura Dr. Luciano Noguera Mora. Casa de la Cultura Merlinda Molina de Rodríguez. Escuela de arte Pbro. Emilio Ramírez M. Biblioteca Pública Rodolfo Mora.
Campo Elías	Museo Histórico Religioso. Fundación Hacienda El Pilar, Ateneo de Ejido. Museo Acequias.
Caracciolo Parra	Biblioteca Pública Carmen Valverde.
Cardenal Quintero	Teatro Fundación Padre Lombera. Biblioteca Carlos Muñoz Oraa
Julio Cesar Salas	Centro Cultural Escuela de Labores
Justo Briceño	Casa de la Cultura Don Antonio María Quintero. Biblioteca San Cristóbal de Torondoy Don Simón Rodríguez
Libertador	Museo de Ciencia y Tecnología. Centro Cultural Tulio Febres Cordero. Casa de la Cultura Juan Félix Sánchez. Casa de los Antiguos Gobernadores. Museo de Arte Colonial. Museo Arquidiosesano. Palacio Arzobispal. Museo de Arte Moderno Juan Astorga Anta. Museo Arqueológico Gonzalo Rincón Gutiérrez. Museo de Arte Colonial. Museo Inmaculada Concepción. Museo Mariano Picón Salas. Museo Retablo Del Campesino. Museo Biblioteca Bolivariana. Museo Palacio De Los Niños. Casa Internacional de Congresos Mucumbarila. Casa del Prócer GraJ. Juan A Paredes. Casa Boseet.
Miranda	Casa de la Cultura Jesús María Espinosa. Museo Arqueológico Timotes.
Padre Noguera	Museo Antropológico Desurca
Rangel	Biblioteca Pública Juan Félix Sánchez y Epifanía Gil. Biblioteca Mucuruba. Casa de la Cultura Monseñor Jáuregui. Casa de la Cultura Cooperativa La Carreta. Casa de la Cultura San Isidro. Museo Benigno Sánchez y Vicenta de Sánchez. Museo Un Encuentro en el Páramo.
Pueblo Llano	Ateneo De Pueblo Llano. Biblioteca Pública Manuel Molina.
Tulio Febres Cordero	Biblioteca Pública Tomas Castelao.
Sucre	Ateneo de Lagunillas. Museo Histórico Antropológico. Julio Cesar Salas. Biblioteca Pública Dr. Merleit Mejias Pérez. Biblioteca Sala de Lectura Chiguará. Biblioteca Publicas: Antonio Pinto Salinas, Antonio José de Sucre y Teresa de la Parra.
Tovar	Centro Cultural de Tovar. Coliseo de Tovar.
Zea	Centro Cultural Rafael Ángel Rondón Márquez.
Santos Marquina	Biblioteca Profesor José Ramón Gallegos.

Fuente: Tomado de Morillo y Morillo (2014, p. 130-131)

Sobre la infraestructura de alojamiento, manifestaron muchos de los entrevistados la incapacidad de los mismos para albergar a gran cantidad de personas en ubicaciones cercanas a la celebración del evento, por lo que se mostraron de acuerdo con organización de eventos de pequeña dimensiones o dirigidos en gran medida a la comunidad local, o a la realización de esfuerzos adicionales en la organización de los mismos para tratar de albergar la demanda en diversos establecimientos, y el traslado de los mismos dentro del destino; tal opción fue manifestada por los gerentes de los alojamientos entrevistados. La anterior debilidad se halló pese a que en años recientes según Morillo y Morillo (2014), el sector público y privado han hecho esfuerzos por incrementar la capacidad del alojamiento, distribuidas en 23 municipios de la geografía merideña; en total son 199 hoteles de turismo (desde cuatro estrellas hasta los no categorizados), 11 moteles, 189 posadas, 11 campamentos, entre otros, los cuales ofertan según la CORMETUR (2016), para el año 2016 más de 45 mil plazas camas.

Otra ventaja indicada por la totalidad de los informantes clave, es que el desarrollo del turismo de eventos es una estrategia de comercialización para la desestacionalización de la demanda turística merideña, donde los patrocinantes y organizadores podrían aprovechar la oferta de servicios de alojamiento a precios de temporada baja, lo cual es precisamente el objeto del turismo alternativo en sus distintas modalidades, como vehículo para revalorizar económicamente lugares o momentos donde no han existido tradición o prácticas turísticas (Ibañez et al., 2012). Adicionalmente, de acuerdo a Goeldner y Ritchie (2011), las actividades culturales y educativas son perfectamente compatibles o permeables de ser planificadas en temporadas bajas. Es así como, para Olmos y García (2015), los destinos deben plantearse como estrategia prioritaria la desestacionalización, buscando nuevas oportunidades de atracción de turistas, y mantener estos flujos durante todo el año, rentabilizando las inversiones realizadas, ofreciendo estabilidad en el empleo y garantizando al turista una experiencia más satisfactoria.

Por otra parte, algunos entrevistados manifestaron que se podría pensar en una demanda turística internacional, siempre que se ofrezcan las condiciones de calidad y del entorno adecuadas

(de seguridad, salubridad, estabilidad social, entre otras); ello permitiría relanzar a la entidad como destino turístico internacional, por cuanto se estaría recuperando según la mayoría de informantes el antiguo calificativo merideño como primer destino turístico del Caribe, no sólo de montaña sino también cultural, y apuntalar la celebración internacional del "Festival taurino de América", en el marco de la "Ferias Internacionales del Sol".

Otra de las ventajas para el estado Mérida, del desarrollo de turismo de eventos, identificadas por los entrevistados, es que en la entidad existe un amplio segmento de mercado que gusta o prefiere regresar a Mérida en repetidas ocasiones para disfrutar de la experiencia; específicamente los gerentes de los alojamientos y agencias de viaje entrevistados indicaron que poseen clientes asiduos altamente satisfechos que realizan reservaciones con mucha anticipación por diferentes motivos, temporadas, para asistir a festividades, celebraciones, entre otras. Ciertamente la corriente de turismo receptivo merideño, según Morillo (2015), muestra elevados niveles de intenciones de regreso, por lo que la realización de eventos culturales festivos artísticos de forma recurrente podría constituir una forma de incrementar y mantener las elevadas intenciones de regreso que han mostrado los visitantes al estado durante los últimos 13 años.

Finalmente, los entrevistados señalaron que además de los beneficios estrictamente económicos que pudieran reflejarse en creación de empleos, demanda de servicios, entre otros, organización y desarrollo de eventos culturales en el estado Mérida, también beneficiaría a las comunidades locales, dado que la demanda o los destinatarios de dichos eventos también incluyen a comunidades locales o residentes de la entidad merideña. Según la temática en la que se desarrolle el evento, éste pudiera constituirse en importantes esfuerzos educativos, lo cual conducirá a elevar su calidad de vida y en pro del orgullo de la comunidad local.

Como debilidad generalizada al desarrollo de la actividad turística merideña, y manifestada por los informantes es la escasa y casi nula cooperación entre el sector privado y público, lo que se traduce en políticas públicas descoordinadas y ausencia de colaboración.

4.2. Enfoque de producto para el turismo de eventos: Oferta, demanda, planificación y requisitos

Al analizar la realización de eventos culturales, según el enfoque de producto propuesto por Goeldner y Ritchie (2011), que comprende el estudio de la forma como se produce y comercializa el producto turístico, los que intervienen en su compra y venta, movilización y encuentro de personas, como fenómeno social, se razona que toda manifestación del turismo cultural con sus correspondiente impacto (social, ambiental y económico) dependerá de la heterogeneidad sus participantes (oferentes y demandantes).

Al consultarse a los informantes clave sobre su perspectiva de demanda, estos respondieron en su mayoría que los consumidores del turismo de eventos pertenecen a segmentos de mercado adecuados y previamente seleccionados, según la naturaleza del evento, ello refleja diversidad de nacionalidad, cultura, costumbres, idiomas, expectativas, intereses, y niveles de rentas, factores de los cuales a su vez dependerá los niveles de elasticidad de demanda del producto turístico; algunos entrevistados manifestaron que han identificado un segmento de personas maduras, con poder adquisitivo y nivel educativo alto, que viajan en cualquier época del año, demandantes perfectos del turismo cultural. Desde la perspectiva de oferta, manifestaron que los componentes del producto turístico estarán integrados por organizadores, equipos de trabajo, patrocinantes, artistas, conferencistas, servicios de promoción, decoración, iluminación, sonorización, animación, promoción, neorestauración (catering o banquetes), de camareras, entre otros.

Es de destacar que en el caso del turismo cultural basado en convenciones y eventos, una pequeña porción de los entrevistados indicaron acertadamente que oferentes al igual que los demandantes, podrían pertenecer a la localidad receptora o a otras entidades, lo que en este último caso, la oferta estaría compuesta también por turistas, quienes podrán actuar y dinamizar la actividad turística, inclusive desde su lugar de origen y a todo lo largo de su desplazamiento, con suficiente anticipación al momento de realización del evento, y con la utilización de múltiples servicios complementarios del turismo convencional o vacacional (alojamiento, transporte, restauración, entre otros).

Por ello, según Olmos y García (2015), el mercado de congresos, reuniones y demás eventos tiene un impacto económico elevado para los destinos donde se celebran, pues su organización implica el desplazamiento tanto de oferentes como de demandantes; esta conjunción implica la coordinación de gran cantidad de servicios profesionales que requieren de empresas especializadas.

Al consultarse a los entrevistados sobre las actividades profesionales a realizar, los empresarios organizadores de eventos mencionaron que independientemente de la magnitud del evento, actividades muy específicas como: coordinación de fechas del evento y su duración (cronogramas), elaboración de presupuestos, redacción de contratos, tramitación de permisos administrativos y municipales, ubicación y renta de espacios adecuados (auditórium, centros, teatros), diseño y realización de campañas promocionales, contratación y reserva de servicios complementarios (líneas aéreas, alojamiento, transportistas, seguridad, guías, interpretes, protocolo, entre otros), movilización, renta y preparación de equipos técnicos, y coordinación y desarrollo del evento de acuerdo a su naturaleza, y hasta la organización de excursiones o visitas guiadas al concluir el evento o reunión. También manifestaron que los esfuerzos en logística y promoción son de tal magnitud, así como las características y ventajas, el desarrollo y preservación del atractivo eventos se debe conjugar con una excelente planificación turística y del trabajo coordinado entre el sector público (corporaciones, alcaldías, o cualquier otro organismo) y privado, de asociaciones, cámaras o gremios, e incluso de entes de otros estados, y de instituciones educativas.

Los datos fueron recolectados en función de los pasos identificados por Sancho et ál (2006), para la planificación de atracciones en función del modelo espacial de las atracciones, en lo local y en el entorno del atractivo (gráfico 5); es decir, en un núcleo constituido por las características principales del evento, el escenario principal o área física cercana estéticamente importante para el evento (alrededores del centro de convenciones o teatros, estacionamientos, transporte, señalización de rutas, puntos de información, servicios de restauración, de alojamiento, entre otros), y en una zona de cierre que incluya la comunidad local, los servicios de transporte desde el lugar de destino del turista,

servicios bancarios, servicios sanitarios, seguridad ciudadana, entre otros.

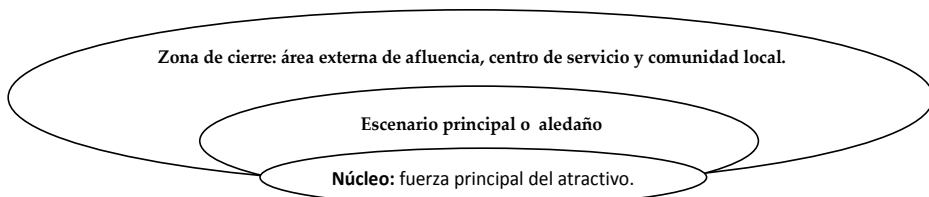


Gráfico 5. Planificación en el Modelo espacial de los atractivos turísticos. Fuente: Tomado de Sancho *et ál* (2006)

Como parte de la planificación y bajo la matiz del modelo espacial, a los informantes se les interrogó sobre las condiciones o requisitos de la zona de cierre y escenario principal para el desarrollo de turismo de eventos en el estado Mérida, en este caso, la mayoría de representantes del sector privado y especialmente la totalidad de los representantes de las agencias de viaje, indicaron que un requisito fundamental para la organización de eventos cuyos demandantes se encuentren ubicados en territorios lejanos a la ciudad de Mérida, tales como el oriente del país o del extranjero, es la total operatividad comercial del terminal aéreo dentro de la ciudad, y de vuelos internacionales en el Aeropuerto Juan Pablo Pérez Alfonso.

Igualmente dentro del escenario principal, la totalidad de informantes del sector privado, manifestaron como requisito la cualificación del personal dentro de sus establecimientos, en cuanto a formulación de proyectos, idiomas, publicidad, capacitación técnica en gastronomía, bebidas y hotelería, conocimiento básico del patrimonio natural y cultural e información geoturística, capacitación gerencial para el manejo del recurso humano, dado que buena parte del personal con experiencia que ha sido formado en las empresas y en institutos tecnológicos, y el Hotel Escuela de Los Andes han emigrado del país.

También los directivos de la cámara de turismo y empresarios entrevistados, consideran fundamental en la zona de cierre y escenario principal, la seguridad personal en todos los espacios del estado, incluso dentro de sus establecimientos en todas las

horarios, y el óptimo funcionamiento de los servicios públicos, especialmente los servicios de recolección de desechos sólidos, de electricidad y vialidad, los cuales han presentado serias fallas en los últimos años; por esta razón cada empresario ha tomado las medidas del caso como la contratación de servicios privados, incluso en los alrededores de sus establecimientos para resguardar a sus negocios y sus clientes, acciones que debería realizar el estado de forma eficiente. Enfatizaron nuevamente los informantes, que estos requisitos son realmente fallas estructurales actuales, producto de la ausencia de un dialogo interinstitucional despolitizado entre el sector público y privado, lo que se traduce en falta de alianzas, cooperación, coordinación y continuidad de las políticas públicas diseñadas en materia turísticas.

Estas condiciones o requisitos son congruentes con lo señalado por Gunn (1993), quien advierte que no se debe confundir atracciones turísticas con recursos; los recursos son simplemente la materia prima, que en el caso del estado Mérida está representado por su patrimonio histórico cultural, el cual lejos de ser mantenido y preservado, debe ser adaptado para que sea un atractivo, es decir, ser reforzada con equipamiento y accesibilidad (medios o sistemas de transporte apropiado, vialidad segura, entre otros) permita el desplazamiento, la restauración, el descanso y disfrute del turista y desde luego su pernocta o estancia.

En la misma temática de la planificación de atracción en cuando al núcleo o atracción principal, en el caso de la organización de eventos y convenciones por ser atracciones creadas por el hombre, y siguiendo el primer paso señalado por Sancho et ál (2006), como son descubrir las preferencias y necesidades de los turistas, a los entrevistados se les interrogó sobre la calidad del evento y sus servicios, y sus pasos previos como el conocimiento y satisfacción de expectativas y disponibilidades de los demandantes, y su ubicación. En este sentido los entrevistaron manifestaron que es fundamental para el desarrollo del turismo de eventos, ofrecer servicios de calidad como fortaleza de diferenciación, dada la facilidad de reproducción de eventos como experiencias en otros destinos o localidades; así como el conocimiento y selección del grupo adecuado con unas características muy específicas, a quien dirigir el evento según su temática, es decir, una segmentación de

mercado efectiva basada en variables demográficas del demandante (turista y residentes) como nivel educativo, ocupación y profesión, preferencias y estilos de vida (rentistas, independientes, empleos rígidos y flexibles y bohemios).

Sobre las estrategias de marketing a desarrollar, los entrevistados indicaron que es necesario la inclusión de esfuerzos en promoción nacional e internacional y el fomento de la actividad combinadas no sólo con otros elementos culturales (visita a museos, monumentos, teatros y demás instituciones culturales), sino con actividades recreativas no ajenas o compatibles a las actividades culturales, con el apoyo de un mapa basado en la historia geográfica del estado y que oriente tangiblemente al visitante por la ruta turística cultural merideña, de gran valor para los intereses de los visitantes y de la comunidad local. De allí que, los eventos y convenciones organizados en el marco del turismo cultural, según Goeldner y Ritchie (2011), pudieran ayudar a mostrar los demás atractivos del destino, con el poder de incrementar el interés y la estadía del turista y por tanto el gasto turístico.

A nivel de acciones empresariales, los entrevistados manifestaron escasamente que cada proveedor de servicio lógicamente debe seleccionar el segmento o clase de demandantes adecuado para servir, según la temática del evento, lo cual refleja cierto desconocimiento para seleccionar su mercado objetivo. Lo anterior, debe ser reforzado por lo expuesto por Parra y Calero (2004) y Kotler et al. (2011), quienes indican que para evitar riesgos o debilidades, los segmentos seleccionados deben cumplir una serie de requisitos como la amplitud, todo segmento debe tener una cantidad de usuarios que justifique un tratamiento diferenciado al reportar una rentabilidad adecuada; el segmento debe ser medible o factible de estimar su tamaño, poder adquisitivo y frecuencia de la visita; también el segmento debe ser identificable y diferenciado, es decir, capaz de responder a las estrategias de mercado de diversos modos para que merezcan un trato diferenciado mediante el diseño de una mezcla de marketing distinta. Igualmente debe ser accesible, es decir, posible de alcanzar y servir, así como factible y congruente con las posibilidades, competencias y objetivos de la empresa, es decir, se deben seleccionar los segmentos congruentes a los objetivos y recursos de la organización; por ejemplo, en el

estado Mérida los establecimientos no pueden seleccionar un segmento de turismo deportivo internacional, los cuales esperan prácticas deportivas como el esquí o patinaje sobre hielo, al igual que lo hacen los establecimientos en las montañas italianas y francesas, porque no existen las condiciones climáticas o naturales, así el equipamiento adecuado para satisfacer este tipo de turista de elevadas expectativas (Parra y Calero, 2004). Por ello, según Kotler, et al. (2011) y Parra y Calero (2004), el segmento no solo debe tener el tamaño y potencial de crecimiento adecuado, sino que la oferta debe tener la fuerza competitiva y las condiciones o comodidades exigidas por el turista, por lo que cuando los recursos son limitadas es recomendable concentrarse en un solo segmento.

Respecto al aspecto financiero, los entrevistados manifestaron solamente el poder adquisitivo de los destinatarios de los eventos para valorar el atractivo financiero del mercado, así como la congruencia del segmento con los objetivos de la organización, no hicieron referencia a aspectos técnicos o especializados de las finanzas tales como el cálculo de ventas y costos estimados para servir a determinado segmento, su tasa de crecimiento y los márgenes de rendimiento de la inversión y de costos necesarios para servir a determinado segmento. Lo anterior refleja, el escaso conocimiento en la formulación financiera de proyectos por parte de los actores involucrados (gremios, empresarios y funcionarios públicos), y por tanto la deficiencia de personal calificado en la materia.

El siguiente paso indicado por Sancho et ál. (2006) para la planificación de atractivos, es el estudio de la capacidad de absorción de visitantes por parte de la región, espacial y humano, dado que el éxito de las atracciones depende, tanto de la satisfacción de las necesidades de los visitantes como de residentes o comunidades receptoras locales y de la conservación de la calidad de los recursos sobre los que dichas atracciones se asientan. A los representantes del sector público y privado se les interrogó sobre la magnitud de los eventos y la capacidad de carga y acogida del destino merideño, éstos opinaron que su tamaño depende del valor cultural y de mercado del evento, es decir, del valor conferido por los demandantes que los impulse a realizar el viaje o asistir al evento; sin embargo, es preferible la organización

de eventos de moderada magnitud, pero de forma frecuente, como forma efectiva de posicionarse como destino de eventos; específicamente entre 100 y 500 personas en caso de tratarse eventos académicos (congresos, encuentros de investigadores, o cualquier otra actividad académica); para eventos musicales, festivales gastronómicos, folklóricos, y fiestas religiosas más de 500, y eventos deportivos y taurinos si puede exceder la cantidad de asistentes a más de 2000 personas. Lo anterior según las dimensiones propuestas por Martin (2003), son eventos pequeños al no exceder de 500 personas, y moderados o grandes cuando sus cantidades excedan a las 500 y 2500, respectivamente.

La mayoría de entrevistados del sector privado se mostraron en desacuerdo con los eventos de gran magnitud, como los deportivos, considerando que los mismos son muy coyunturales y no recurrentes, organizados unilateralmente por el gobierno estatal, y por tanto sus políticas y su planificación involucran derroche de presupuesto público en inversiones, con un escaso beneficio para la comunidad local (empleo y gasto turísticos), con muchas deficiencias para posicionar a Mérida como destino turístico de calidad. En otros casos, como los eventos en el marco de las Ferias del Sol y la velación a la Virgen Inmaculada de Mucurubá, se irrespetan los límites de sostenibilidad ambiental y social.

En este sentido, la mayoría de entrevistados se mostraron en primer lugar, de acuerdo con que el sector privado debe tener una participación activa al momento de organizar eventos de gran magnitud, como por ejemplo en la promoción y logística del mismo (alojamiento, musicalización, traslado, entre otros), mientras que el público debe invertir en mantener la infraestructura, la vialidad del destino, asegurar la seguridad personal y el orden público, el funcionamiento de los servicios públicos, y la fiscalización de precios y calidad, entre otros aspectos inherentes al estado. En segundo lugar, los informantes tanto del sector público y privado, investigadores y asociaciones y gremios turísticos, enfatizaron en que la planificación de festividades folklóricas y religiosas como la velación y el festival taurino, deben incluir un minucioso estudio de la capacidad de acogida del territorio y la capacidad de carga o de absorción de visitantes, desde un punto de vista espacial

y humano, donde se deben planificar y limitar la cantidad de personas, de acuerdo al espacio físico donde se celebre el evento, que pueden ser atendidos de forma satisfactoria. Lo anterior debe ser analizado desde la óptica de Lickorish (1994), quien insiste en que los límites del crecimiento del sector turístico giran sobre: 1. ¿cuántos turistas pueden ser atraídos?, 2. ¿cuándo pueden ser atraídos? y 3. ¿dónde pueden ser atraídos?, es decir, ¿cuántos turistas pueden permanecer en determinada zona por temporada?, aspectos unidos al concepto del desarrollo sustentable del turismo, que implica un crecimiento económico equilibrado con la calidad del entorno sociocultural y medioambiental, y nunca omitidos, considerando que la utilización actual de los recursos, siempre limitados, no comprometa su uso futuro (no los agote o distorsione).

En este sentido, los entrevistados también indicaron que es necesaria la planificación de eventos y convenciones en temporadas bajas, no solo por ser una forma de desestacionalizar la demanda turística merideña, sino por contribuir a aliviar la carga ambiental y social del flujo turístico en la región, según el tamaño del segmento de visitantes atraídos, gracias a que las atracciones del turismo de eventos pueden, según Sancho et ál. (2006), localizarse en determinado sitio (parque o monumento), o convenientemente creadas o programadas en momentos y espacios rotativos (competencias deportivas, conciertos, congresos).

5. Conclusiones

Para presentar las bondades y fortalezas del estado Mérida en el turismo de eventos, se analizó la opinión de un grupo de informantes clave del sector, lo cual condujo a exponer los desafíos de planificación como requisitos o condicionantes de la actividad en el estado Mérida.

En principio se obtuvo que localmente de acuerdo a las condiciones geográficas y naturales para el estado Mérida, se tienen inmejorables ventajas comparativas para el turismo receptivo, por lo que históricamente se ha propuesto el reforzamiento de la actividad turística por su potencial en la generación de crecimiento y empleo, como complemento a la actual estructura económica, la cual al igual que el resto del país presenta una estructura

económica altamente dependiente de las actividades desarrolladas por el estado, expresada en el presupuesto público. Lo anterior demanda el diseño de estrategias capaces de atraer a turistas en las denominadas temporadas bajas, de desconcentrar la afluencia de turistas en torno a los atractivos tradicionales, y de compensar la escasez de un gran número de turistas durante dichas épocas, incluso turistas internacionales y que reporte ingresos durante todo el año.

Lo anterior es producto de la conciencia de los actores de la actividad turística merideña, convencidos de que la estacionalidad de la demanda ha causado elevados efectos negativos, que van desde la infrautilización de las instalaciones turísticas, la generación de empleos temporales o inestabilidad laboral, hasta las presiones ambientales y de tráfico por la saturación de espacios turísticos. Por este motivo la realización de los eventos, permite reducir la constante estacionalidad de la demanda turística del estado, la cual ha sido muy cíclica motivada a la disposición de tiempo e ingresos extra de los visitantes, nacionales en su mayoría, en las vacaciones de verano, navideñas, y demás asuetos del calendario escolar y laboral venezolano. Específicamente, se proponen nuevas actividades fuera de temporadas que contribuyan a mantener un flujo constante de visitantes, basadas en alternativas culturales, académicas, artísticas y deportivas, lo cual contribuye no solo a aliviar la desestacionalización de la demanda turística y su breve estadia, sino a revitalizar la imagen de destino turístico recreacional de montaña y optimizar el uso del abundante patrimonio histórico y artístico de la entidad, y los espacios culturales, difícil de ser seguidas por otros destinos.

Desde la óptica de los actores del sector, se puede confirmar la existencia de múltiples debilidades o limitaciones para el desarrollo del turismo de eventos en el estado Mérida:

- Deterioro de los espacios históricos y urbanísticos, agravado con el elevado congestionamiento vehicular.
- Escasa cooperación y diálogo despolitizado entre el sector público y privado.
- Inseguridad personal y precariedad de funcionamiento de servicios públicos: electricidad y alumbrado público, recolección de desechos sólidos y mantenimiento de la

vialidad (urbana y extraurbana).

- Limitaciones de terminales aéreos y escasa disponibilidad de personal calificado.

Dada las limitaciones recabadas para el desarrollo del turismo de evento, se puede deducir serias limitaciones para el desarrollo del turismo de evento internacional, o de gran magnitud que atraiga turista de otros países o localidades distantes a la entidad. Igualmente, en cuanto a precariedad y deterioro de los espacios históricos y urbanísticos del estado Mérida, y la escasa óptica de capacidad de acogida del territorio en el desarrollo de algunos eventos, desde la perspectiva de la oferta turística, se deduce la importancia de la cooperación entre sector privado y público, así como la actuación de este último como garante no solo de la estabilidad económica, seguridad personal y servicios públicos, sino con la estrecha colaboración con el sector privado, realizar actividades de preservación del patrimonio histórico y cultural, y la preservación del ambiente social y natural del destino, y crear así el ambiente propicio, para el desarrollo de la actividad turística.

- Finalmente, desde la óptica de los actores –oferta turística-, se proponen los siguientes requisitos, en el marco de la planificación de atractivos turísticos, para estimular el turismo de evento exitoso para Mérida como destino:
- Se reconoce que todo el patrimonio histórico y cultural del estado Mérida, localizado en espacios específicos (casco histórico, monumentos, plazas, y edificaciones), además de ser preservado debe ser adaptado a un producto turístico de consumo, con equipamiento y accesibilidad al turista, en el escenario principal y la zona de cierre.
- Operatividad comercial del Terminal Aéreo Alberto Carnevali, y de vuelos internacionales del Aeropuerto Internacional Juan Pablo Pérez Alfonso, para asegurar el rápido y adecuado acceso de demanda a eventos internacionales.
- Óptimo funcionamiento de servicios públicos, especialmente los vinculados a la seguridad personal, la vialidad y recolección de desechos sólidos.
- Desarrollo de políticas públicas coherentes y coordinadas con los esfuerzos y necesidades del sector privado, así como

la continuidad de las mismas. Se considera fundamental la coordinación entre el sector público y privado, la concepción, optimización de recursos, hasta la promoción y comercialización del producto turístico.

- Segmentación efectiva de mercado y su selección adecuada, según la temática del evento.
- Promoción nacional e internacional, que contribuya al posicionamiento mediante la identidad e imagen de Mérida como destino turístico cultural, y que además combine y realce su imagen de destino turístico de montaña.
- Finalmente el turismo de eventos en el estado Mérida, además de basarse en aspectos meramente económicos y de cantidad, debe considerar aspectos de sustentabilidad socioambiental, mediante la realización de estudios de la capacidad de acogida del territorio y la capacidad de carga o de absorción de visitantes, espacial y humano.

6. Referencias

- Acerenza, M. (2004). *Marketing de Destinos Turísticos*. México: Trillas.
- Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del Turismo*. (3ra. Ed). México: Trillas.
- Carrizo, A. y Vieira, A.(2009). Turismo de eventos: desafíos estratégicos de la ciudad de João Pessoa (Brasil). *Cuadernos de Turismo*. N° 23, pp. 31-46
- Corporación Merideña de Turismo, - CORMETUR- (2012). *Inventario de Patrimonio Cultural e Histórico del Estado Mérida*.
- Corporación Merideña de Turismo, - CORMETUR- (2016). *Más de 45.000 plazas de Mérida esperan a los temporadistas*. Consultado el 15-12-2016. Disponible (on line): <http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/320621/mas-de-45-000-plazas-del-estado-merida-esperan-a-temporadistas-en-estas-vacaciones/>
- Corporación Merideña de Turismo, - CORMETUR- (2017). *Encuestas de Flujo Turístico, por temporadas Año 2010 - 2017*. Variables estadísticas. Gerencia de Promoción y Mercadeo, Sub-Unidad de Estadística, de CORMETUR, Venezuela.
- Goeldner y Ritchie. (2011). *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*. México: Limusa.
- Gunn, C. (1993). Megatrend Attraction Myths and Fallacies. *World*

- Travel and Tourism Review*, Vol. 3, pp. 139-143.
- Ibáñez, Reyna, & Rodríguez, Villalobos Ismael. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. IVANOVA, A. et IBANEZ, R., *Medio ambiente y política turística en México*, 1, 17-33.
- Kotler, P., Bowen, J. y Makens, J., García, F. y Flores, G. (2011). *Marketing Turístico*. (5ª. ed.) México: Pearson.
- Lickorish, L. (1994). *Desarrollo de Destinos Turísticos*. México: Diana:
- Martin, V. (2003). *Manual Práctico de Eventos*. São Paulo: Atlas.
- Ministerio del Poder Popular para el turismo – MINTUR- (2015). *Comportamiento de turistas internacionales*. Consultado el 15-12-2016. Disponible (on line): <http://www.mintur.gob.ve/mintur/wp-content/uploads/2014/11/Slide07.jpg>
- Ministerio del Poder Popular para el turismo – MINTUR- (2015a). *Total de salidas al exterior*. Consultado el 15-12-2016. Disponible (on line): <http://www.mintur.gob.ve/mintur/wp-content/uploads/2015/10/4.png>
- Morére, N. y Perelló, S. (2013). *Turismo Cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación EOI.
- Morillo, M. (2010). *Relevancia del Turismo en el Estado Mérida, Venezuela*. Servicio de Publicaciones, serie Tesis Doctorales, Universidad de La Laguna, España.
- Morillo, M. (2015). Segmentos del Mercado en el Turismo receptivo en el Estado Mérida. In: N. Mejía, compiladora, *ARQUITECTUTA + DISEÑO. Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño - ULA*, 1ra. ed. Mérida: Universidad de Los Andes, pp.47-59.
- Morillo, M. y Morillo, M. (2014). Sistema turístico del estado Mérida, Venezuela: Elementos de oferta. *Economía*, XXXIX, 38, pp. 111-142
- Olmos, L. y García, R. (2015). *Estructura del Mercado Turístico*. España: Paraninfo.
- Organización Internacional del Trabajo (s.f.). *El empleo en el sector del turismo crecerá significativamente*. Consultado el 12-11-2016. Disponible (on line): http://www.ilo.org/global/publications/world-of-work-magazine/articles/WCMS_158580/lang--es/index.htm
- Parra, E. y Calero, F. (2006). *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*. España: McGraw Hill.
- Pérez-Respaldiza, L. (2014). *Turismo Cultural: una oportunidad para*

- el desarrollo local. Guía Metodológica.* Chile: Servicio Nacional de Turismo – Sernatur
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies.* Oxon: Cab International.
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico.* México: Trillas.
- Román, Beatriz, & Font, Xavier. (2014). Turismo sustentable como herramienta de competitividad en Chile. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23, 421-446.
- Sancho, A. (2006). *Introducción al Turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT).* España: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Delivered by WTOelibrary to.
- Secretaría de Turismo –SECTUR- (2014). *Turismo cultural.* México. Consultado el 15-12-2016. Disponible (on line): <http://www.sectur.gob.mx>
- Swarbrooke, (1995): *The Development and Management of Visitor Attractions,* Butterworth Heinemann, London.
- Torres, M. (1998). Un turismo alternativo: reutilización de molinos y almazaras. *Cuadernos de turismo* (2), 147-158.
- Universidad de los Andes (2016). *Eventos ULA.* Consultado el 10-01-2017. Disponible (on line): <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/5161>
- World Tourism Organization –UNWTO- (2017). *UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition.* Consultado el 15-11-2017. Disponible (on line): <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416875>
- Zamora, F. (2004). *Turismo Alternativo.* México: Trillas.

*Estrategias gerenciales en las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó**

Perea M., Sandra P.; Mosquera, Héctor A.; Orejuela V., Juan C.; Castellanos, Heiberg

Recibido:20-06-17 - Revisado: 22-09-17- Aceptado: 8-12-17

Perea M., Sandra P.
Licenciada en Contaduría Pública.
Magíster en Administración.
Universidad Tecnológica del Chocó
"Diego Luís Córdoba, Colombia.
sapapemur@hotmail.com

Mosquera, Héctor A.
Licenciado en Contaduría Pública.
Especialista en Gestión Gerencial.
Universidad Tecnológica del Chocó
"Diego Luís Córdoba, Colombia.
yeyom02@hotmail.com

Orejuela V., Juan C.
Licenciado en Contaduría Pública.
Magíster en Tributación y Política Fiscal.
Universidad Tecnológica del Chocó
"Diego Luís Córdoba, Colombia
jcov5000@hotmail.com

Castellanos S., Heiberg A.
Licenciado en Contaduría Pública.
Magíster en Ciencias Contable
Universidad de Los Andes, Venezuela.
heibergcastellanos@gmail.com

En el Departamento del Chocó, específicamente en la ciudad del Quibdó, coexisten numerosas microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera. Un aspecto común en este sector productivo es el alto grado de informalidad y desactualización que presentan sus procesos administrativos, contables y de producción. Este trabajo se focaliza en dar a conocer estrategias gerenciales vinculadas al fortalecimiento de los procesos administrativos, contables y productivos de las microempresas especializadas en la manufactura de muebles de madera en la ciudad de Quibdó. La investigación se enmarca en un estudio cualitativo de carácter descriptivo, con un diseño de tipo no experimental de campo. Destaca en los resultados que las estrategias deben abordar en el área administrativa aspectos como: Finanzas, recursos humanos, procedimientos, logística y marketing; en el área contable: Contabilidad financiera, control interno y costos; y en el área de producción: Diseño, manufactura y maquinaria.

Palabras clave: Estrategias; microempresa; muebles de madera.

RESUMEN

* Este artículo de investigación científica muestra los resultados del proyecto signado con el código F-Inv-01-03-05, financiado por la Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luís Córdoba" y ejecutado por el Grupo de Investigación Innovación Contable. El proyecto se desarrolló en el período comprendido entre enero 2015 y junio 2016. Código JEL: M10, M19.

In the Choco Department, specifically in the city of Quibdó, they coexist numerous micro dedicated to the manufacture of wooden furniture. A common aspect in this productive sector is the high degree of informality and outdated presenting their administrative, accounting and production processes. This work focuses on publicizing management strategies linked to strengthening administrative, accounting and production processes of micro-enterprises specializing in the manufacture of wooden furniture in the city of Quibdó. The research is part of a qualitative descriptive study with a non-experimental design field. It highlights the results that strategies must address in the administrative aspects such as finance, human resources, procedures, logistics and marketing; in accounting: financial accounting, internal control and cost; and in the area of production: design, manufacturing and machinery.

Keywords: Strategies; microenterprise; wooden furniture.

ABSTRACT

1. Introducción

El Departamento del Chocó es considerado en Colombia, como una de las regiones de mayor biodiversidad a nivel nacional, presenta varios tipos de ecosistemas y un alto endemismo tanto de especies florísticas como faunísticas, argumentos suficientes para obtener la denominación de “Chocó biogeográfico”, según la concepción de Brown (1982, pág. 22).

Siendo entonces un rasgo característico del Chocó Biogeográfico la imponente alfombra verde que cubre la mayor parte de la región, donde aproximadamente 77% del territorio está ocupado por formaciones boscosas naturales, de las cuales 55% se mantiene casi intacto, mientras que 22% restante ha sido objeto de explotación forestal. Otros datos importantes indican que los bosques del Chocó representan 15% de la cobertura boscosa de Colombia, aportando aproximadamente 60% de la madera aserrada que se emplea en la industria maderera del país (Díaz y Gast, 2009).

El Chocó además de ser uno de los mayores productores de madera del país, ha sido reconocido a nivel mundial como “una de las zonas más lluviosas, con una topografía que la aísla del resto del país y con un número considerable de ríos caudalosos, que se han convertido en su principal medio de transporte” (Viloria, 2008, p.10). Simultáneamente, el Chocó es un departamento que explota productos minerales como el oro, platino y cobre; lo cual contribuye a la economía del departamento.

2. El problema de investigación

A pesar de que el Departamento del Chocó es privilegiado en recursos naturales explotables, primordialmente en términos forestales, su potencial económico para satisfacer la demanda del mercado de productos maderables en sus distintas presentaciones, no ha ocasionado impactos sustanciales en el bienestar de los habitantes del Departamento.

La aserción descrita en el epígrafe anterior, está sustentada en el boletín de marzo de 2016 emitido por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), el cual exhibe una tasa de desempleo de 14,7%. Con el agravante de que con este pernicioso indicador, el Departamento del Chocó ostenta el primer lugar a nivel nacional en cuanto a desempleo se refiere.

En un contexto carente de oportunidades laborales, la conformación de empresas informales es un evento representativo de una relación causa – efecto. Por tal motivo, en la ciudad de Quibdó, capital del Departamento del Chocó, las entidades destinadas a la fabricación de muebles, en gran medida, pueden ser catalogadas como microempresas informales. En todo caso, es un segmento manufacturero caracterizado por la presencia de pequeñas unidades de negocio, generalmente de naturaleza familiar, con escaso cumplimiento de las disposiciones de índole legal y tributaria.

Si bien es cierto de que creación de microempresas informales no solo se observa en el sector de la elaboración de muebles de madera de la ciudad Quibdó, sino que converge en un rasgo particular de las microempresas colombianas¹, se debe recalcar que, a pesar de sus limitaciones, las microempresas informales son una vía para la generación de empleos, subsanando provisionalmente la baja capacidad gubernamental para dar soluciones a este fenómeno de la flexibilidad laboral (Santa y Rozo, 2008).

Un ítem de la encuesta anual 2015 aplicada por el DANE y publicada en marzo de 2016 sobre microestablecimientos, complementa lo expuesto en el párrafo precedente. El comportamiento de la estructura laboral en las microempresas

¹ Cárdenas y Mejía (2007) realizaron un estudio técnico que arrojó como resultado que el 41.1% de las microempresas de Colombia eran informales. Esta investigación consideró como variable de la informalidad el no contar con un registro mercantil.

en Colombia presenta el siguiente patrón: 46,90% corresponde a propietarios, socios, familiares sin remuneración; 25,40% a personal eventual o temporal; y, únicamente, 27,70% concierne a personal de contrato a término indefinido. En otras palabras, es poco el empleo de calidad que hoy en día ofrece la microempresa colombiana.

Abordando la conceptualización de microempresas, la Ley 905 del año 2004 explica que una microempresa es una unidad económica que posee activos totales que no exceden los quinientos salarios mínimos mensuales legales vigentes y que cuentan con menos de diez trabajadores. Pudiendo la microempresa estar representada por una persona natural o jurídica.

De acuerdo a la encuesta anual 2015 del DANE, la distribución de las microempresas en Colombia por sector económico están clasificadas de la siguiente manera: 59,90% sector comercio, 30,00% sector servicios y 10,10% sector industria. Obsérvese que el sector industrial, precisamente el que absorbe a las microempresas que fabrican muebles de madera, es el menos representativo.

Un aspecto que inquieta a los investigadores es el descenso en el porcentaje de emprendimientos a nivel de microempresas en la ciudad de Quibdó, puesto que la encuesta anual 2015 del DANE indica que se experimentó un decremento de 7% (año 2012) a 2,6% (año 2015).

A tal efecto, son múltiples los factores que pudiesen incidir en el declive del nacimiento de nuevas microempresas en Quibdó, e incluso en su no permanencia a través del tiempo. Específicamente, en el ramo de la fabricación de muebles de madera se observa a priori cómo la falta de intensificación de la producción ha provocado que en Quibdó se consuma, en mayor proporción, muebles originarios de ciudades como Antioquia, Cali, Bogotá, Pereira, entre otras ciudades; productos foráneos con precios superiores, elaborados, generalmente, con una menor calidad. Al mismo tiempo de que surge una relación comercial perjudicial, aquella que describe que la madera es extraída de los bosques del Chocó, el mueble de madera se manufactura en otro departamento y luego el bien regresa al Chocó para ser comercializado, con costos de distribución que impactan en el valor pagado por el consumidor final chocoano.

No obstante, también existen factores internos en las

microempresas que elaboran muebles de madera en Quibdó que afectan su competitividad, tales como: la ausencia total o parcial del cumplimiento de las funciones administrativas básicas de planeación, organización y control. Al igual que la desarticulación entre el proceso de toma de decisiones y la contabilidad empresarial².

Dada la potencialidad que se evidencia en la ciudad de Quibdó para la producción de muebles de madera a nivel de microempresas, y buscando fomentar nuevos emprendimientos en el ramo y un ascenso en su permanencia a lo largo del tiempo, el presente estudio pretende generar una propuesta para fortalecer los procesos administrativos, contables y productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó.

2.1. Objetivos de la investigación

2.1.1. Objetivo general

Diseñar una propuesta para fortalecer los procesos administrativos, contables y productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó.

2.1.2. Objetivos específicos

- Analizar los procesos productivos, administrativos y contables que realizan los microempresarios dedicados a la fabricación de muebles en madera en la ciudad de Quibdó.
- Generar una propuesta para optimizar los procesos productivos, administrativos y contables de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles en maderas en la ciudad Quibdó.

3. Metodología

El presente trabajo investigativo está enmarcado en un estudio cuantitativo de carácter descriptivo, el diseño de la investigación es de tipo no experimental de campo, en virtud de que se estudia el fenómeno de interés tal y como se manifiesta en su contexto

² Estas aseveraciones son el resultado de la experiencia directa de los investigadores en condición de clientes o consumidores de muebles de madera en Quibdó.

natural, sin la pretensión de incidir intencionalmente en las variables de estudio.

La investigación se apoyó en la técnica de la encuesta. El instrumento de recolección de datos aplicado fue un cuestionario semiestructurado, se diseñó con 45 preguntas abiertas, considerando como variables de estudio los procesos administrativos, contables y productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles en madera de Quibdó. El grupo de informantes claves estuvo integrado por los propietarios de las microempresas de Quibdó destinadas a confeccionar muebles en madera. La validez del cuestionario se alcanzó con la revisión de tres expertos, el primero vinculado con el área de contenido, específicamente en el área de gerencia y contabilidad, el segundo está relacionado al campo de la metodología y, el tercero es afín al área de lengua y redacción.

Por la complejidad del sector de las microempresas colombianas, caracterizado, en gran medida, por la ausencia de registros mercantiles motivado a la alta proporción de microempresas informales, no se hizo posible la determinación de la población de estudio. En contraste, se empleó un muestreo no probabilístico intencional con base en los siguientes criterios preestablecidos: a) microempresas (según los parámetros establecidos en la Ley 905 del año 2004) dedicadas a la fabricación de muebles de madera en la ciudad de Quibdó, b) ubicación no mayor a un radio de 10 kilómetros de la Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luís Córdoba"³. Para acceder a la información se realizaron visitas programadas con los sujetos clave de la realidad objeto de estudio. En consecuencia, la muestra estuvo constituida por ocho microempresas que cumplieran con los parámetros de selección.

Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva. La tabulación de los datos se realizó en cuadros preestablecidos, con el propósito de registrar las respuestas emitidas por los informantes claves.

El análisis e interpretación de la información obtenida se efectuó

³ La explicación de este criterio se sustentó en que en la elaboración del presente proyecto de investigación participaron, en calidad de encuestadores, un grupo de estudiantes del programa de Contaduría Pública de esta universidad que pertenecen al semillero Gestión Contable y Empresarial.

por medio del análisis de contenido, en un intento de aproximarse al verdadero significado de las palabras contenidas en la literatura que abordan el tema de las microempresas destinadas a fabricar muebles en madera y, de las expresadas por los sujetos claves en sus respectivas encuestas.

Como paso previo al diseño de las estrategias encaminadas a fortalecer los procesos administrativos, contables y productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó, se elaboró una matriz FODA por área, herramienta que permite precisar la situación real (tanto interna como externa) del objeto de estudio abordado.

4. Antecedentes de la investigación

En este apartado se seleccionaron tres investigaciones previas que tratan, desde distintos ámbitos, el recurso maderable dentro de su objeto de estudio. El propósito de esta consideración era relacionarse con la problemática empresarial que ha surgido a raíz del uso de la madera, al igual que conocer las diferentes soluciones propuestas. Otro aspecto relevante es que los tres trabajos hacen referencia a investigaciones dirigidas al entorno colombiano.

Murillo y Perea (2011), en su trabajo titulado “Propuesta para el mejoramiento de los procesos productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera para el hogar en la ciudad de Quibdó” presentado para optar al grado de Magíster en de la Universidad de Medellín – Colombia, identifica como problemática principal la desarticulación entre las entidades públicas y privadas en el fortalecimiento del desarrollo empresarial. Los investigadores exponen que el municipio de Quibdó tiene una gran dependencia económica del gobierno nacional. No obstante, se evidencia la falta de apoyo por parte de las instituciones públicas a los microempresarios dedicados a la fabricación de muebles en madera para el hogar.

El trabajo investigativo de Murillo y Perea (2011), es de carácter cualitativo, centrándose en el diseño de una propuesta que contribuya al mejoramiento de los procesos productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera para el hogar en la ciudad de Quibdó.

Una de las principales conclusiones del trabajo de Murillo y

Perea (2011), está orientada a afirmar que el proceso productivo en las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera para el hogar en la ciudad de Quibdó está directamente influenciado por las actividades de formación (capacitación). Entendidas éstas como aquellas que están vinculadas con el incremento de las competencias directivas y operativas de los propietarios y demás personal encargados de la producción, facilitando la comprensión y desarrollo de las áreas claves de: tecnología, investigación y desarrollo, innovación, mercado global, procesos e indicadores.

Conviene mencionar que la investigación de Murillo y Perea (2011), es fundamental para el éxito del presente trabajo. Esta aseveración se valida con el hecho de que Murillo y Perea (2011) abordan la problemática del proceso productivo de muebles de madera en Quibdó, el cual es una de las aristas de la investigación planteada en el presente artículo. Al concatenar el proceso productivo con las áreas de administración y contabilidad se tendrá una propuesta con una visión integral que considere todos los factores involucrados en el funcionamiento de las microempresas que elaboran muebles de madera en Quibdó.

La segunda investigación que se tomó por referencia, está suscrita por Salas y Cortabarría (2014), intitulada "Análisis competitivo del sector madera y muebles de la región Caribe de Colombia". Este trabajo investigativo se centró en el estudio de la estructura de las empresas cuya actividad económica gira alrededor de la madera, incluida la fabricación de muebles, con el propósito de conocer su contexto e identificar las posibles oportunidades de mejoramiento a nivel estructural, productivo y organizacional que apunten a acrecentar su competitividad a nivel nacional e internacional.

El trabajo descriptivo de Salas y Cortabarría (2014) efectuó el análisis competitivo del segmento económico de la madera en la Región Caribe de Colombia apoyándose en el modelo de diamante competitivo de Michael Porter. Esta metodología estudia nueve aspectos o factores influyentes en el desarrollo competitivo de las empresas del sector. Estos factores son: organización, direccionamiento estratégico, gestión de mercados, logística, calidad, producción, gestión financiera, gestión del talento

humano, e innovación.

Entre las principales conclusiones de Salas y Cortabarría (2014) están las fortalezas que significan la potencialidad del sector maderero como fuente generadora de empleo, y la importante capacidad de innovación en diseños y usos de la materia prima que poseen las empresas del Caribe colombiano. En contraposición, una trascendente debilidad se traduce en los altos costos de distribución (transporte), propiciada por el distanciamiento entre las fábricas procesadoras de madera en la región Caribe y la zona de extracción y/o producción de la materia prima.

Es preciso hacer visible que el trabajo de Salas y Cortabarría (2014), al analizar los factores que inciden en la competitividad de las empresas del sector de la madera, será un valioso aporte al diseño de las estrategias encaminadas a fortalecer los procesos administrativos, contables y productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó.

La tercera investigación que se tomó como antecedente es el artículo de Pérez y Villalobos (2010), titulado "Análisis competitivo del sector madera y muebles de la ciudad de Barranquilla", Este trabajo buscó identificar las características específicas de las empresas que intervienen en la fabricación de muebles de madera.

Pérez y Villalobos (2010) plantearon un trabajo de carácter descriptivo, que comenzó por una aproximación teórica a las actividades llevadas a cabo en la cadena de comercialización de la madera. Es menester señalar que los investigadores identificaron como eslabones de la cadena productiva de la madera los siguientes: (a) Actividad de aserrío, compra, venta y comercialización de madera en bruto e inmunizada, (b) Fabricación de tableros aglomerados y contrachapados y, (c) Fabricación de muebles de madera. Posteriormente, se efectuó un estudio de campo para obtener un diagnóstico del segmento económico, a una muestra de 27 compañías que equivalen a 54% de las empresas registradas (formales) en la ciudad de Barranquilla que pertenecen al sector. Los resultados se analizaron a partir del modelo de diamante competitivo de Michael Porter.

Las principales conclusiones de Pérez y Villalobos (2010) explican que los estudios impulsados por la Cámara de Comercio de Barranquilla, con la intención de generar las condiciones para la

conformación de conglomerados industriales por sectores, deben fundamentarse en tres aspectos: Ubicación geográfica, vínculos a través de las industrias e interacción con otros actores más allá de las empresas. Al mismo tiempo, los investigadores mencionan que el segmento de la fabricación de muebles es el de mayor potencial para la creación del conglomerado, por ser el segmento del sector con mayor contacto directo a nivel comercial con los usuarios finales de los productos.

5. Resultados de la investigación

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos al grupo de interés seleccionado y tabulados sus resultados, se procedió a adscribir cada ítem del cuestionario al área de competencia respectiva (administrativa, contable, producción). A continuación se presentan de manera precisa⁴ los resultados obtenidos.

5.1 Área administrativa

Las preguntas plasmadas en el instrumento vinculadas al área administrativa exhibieron los siguientes resultados:

- a) Sólo 25% de las microempresas consultadas cuentan con un portafolio de servicios para la venta de sus productos. Los portafolios existentes toman la forma de un álbum de fotografías de los trabajos realizados con anterioridad.
- b) 87,5% manifestó que adquiere su materia prima (rastras de madera) de forma semanal, mientras que, 12,5% expresó que la compra se realiza cada quince días. Adicionalmente, 100% explicó que la adquisición de las materias primas es de contado.
- c) 100% de los encuestados declaró contar con el Registro Único Tributario (RUT).
- d) 100% del grupo de informantes clave reveló tener certificado de existencia y representación legal.
- e) 50% de las microempresas que constituyeron la muestra señaló que cuentan con un stock de inventario de materia

⁴ Conviene acotar que, en esta sección de la investigación, los resultados no se ilustrarán en cuadros y gráficos, en virtud de que el cuestionario está estructurado con 45 preguntas, amplitud que dificultaría el cumplimiento de las normas de colaboración de la revista. Incluso, sólo se detallarán los resultados más relevantes.

prima. Resalta el hecho de que dos entidades indicaron que manejan un stock mínimo comprendido entre 20 y 30 rastras⁵.

- f) Únicamente 12,5% de los consultados destacó contar con una estrategia de venta para sus productos. No obstante, la estrategia de esta microempresa consiste, exclusivamente, en mantener una exhibición de los productos terminados en su propia fábrica.
- g) 50% manifestó no poseer una cuenta bancaria cuyo titular sea la microempresa (persona jurídica). Por tanto, las ventas las realizan en efectivo o, en su defecto, utilizan la cuenta bancaria personal del propietario del negocio.
- h) 87,5% declaró que solicita un anticipo de dinero para comenzar el trabajo equivalente a 50% del precio total de venta. En tanto que, 12,5% explicó que sólo requiere de 10% de anticipo. Los anticipos recibidos de los clientes son anotados en un cuaderno no formal que custodia el propietario de la microempresa. Cabe destacar que 75% de los encuestados declararon que como soporte del anticipo entregan un recibo y no una factura.
- i) En relación con la cantidad de empleados que laboran en cada microempresa se encontró una diversidad de respuestas: Tres empleados (25%), cuatro empleados (25%), cinco empleados (25%), siete empleados (12,5%) y diez empleados (12,5%).
- j) Solamente un informante clave (12,5%) reveló que establece un vínculo laboral con sus empleados a través de un contrato escrito.
- k) 100% de las microempresas consultadas indicaron que la modalidad de pago a sus empleados es semanal y en efectivo. Del mismo modo, 87,5% señaló que el salario del empleado está supeditado a un porcentaje del precio final de venta del producto de madera elaborado⁶.

⁵ Un valor referencial aportado por uno de los informantes consultados indica que de una rastra de madera se obtienen aproximadamente cuatro tablones y para la elaboración de una puerta se requiere de tres tablones.

⁶ Cuatro encuestados enunciaron que el porcentaje de mano de obra que se estima para cada trabajo de madera está alrededor de un 30% sobre el precio de venta del producto.

- l) 62,5% del grupo de interés seleccionado explicó que posee al menos un microcrédito formal con una institución bancaria. Sin embargo, solo cuatro de ellos tiene asociado su crédito al nombre de la entidad (persona jurídica).
- m) 100% de las microempresas entrevistadas no tienen diseñada y formalizada su estructura organizativa. Similarmente, ninguno de los informantes claves manifestó contar con un manual de funciones y procedimientos.
- n) Todos los sujetos involucrados que respondieron al instrumento de recolección de datos coinciden en afirmar que el mes de mayores ventas es diciembre.
- o) 62,5% del grupo de informantes claves reveló que su personal cuenta con capacitación técnica impartida por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Mientras que 37,5% puntualizó que sus habilidades han sido adquiridas, únicamente, de forma empírica (experiencia en la organización).

5.2 Área contable

- a) 100% de las microempresas consultadas dedicadas a la fabricación de muebles de madera expuso que no llevan formalmente contabilidad. A tal efecto, todos manifestaron que hacen anotaciones manuales en cuadernos para tener control sobre cada trabajo de madera a realizar.
- b) 100% de los informantes claves revelaron que no han diseñado formalmente una estructura de costos. Al respecto, resalta el hecho de que todas las microempresas calculan el precio de venta del producto de madera a partir de los siguientes elementos: Materia prima, mano de obra y ganancia.
- c) 87,5% del grupo de interés seleccionado declaró que al recibir un anticipo o abono de los clientes procede a su registro inmediato en el cuaderno destinado para ello. Por su parte, 12,5% destacó que ese control es mental y al momento de la entrega del producto de madera se descuentan los anticipos recibidos y se efectúa la anotación

en el correspondiente cuaderno.

- d) 62,5% de las microempresas consultadas no realiza toma física de inventarios. La razón esgrimida por los informantes involucrados en esta respuesta está relacionada con la entrega inmediata de los productos manufacturados a sus clientes. De hecho, siete de los ocho encuestados expresaron trabajar, únicamente, bajo la modalidad de orden de pedido. Por lo tanto, no se evidencia que inicien la elaboración de los muebles de madera sin la solicitud de un cliente específico.

5.3 Área de producción

- a) 75% de las microempresas que conforman la muestra indicaron que la adquisición de la materia prima la efectúan en el barrio Los Álamos (La Arrocera). Por su parte, 12,5% mencionó que obtiene la madera a través de la extracción propia, es decir, es cortada directamente por el dueño de la entidad. Finalmente, 12,5% señaló que compra la madera en pueblos aledaños al Municipio de Quibdó, como son: Tutunendo, Yuto, La Troje, San Juan, Pacurita, Río Quito, entre otros.
- b) En relación con el tipo de madera que emplean las microempresas consultadas en su proceso manufacturero se encontró una diversidad de respuestas: Algarrobo (100%), Choiba (50%), Guamillo (100%), Lirio (50%), Jigua amarillo (62,5%), Jigua negro (62,5%), Cedro (62,5%), Hipemas (25%), Pino (12,5%), Roble (25%) y Guamo rosario (12,5%).
- c) Todos los sujetos involucrados que respondieron al instrumento de recolección de datos cuentan con un proceso manual de secado de madera. En otras palabras, la madera es colocada a la intemperie y depende de la acción del sol⁷.
- d) 100% del grupo de interés expresó que, en términos

⁷ Los informantes manifestaron que el proceso de secado depende de la clase de madera y de su fibra, debido a la cantidad de agua que cada una contiene. Por ejemplo, el algarrobo tarda en secar un mes aproximadamente, mientras que el guamo rosario puede estar hasta cuatro meses inmerso en el proceso de secado.

generales, el proceso de fabricación de un mueble de madera comprende las siguientes fases: Adquisición de la madera, secado de la madera, escopleado y despiece de la madera de acuerdo al tipo de producto a elaborar, pulido y lijado de cada pieza de madera, pintado de cada segmento de madera y armado de las piezas que conforman el mueble final.

- e) 50% de las microempresas que constituyeron la muestra mencionaron que almacenan su stock de inventario en pequeños depósitos que se encuentran en las instalaciones del negocio. A pesar de que el almacenamiento idóneo de las rastras de madera es en forma vertical, dos encuestados revelaron que no cuentan con una infraestructura acorde a ese proceso, por lo que su almacenamiento consiste en apilar horizontalmente la materia prima adquirida.
- f) En cuanto al manejo del desperdicio de la materia prima propio del proceso de transformación de la madera, 50% de las microempresas enunció que el subproducto aserrín es empleado en la elaboración de productos entamborados o vendido a avicultores; en tanto que, el subproducto trozos de madera es empleado en la manufactura de elementos decorativos como: marcos para cuadros, repisas, percheros, pinzas para colgar llaves, porta lapiceros, entre otros.
- g) 100% de puntualizó que el tiempo estimado de fabricación de un pedido depende del tipo de producto a manufacturar⁸. Aunado a ello, 87,5% explicó que la entrega del producto final está sujeta al clima, puesto que el proceso de secado de la madera es dependiente del sol.
- h) Todos los sujetos involucrados que respondieron al instrumento de recolección de datos coinciden en aseverar que la maquinaria que emplean para la transformación de

⁸ Los integrantes del grupo de interés indicaron que aunque cada ebanistería tiene características muy particulares, el proceso de fabricación podría tardar los siguientes lapsos: una puerta entamborada cuatro horas, una cocina en master plan (madera de pino) tres días, camas un día, mesas pequeñas un día.

la madera es propia⁹.

- i) 75% de las microempresas encuestadas manifestaron que requieren de personal administrativo y contable para mejorar y fortalecer sus operaciones. Por su parte, 62,5% mencionó que se demanda dinero para invertir en maquinaria y en la ampliación de su infraestructura. Finalmente, 25% explicó que es necesario establecer y definir las líneas de producción.

6. Propuesta

En este apartado se proyectará un plan de acción que busque la maximización de las ventajas competitivas de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en la ciudad de Quibdó, a través del fortalecimiento de sus procesos administrativos, contables y productivos.

6.1 Primera fase

La fase inicial de la propuesta consta de la identificación de los factores internos y externos que son clave para consolidar, a nivel de microempresa, el segmento económico de manufactura de muebles de madera en la ciudad de Quibdó. Cabe destacar que los factores internos están relacionados con las fortalezas y debilidades de cada organización, aspecto sobre los cuales el empresario tiene un cierto grado de control. En contraste, los factores externos conciernen a las oportunidades y amenazas inherentes al entorno en el que opera el negocio.

A continuación se presenta una matriz FODA para cada proceso que se pretende fortalecer en la microempresa que elabora muebles de madera.

⁹ Las microempresas encuestadas señalaron que la maquinaria necesaria para la elaboración de muebles de madera consta de: cantidora, cepilladora, pulidora, sierra circular pequeña, sierra circular grande, polilladora, sinfín, hornos para el secado de madera, entre otras.

Cuadro 1 Matriz FODA. Área administrativa

Área	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Administrativa	Disponibilidad inmediata de materia prima de calidad en la ciudad de Quibdó o zonas cercanas para atender cualquier de pedido.	Presencia de instituciones bancarias en el Departamento del Chocó con la disposición a entregar créditos y microcréditos a las entidades organizadas.	La adquisición de materias primas se realiza bajo la modalidad de efectivo, dificultando la compra de grandes cantidades, con el fin de mantener un alto inventario.	Aparición y crecimiento acelerado de materiales sintéticos importados que fungen como materia prima sustituta a la madera.
	Financiación de materia prima y mano de obra por parte del cliente al anticipar 50% del mueble a realizar.	Conformar una asociación de microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera que pueda negociar con los proveedores para conseguir descuentos y crédito en las compras.	Registro de los anticipos o abonos en cuadernos no formales.	Los anticipos o abonos son registrados y conocidos únicamente por el propietario de la microempresa. Ante una ausencia temporal podrían paralizarse las operaciones.
	Las microempresas están legalmente constituidas al contar con el RUT y poseer el certificado de existencia y representación legal.	Las microempresas pueden acceder a créditos bancarios o programas de financiamiento del gobierno.	En gran medida, manejo de las cuentas bancarias personales de los propietarios, en detrimento de las cuentas de la microempresa.	Posibles sanciones por parte de la administración tributaria por la evasión fiscal de diversos tributos.
	El pago a los empleados se realiza a tiempo. El pago semanal depende de la productividad del empleado.	La alta tasa de desempleo en el Departamento del Chocó, hace que exista mano de obra disponible.	Las relaciones laborales con sus trabajadores no están formalizadas mediante un contrato escrito.	Factibles demandas laborales por la informalidad de las relaciones de trabajo (no contribución al Sistema de Seguridad Social, no suministro del equipamiento de seguridad e higiene laboral, entre otras).
	En alta proporción se cuenta con personal de producción capacitado a través de la formación impartida por el SENA. Disposición de los propietarios de las microempresas para capacitar y generar habilidades de producción en los nuevos empleados.	La alta tasa de desempleo en el Departamento del Chocó, hace que exista mano de obra disponible. Importante presencia del SENA en la región.	Espacio físico limitado para incrementar la capacidad de producción y así albergar mayor cantidad de personal.	Fuga de personal capacitado a otras microempresas del ramo que ofrezcan una mayor estabilidad laboral.
	Buena disposición de los propietarios de las microempresas a mejorar los procesos administrativos del negocio.	Presencia en la ciudad de Quibdó de la Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luis Córdoba" que cuenta con la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables, con la que se podrían establecer convenios que estimulen la participación de los estudiantes en las actividades administrativas de las microempresas del Departamento del Chocó.	Ausencia de manuales de funciones y procedimientos. Inexistencia del diseño de estructura organizativa.	Mayor inversión de tiempo para la capacitación del personal. Así como el posible uso no racional de los recursos disponibles (maquinaria, materia prima, infraestructura, entre otros).
	La publicidad o promoción de sus productos es realizada por la recomendación de sus clientes ya atendidos.	Existe un mercado comercial (por ejemplo, mueblerías) que está desatendido por las microempresas que fabrican muebles de madera en Quibdó.	No está definida una adecuada mezcla de marketing.	Penetración en el mercado del Departamento del Chocó de muebles elaborados en otros Departamentos, incluso de Bogotá.

Fuente: Elaboración propia (2016) basada en los resultados de la encuesta.

Cuadro 2 Matriz FODA. Área contable

Área	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Contable	Buena disposición de los propietarios de las microempresas a mejorar los procesos contables del negocio.	Presencia en la ciudad de Quibdó de la Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luis Córdoba" que cuenta con la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables, con la que se podrían establecer convenios para capacitar personal para el área contable de las microempresas del Departamento del Chocó.	No cuentan con personal capacitado en el área contable. En consecuencia, no existe un sistema formal de contabilidad.	Probables sanciones mercantiles, por parte de la administración tributaria, por no cumplir con las disposiciones relativas a la contabilidad.
	Claro conocimiento del costo de la materia prima y de la mano de obra de un producto de madera solicitado.	Presencia en la ciudad de Quibdó de la Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luis Córdoba" que cuenta con la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables, con la que se podrían establecer convenios para diseñar la estructura de costos de las microempresas del Departamento del Chocó.	Ausencia de una estructura de costos formal para identificar el importe no sólo la materia prima y mano de obra, sino también de los costos indirectos de fabricación y los gastos de administración y venta asociados a cada producto.	Al no conocer con exactitud los costos de los productos en madera que se elaboran, las ganancias pueden ser mínimas o se podría incurrir en pérdidas.
	Todo pedido que entre a la línea de producción debe haber recibido un anticipo o abono de dinero.	Al facturar y demostrar mayores ventas, el acceso a créditos bancarios o programas de financiamiento del gobierno es más viable.	Los anticipos y cobro final de un pedido, en gran cuantían, no se facturan. Del mismo modo, los abonos son anotados en un cuaderno no formal.	Posibles sanciones por parte de la administración tributaria por la evasión fiscal de diversos tributos al no facturar. ¹⁰
	Buena disposición de los propietarios de las microempresas a mejorar los procesos contables del negocio.	Presencia en la ciudad de Quibdó de la Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luis Córdoba" que cuenta con la Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables, con la que se podrían establecer convenios para capacitar personal para el área contable de las microempresas del Departamento del Chocó.	Mayoritariamente no se realiza toma física de inventarios (materia prima y productos terminados).	Fuga de materia prima del almacén.

Fuente: Elaboración propia (2016) basada en los resultados de la encuesta.

¹⁰ La madera está exenta del Impuesto al Valor Agregado (IVA) hasta su primer grado de transformación, es decir, hasta el corte. Luego de cepillarla (por mencionar alguna actividad) la madera se convierte en un producto gravado. Ante tal situación, si la microempresa no factura no genera impuestos a pagar a la Hacienda Pública Nacional.

Cuadro 3 Matriz FODA. Área de producción

Área	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Producción	Buena disposición de los propietarios de las microempresas a invertir en infraestructura, previa obtención de créditos bancarios que financien la construcción.	Conformar una asociación de microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera que pueda negociar con los proveedores para conseguir descuentos y crédito en las compras.	Espacio físico limitado para almacenar grandes cantidades de materia prima. Los stocks de inventario de materia prima son relativamente bajos o inexistentes.	Incumplimiento con el lapso de tiempo pactado con el cliente para la entrega del producto de madera.
	Conocimiento de los propietarios de las microempresas de la potencialidad del proceso de secado de la madera a través de hornos.	Construcción de centros de secado de madera comunes adscritos a una asociación de microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera.	No se cuenta con hornos para el secado de la madera. Por tanto, existe una alta dependencia de las condiciones climáticas.	Incumplimiento con el lapso de tiempo pactado con el cliente para la entrega del producto de madera.
	Buena disposición de los propietarios de las microempresas a invertir en maquinarias y herramientas, previa obtención de créditos bancarios que financien la adquisición.	Existen en el mercado maquinarias y herramientas con tecnologías avanzadas que aceleran la producción.	Escasa capacidad de innovación en diseños y en emprendimientos de nuevos mercados.	Duplicación excesiva de modelos de clientes anteriores.
	Buena disposición de los propietarios de las microempresas a mejorar los procesos productivos del negocio.	Diseñar una línea de productos en serie, con el propósito de ingresar a un mercado distinto al contra pedido del cliente. Accesibilidad a todos los implementos de seguridad industrial que demanda el proceso de transformación de la madera.	No existe estandarización en el proceso de elaboración de los productos ofertados. Por lo que el trabajador selecciona a su criterio el procedimiento que considera más conveniente. Esto ocasiona diferencias en el uso de los recursos (materia prima y tiempo de mano de obra). No se asignan a los trabajadores equipo de seguridad industrial.	Posibles accidentes laborales en el personal de producción por no contar con los implementos de seguridad industrial requeridos para el proceso.
	Cuentan con maquinarias y herramientas propias.	Existen en el mercado maquinarias y herramientas con tecnologías avanzadas que aceleran la producción.	Poco o nulo mantenimiento preventivo a la maquinaria en uso.	Incumplimiento con el lapso de tiempo pactado con el cliente para la entrega del producto de madera por mantenimientos correctivos.
	La madera utilizada para la fabricación de muebles de madera (algarrobo, choiba, guamillo, lirio, jigua amarillo, jigua negro, cedro, hipemas, pino, roble, guamo rosario, entre otras) es obtenida en la ciudad de Quibdó o zonas cercanas.	Diseñar una línea de productos en serie, con el propósito de ingresar a un mercado distinto al contra pedido del cliente	Escasa capacidad de innovación en diseños y en emprendimientos de nuevos mercados.	Duplicación excesiva de modelos de clientes anteriores.
	Las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera tienen en el mercado, en promedio, más de 5 años. Conocen a fondo el proceso de fabricación.	Uso del aserrín (desperdicio) en la elaboración de productos entamborados. Por su parte, los trozos de madera se pueden emplear en la manufactura de elementos decorativos.	Escasa capacidad de innovación en diseños y en emprendimientos de nuevos mercados.	La no recepción de ingresos por la utilización del desperdicio en la fabricación de otros productos, o por su venta directa para otras actividades.

Fuente: Elaboración propia (2016) basada en los resultados de la encuesta.

6.2 Segunda fase

La segunda fase de la propuesta se plantea diseñar estrategias para atender las acciones más inmediatas que deben emprenderse para iniciar el fortalecimiento de los procesos administrativos, contables y productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó, fundamentadas en el análisis de la matriz FODA presentada en el apartado anterior.

6.2.1 Estrategias de Nivel I – Área: administrativa

Las estrategias del área de administración enunciadas en esta sección se fraccionarán en sub áreas.

6.2.1.1 Área: administrativa – Sub Área: Finanzas

El principal objetivo que se persigue en esta sub área es tener acceso al financiamiento externo, otorgado por instituciones bancarias o programas sociales del gobierno, para cubrir las actividades de inversión necesarias. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá:

- a) Abrir una o más cuentas bancarias en instituciones financieras presentes en el Departamento del Chocó, a nombre de la microempresa (persona jurídica).
- b) Realizar todas las erogaciones de dinero (o buena parte de ellas) a través de cheques o transferencias electrónicas, incluyendo pago a proveedores, empleados, servicios públicos, arrendamientos, entre otros.
- c) Facturar todos los productos que elaboran.
- d) Llevar una contabilidad que permita la elaboración de los Estados Financieros reales de la microempresa, afín de convertirse en un cliente atractivo para la institución bancaria.

6.2.1.2 Área: Administrativa – Sub Área: Recursos humanos

El principal objetivo que se pretende alcanzar en esta sub área está relacionado con la generación del sentido de pertinencia del trabajador hacia la microempresa, logrando retenerlo y evitando la rotación de personal que impacta en el tiempo invertido en su capacitación. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá:

- a) Formalizar las relaciones de trabajo con sus empleados

a través de la firma de un contrato escrito a tiempo indeterminado.

- b) Dotar a los trabajadores del equipamiento de seguridad industrial requerido para actividad de producción.
- c) Cancelar a cada trabajador los beneficios laborales que el ordenamiento jurídico dispone para ellos.
- d) Contratar un administrador o, en su defecto, un asistente administrativo que pueda coadyuvar a cumplir con todas las disposiciones laborales.

6.2.1.3 Área: Administrativa – Sub Área: Procedimientos

El principal objetivo que se plantea en esta sub área está vinculado a estandarizar los procedimientos que se ejecutan en las actividades cotidianas del negocio, mediante la creación de manuales de funciones y procedimientos y de la estructura organizativa. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá: Plantear un convenio con la Universidad Tecnológica del Chocó “Diego Luis Córdoba”, específicamente con su Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, para que sus estudiantes puedan hacer sus primeras prácticas profesionales (pasantías) en estas microempresas. Este proyecto buscará una relación ganar – ganar, los estudiantes aplican el conocimiento adquirido y las microempresas obtienen un servicio profesional a bajo costo.

6.2.1.4 Área: Administrativa – Sub Área: Logística

El principal objetivo que se expone en esta sub área consiste en incrementar gradualmente los inventarios de materia prima, aumentar la capacidad de producción y disminuir los tiempos de entrega de los productos a los clientes. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá:

- a) Construir una relación (estadística) de los consumos mensuales de cada tipo de madera.
- b) Adquirir semanalmente entre tres a cinco rastras de madera adicionales a las utilizadas en cada pedido. Esta compra adicional estará condicionada a las estadísticas de consumo de cada clase de madera que previamente se han levantado.
- c) Proceder semanalmente al secado artesanal (sujeto a las

condiciones climáticas) de la madera adquirida en forma adicional que formará parte del inventario de materia prima.

6.2.1.5 Área: Administrativa – Sub Área: Marketing

El principal objetivo que se detalla en esta sub área se traduce en captar nuevos clientes y aumentar las ventas de los productos, impactando positivamente en los ingresos del negocio. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá:

- a) Diseñar un catálogo de los productos de madera que se fabrican. Este catálogo debe estar disponible en físico y en digital. Si bien la fotografía del producto es fundamental, se requiere agregar información adicional como: Tamaño, clase de madera, posibles colores, probables usos, entre otros. La elaboración de este catálogo podría ser delegada a los estudiantes de la Universidad Tecnológica del Chocó “Diego Luis Córdoba”.
- b) Solicitar a los clientes sus correos electrónicos, con el propósito de enviar el catálogo digital cada vez que se actualice.
- c) Diseñar una pequeña exhibición en las instalaciones de la microempresa para que el cliente observe directamente la calidad de los productos que se fabrican.
- d) Promocionar a la microempresa a través de una estación radial de importante audiencia en la ciudad de Quibdó.
- e) Diseñar un logotipo y formular un slogan. Estas acciones fomentarán la creación de la imagen corporativa de la microempresa. Esta actividad podría ser delegada a los estudiantes de la Universidad Tecnológica del Chocó “Diego Luis Córdoba”.

6.2.2 Estrategias de Nivel I – Área: Contable

Las estrategias del área contable expuestas en esta sección se fraccionarán en sub áreas.

6.2.2.1 Área: Contable – Sub Área: Contabilidad financiera

El principal objetivo que se persigue en esta sub área es formalizar el sistema de contabilidad de la microempresa. Para el logro de

este objetivo la microempresa deberá:

- a) Contratar a un Contador Público o, en su defecto, a un asistente contable que esté asesorado por un Contador Público.
- b) Construir un inventario de los activos pertenecientes al grupo financiero de propiedades, planta y equipos que emplean en la elaboración de los productos de madera. De igual forma, efectuar un inventario de materia prima, productos en proceso y productos terminados. Ambos listados de activos deben ser registrados en los libros de contabilidad.
- c) Registrar en los libros de contabilidad la totalidad de las transacciones económicas inherentes a la actividad del negocio.
- d) Elaborar los estados financieros de la microempresa, al menos, de forma trimestral para conocer su evolución financiera.

6.2.2.2 Área: Contable – Sub Área: Control interno

El principal objetivo que se destaca en esta sub área es establecer un adecuado sistema de control interno sobre las operaciones que se efectúan en el negocio. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá:

- a) Utilizar un libro mayor auxiliar de cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
- b) Facturar la totalidad de las ventas de los productos de madera que se elaboran.
- c) Depositar íntegramente en las cuentas bancarias de la microempresa el dinero recibido en efectivo por las ventas realizadas.
- d) Diseñar una tarjeta kardex (entradas y salidas de inventario) para el control del inventario de materia prima, productos en proceso y productos terminados.
- e) Registrar las cantidades de desperdicio (aserrín y trozos de madera) que se desprenden del proceso de transformación de la madera.

6.2.2.3 Área: Contable – Sub Área: Costos

El principal objetivo que se matiza en esta sub área es controlar los costos y gastos que se incurren en la fabricación de un producto de madera. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá: Diseñar una estructura de costos formal que incluya todos los elementos que conforman el costo de los productos a manufacturar (materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación). Adicionando, los gastos de administración y venta asociados, así como la ganancia del productor. Esta actividad puede ser ejecutada y asesorada por los estudiantes de la Universidad Tecnológica del Chocó “Diego Luis Córdoba”. A continuación se muestra un ejemplo de la estructura de costos sugerida .

Los supuestos empleados para la elaboración de la estructura de costos son los siguientes:

- La estructura de costos que se ilustra en el ejemplo corresponde a una puerta de madera de lirio.
- Una rastra de madera de lirio consta de aproximadamente cuatro tablones, para la elaboración de una puerta se usan tres tablones.
- El desperdicio de madera se estandarizó a 5%.
- La mano de obra directa contiene todos los beneficios laborales que debe percibir el trabajador.
- La capacidad normal de producción se definió en minutos de trabajo. Para el ejemplo, se pautó una capacidad mensual de 36.960 minutos.
- El tiempo aproximado de elaboración de una puerta es de seis horas.
- La estimación de los gastos operativos atribuidos a una unidad se estableció en 12% del total costo de producción.
- El margen de ganancia se fijó en 30% sobre el total de la estructura de costos de cada producto (costos y gastos).

Cuadro 4 Modelo de estructura de costos – Puerta de Lirio

ESTRUCTURA DE COSTOS - PUERTA DE MADERA LIRIO				
COSTO DE MATERIA PRIMA				
MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (PESOS)	TOTAL
MADERA - LIRIO	RASTRA	0,75	45.000,00	33.750,00
DESPERDICIO DE MADERA	RASTRA	0,04	45.000,00	1.687,50
HOJA TRIPLE DE 7	UNIDAD	0,50	36.000,00	18.000,00
CHAPA QUALITY	UNIDAD	1,00	20.000,00	20.000,00
TRIO OMEGA (VISAGRA)	UNIDAD	1,00	4.000,00	4.000,00
BOTELLAS DE SELLADOR	UNIDAD	2,00	6.000,00	12.000,00
BOTELLAS DE LACA	UNIDAD	2,00	6.000,00	12.000,00
BOTELLA DE TINTE	UNIDAD	1,00	5.000,00	5.000,00
TOTAL COSTO DE MATERIAS PRIMAS				106.437,50
TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA				70.000,00
COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN				
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	CAPACIDAD DE PRODUCCION MENSUAL EN MINUTOS	MANO DE OBRA POR UNIDAD EN MINUTOS	TOTAL
ARRENDAMIENTO	600.000,00	36.960	180	2.922,08
SERVICIO TELEFÓNICO	45.000,00	36.960	180	219,16
SERVICIO DE ELECTRICIDAD	40.000,00	36.960	180	194,81
SERVICIO DE AGUA	30.000,00	36.960	180	146,10
SERVICIO DE INTERNET	30.000,00	36.960	180	146,10
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.500.000,00	36.960	180	7.305,19
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA	500.000,00	36.960	180	2.435,06
TOTAL COSTO INDIRECTO DE FABRICACIÓN				13.368,51
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN				189.806,01
TOTAL GASTOS AJENOS A LA PRODUCCIÓN (GASTOS OPERATIVOS) = 12%				22.776,72
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN + GASTOS AJENOS A LA PRODUCCIÓN				212.582,73
MARGEN DE GANANCIA 30%				63.774,82
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO (NO INCLUYE IMPUESTOS)				276.357,55

Fuente: Elaboración propia (2016) basada en datos suministrados por los encuestados.

6.2.3 Estrategias de Nivel I – Área: Producción

Las estrategias del área de producción manifestadas en esta sección se fraccionarán en sub áreas.

6.2.3.1 Área: Producción – Sub Área: Diseño

El principal objetivo que se pretende lograr en esta sub área consiste en fomentar una diferenciación entre los distintos oferentes de muebles de madera basada en el diseño. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá:

- a) Investigar vía online las nuevas tendencias nacionales e internacionales en decoraciones y diseño de interiores y exteriores.
- b) Permitir a los trabajadores presentar propuestas de nuevos diseños de muebles.
- c) Elaborar productos decorativos a partir de los desperdicios de madera que surgen del proceso de transformación de la madera.

6.2.3.2 Área: Producción – Sub Área: Manufactura

El principal objetivo en esta sub área se traduce en la apertura de nuevos mercados fundamentado en la producción en serie de productos específicos. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá: Instaurar una línea de producción para fabricar en serie productos específicos, por ejemplo, escritorios para oficinas. Con esta actividad la microempresa no dependerá exclusivamente de los pedidos realizados por los clientes, sino que podrá ofertar en el mercado sus productos para que sean comercializados por detallistas, tales como: mueblerías, proveedurías de artículos de oficina, entre otros.

6.2.3.3 Área: Producción – Sub Área: Maquinaria

El principal objetivo que se plantea en esta sub área está vinculado a la inversión progresiva en maquinaria. Para el logro de este objetivo la microempresa deberá:

- a) Reinvertir 30% de los excedentes económicos en maquinaria y herramientas, con el propósito ampliar paulatinamente la capacidad de producción de la microempresa.
- b) Reinvertir 10% de los excedentes económicos en el mantenimiento preventivo de la maquinaria existente.

6.3 Tercera fase

La tercera fase de la propuesta comprende las estrategias a

emprender en un nivel superior, en otras palabras son acciones a iniciar una vez que se han completado las estrategias de nivel I.

6.3.1 Estrategias de Nivel II – Área: Administrativa

Las estrategias de nivel II en el área de administración que deben ser aplicadas por las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó, se describen a continuación:

- a) Solicitar un crédito bancario de una cuantía considerable que permita la inversión en: materia prima, ampliación de infraestructura, equipos de computación y maquinaria. Se recomienda contar con el asesoramiento de los estudiantes de la Universidad Tecnológica del Chocó “Diego Luis Córdoba” en la elaboración de un plan de inversión.
- b) Diseñar un esquema de beneficios laborales para los empleados de la microempresas que sean superiores a los establecidos en legislación laboral.
- c) Adquirir una cantidad de materia prima que permita poseer un inventario para un período mínimo de dos meses.
- d) Crear una página web con la información de los productos de madera fabricados por la microempresa.
- e) Contratar fuerza de venta tanto el Departamento del Chocó como en los Departamentos circunvecinos, con el propósito de intensificar la venta de muebles de madera fabricados a partir de la línea de producción en serie.

6.3.2 Estrategias de Nivel II – Área: Contable

Las estrategias de nivel II en el área contable que deben ser aplicadas por las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó, se describen a continuación:

- a) Adquirir un software en el que se integre el área administrativa con la contable.
- b) Sistematizar la estructura de costos en el software instalado.

6.3.3 Estrategias de Nivel II – Área: Producción

Las estrategias de nivel II en el área de producción que deben ser aplicadas por las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera en Quibdó, se describen a continuación:

- a) Adquirir un horno para el secado de la madera.

- b) Ampliar las áreas destinadas al almacenaje de la materia prima.
- c) Desarrollar otras líneas de producción en serie.

7. Conclusiones

Uno de los sectores productivos con mayor potencial para su crecimiento en el Departamento del Chocó es el de la manufactura de muebles de madera. Sin embargo, el mencionado sector carece variables diferenciadoras que permitan su consolidación en el mercado colombiano.

Resalta el hecho de que en el Departamento del Chocó convergen condiciones naturales y económicas que pueden asegurar el crecimiento de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera. Entre ellas se pueden enunciar: accesibilidad a la materia prima en el propio Departamento del Chocó, disponibilidad de mano de obra calificada y no calificada, presencia del SENA como ente de formación y capacitación del personal, residencia de la Universidad Tecnológica del Chocó "Diego Luis Córdoba", entre otros múltiples factores.

Incuestionablemente, las microempresas para lograr afianzarse en mercados altamente dinámicos, competitivos y globalizados, requieren del diseño y aplicación de estrategias gerenciales que confluyan en la innovación y actualización de los procesos administrativos, contables y de producción, como principales herramientas para lidiar con los retos y amenazas del entorno.

Finalmente, los investigadores señalan que este segmento productivo demanda el compromiso y participación del Estado colombiano, en el diseño de políticas públicas dirigidas a su fortalecimiento, y de la intervención del sector bancario privado, en la formulación de planes de financiamiento para la inversión en activos.

8. Referencias

- Brown, K. (1982). *Paleoecological and regional patterns of evolution in neotropical forest butterflies*. New York: Prance.
- Díaz, J.; Gast, F. (2009). *El Chocó biogeográfico de Colombia*. Cali: Colección Ecológica del Banco de Occidente.
- Viloria, J. (2008). *Economías del Pacífico Colombiano*. Cartagena:

- Colección de Economía Regional del Banco de la República. Santa, M.; Rozo, S. (2008). *Informalidad empresarial en Colombia: Alternativas para impulsar la productividad, el empleo y los ingresos*. Disponible en: <http://www.mintrabajo.gov.co/estudios-e-investigaciones/1387-3-formalizacion-laboral.html>. [Consulta: 2016, Junio 20].
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (2016). *mercado-laboral/empleo-y-desempleo* [Página Web en línea]. Disponible en: <http://www.dane.gov.co/index.php/> [Consulta: 2016, Junio 17].
- Cárdenas, M.; Mejía, C. (2007). *Informalidad en Colombia: Nueva evidencia*. Disponible en: http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/805/3/WP_2007_No_35.pdf. [Consulta: 2016, Junio 17].
- Murillo, S.; Perea, S. (2011). *Propuesta para el mejoramiento de los procesos productivos de las microempresas dedicadas a la fabricación de muebles de madera para el hogar en la ciudad de Quibdó*. Tesis de grado. Medellín, Universidad de Medellín.
- Salas K.; Cortabarría, L. (2014). *Análisis competitivo del sector madera y muebles de la región Caribe de Colombia*. En: Revista Prospectiva de la Facultad de Ingeniería, Universidad Autónoma del Caribe, 12 (1): 79-89.
- Peréz, H.; Villalobos, B. (2010). *Análisis competitivo del sector madera y muebles de la ciudad de Barranquilla*. En: Revista Inge-CUC de la Facultad de Ingeniería, Universidad de la Costa, 6 (6): 195-214.

9. Anexos – Instrumento de recolección de datos

Ítem	Pregunta
1	¿Cómo obtiene la materia prima para la fabricación de los muebles?
2	¿Cuál es el costo que paga por la cantidad de materia prima adquirida?
3	¿Qué tipo de madera utiliza para la fabricación de los muebles?
4	¿Cuenta con un portafolio de servicios para la venta de sus productos?
5	¿Cuáles son los diferentes procesos que utiliza para obtener el producto terminado?
6	¿Con qué frecuencia compra materia prima?
7	¿Cómo es el proceso de almacenamiento de la materia prima?
8	¿Dónde almacenan su inventario terminado?
9	¿Cuenta su organización con el Registro Único Tributario RUT?
10	¿Cuenta con certificado de existencia y representación legal?
11	¿Maneja un stock de inventario? ¿Cada cuánto lo actualiza?
12	¿Tiene un manejo claro del desperdicio?
13	¿Posee la organización cuenta bancaria? O ¿Dónde depositan los recursos fruto de la actividad económica que realizan?
14	¿Tiene diseñada una estrategia de venta?
15	¿Solicita y registra un anticipo para el inicio de la producción?
16	¿Cuál es de porcentaje de anticipo para el inicio de la producción?
17	¿Lleva algún control para identificar los anticipos por terceros?
18	¿Entrega algún documento soporte?
19	¿Qué control utiliza para el registro de las cuentas por cobrar de los clientes?
20	¿Lleva usted un control adecuado de los ingresos (abonos) de los clientes?
21	¿Cómo determina sus gastos?
22	¿Conoce clara y detalladamente cuales son los costos en los cuales incurre para la fabricación del inventario? (Fijos, arriendos, mano de obra, servicios públicos, Materia prima) y variables.
23	¿Con cuántos empleados cuenta?
24	¿Cómo es la forma de contratación?
25	¿Cuántos empleados intervienen en la fabricación de los muebles?
26	¿Los empleados cuentan con algún tipo de capacitación técnica en las funciones que realizan?
27	¿Cuál es el tiempo estimado de la fabricación del inventario?
28	¿Cuál es el tiempo de entrega de los productos?
29	¿Es puntual en la entrega de los productos?
30	¿Utiliza alguna estrategia o gestión para la entrega de los productos luego de haber incumplido?
31	¿Realiza toma física de inventarios?
32	¿Cómo es la forma de pago a los empleados?
33	¿Cada cuánto paga nómina?
34	¿Cuál es la modalidad de pago a los proveedores?
35	¿Posee algún tipo de crédito formal e informal?
36	¿Cuál es el tipo de financiación para los clientes?
37	¿Cuenta con un área de contabilidad en su negocio?
38	¿Lleva un control diario de sus ingresos y egresos?
39	¿Tiene una estructura organizacional?
40	¿Cuenta con manual de funciones y procedimientos?
41	¿Tiene identificada y clasificada adecuadamente su cartera?
42	¿Tiene maquinaria? ¿Cuál utiliza? ¿Esta es propia?
43	¿Qué considera usted le hace falta algo para mejorar su proceso productivo, administrativo y contable?
44	¿Sabe usted cuales son los ciclos más efectivos para la producción?
45	¿Es referenciado su trabajo por los clientes? ¿Eso le ha permitido crecer?

Una procedimentalización de la potestad organizatoria-empresarial para Venezuela

Rosales G., Jean-Denis

Recibido: 2008-07-17 - Revisado: 20-09-16 - Aceptado: 27-03-18

Rosales G., Jean-Denis
Abogado. Especialista en Derecho
Tributario. Especialista en Derecho
Administrativo.
Universidad de Los Andes, Venezuela
Jdrg_adm@hotmail.com

La presente investigación pretende exteriorizar el vacío regulatorio existente en el derecho administrativo, para justificar la implantación de las empresas públicas como técnicas de intervención estatal dentro de la economía conforme a criterios objetivos, que se acondicionen completamente con un estado de derecho material (motivación-procedimiento), tal como la aplicación especial de la normativa de las contrataciones públicas al presente caso. La anterior tesis como principio, será aplicable a empresas públicas con varios accionistas (Estado y particulares), porque la idea ordenadora de la propuesta procedimental es, no sólo la selección de la mejor oferta, sino del mejor contratista a través de las potestades de examinación, evaluación y recomendación de una comisión, que objetiva y cristalinamente, adjudique la buena pro al mejor proponente en la suscripción del contrato societario con el Estado de un modo eficaz. Ignorar la anterior postura, es consentir la creación de empresas públicas con el sector privado de manera arbitraria.

Palabras clave: Empresas públicas; interdicción de la arbitrariedad; mejor oferta; mejor participante.

RESUMEN

This research aims at revealing the existing regulatory emptiness in the Administrative Law to justify Nationalization as Government Intervention Techniques within the Economy according to objective criteria, which are fully conditioned to a Substantive Law State (motivation-procedure), such as the special application of the Government Procurement regulations to this situation. The previous thesis, as a principle, will be applicable to several-Shareholders Public Companies (government and individuals); since the ordering idea of the procedural proposal is not only the selection of the best offer, but also of the best contractor by examination, evaluation and recommendation powers of a Commission, which objectively and transparently awards preferred bidder status, in the subscription of a corporate contract with the State in an efficient way. Ignoring the previous position means to consent to the creation of Public Enterprises with the private sector arbitrarily.

Keywords: Public companies; interdiction of arbitrariness; best offer; best contractor.

ABSTRACT

1. Introducción

La investigación fundamentalmente intenta resolver un problema jurídico de vieja data en Venezuela, como es la exagerada instauración de estructuras orgánicas de la administración ante el ejercicio ilógico e incongruente de la potestad organizativa del Estado, especialmente en lo tocante con el tema de las empresas públicas de un solo accionista, o, de múltiples accionistas según el ordenamiento constitucional venezolano, y que además, no cuentan con un título justificativo que ampare la utilización de dichos medios organizativos para satisfacer los intereses generales, respetando el criterio de la objetividad y de la transparencia en la implementación de tales técnicas de intervención estatal dentro de la economía.

Cabe decir, que el principio de la interdicción de la arbitrariedad del Estado compone un sinfín de elementos jurídicos de corte garantísticos como la motivación: ¿Por qué la decisión?; el procedimiento que debe seguirse para utilizar una potestad administrativa estatal: ¿Cómo nace la medida? que son de carácter sustantivo; y otros de carácter adjetivo como la revisión judicial de toda decisión estatal ante un tribunal especializado por la materia: ¿Cómo cuestionar la juridicidad de la medida?.

Toda acción estatal debe estar motivada, porque los administrados deben conocer cuál es la utilidad de la empresa pública. Toda acción estatal ha de ser procedimentalizada, porque es necesario que se reverencien todos los pasos, donde los administrados –los operadores económicos- afectados por este tipo de medidas económicas, puedan formular sus interrogantes acerca de la pertinencia y juridicidad de la empresa pública. Toda acción estatal debe ser cuestionable judicialmente, pero si no se conocen los motivos, ni existe un procedimiento previo que indique como se instituyó la empresa pública, los interesados no tendrán oportunidad de cuestionar la decisión que ordena dar inicio a la futura empresa pública ante un tribunal especializado, con lo cual complicaría el debate entre los administrados y el Estado en el juicio, porque uno de los efectos de constituir a las empresas públicas en el contexto actual, es limitar el derecho subjetivo de la libre competencia, aunado a la nacionalización indirecta de la economía; nacionalización de la economía, que la Constitución

de Venezuela apacigua por tipificar una Economía social de mercado que solo accede sobre ciertos medios de producción particularizados, cuando la necesidad lo justifique.

En la actualidad, la intervención estatal en la economía es un fenómeno habitual, que viene desde los tiempos de las primeras civilizaciones, pero el fenómeno de la intervención debe venir acompañado de un procedimiento previo que legitime su nacimiento.

2. Desarrollo

2.1. La empresa pública como fruto del ejercicio de una potestad estatal

En un nivel funcional muy propio del derecho administrativo, las empresas estatales son, sin lugar a dudas, el producto jurídico del ejercicio de una potestad administrativa estatal. Y cabe decir, que desde la óptica del derecho constitucional, y del derecho administrativo también, pues según De la Cuétara (1986, 187) “las potestades administrativas estatales están sometidas plenamente al Derecho, partiendo por supuesto de la idea nuclear de que se trata de un poder cabalmente juridificado.” Y que entonces, las potestades que permiten el nacimiento de una empresa estatal no pueden ser la excepción, porque las potestades administrativas son el tipo de instrumento jurídico que accede materializar un interés de tipo general en beneficio de la colectividad.

Las potestades como manifestación concreta del poder público, implican una forma clásica de *ius imperium*, o de *puissance publique* según la doctrina clásica de Hauriou y Rivero (1911, 22), que van a producir efectos sobre unos terceros, esto es, sobre la esfera jurídica de los administrados (entiéndanse 2 grupos diferenciados): 1) los consumidores o los usuarios; 2) Los demás comerciantes con quienes compite en la actividad económica de su preferencia para que éste cumpla con sus objetivos de modo eficaz.

Sin embargo, las potestades administrativas, tienen un presupuesto filosófico determinado según el texto constitucional vía artículos 2 y 141, con la concepción del estado de derecho material, que considera a la juridicidad de las potestades administrativas según la constitución y la legalidad de sus actuaciones para que tengan una fuerte consideración de legitimidad social.

Dos principios generales del derecho que constituyen unas garantías objetivas del orden normativo dentro de un estado de derecho, así como de la efectividad del derecho constitucional de la libertad económica de los comerciantes son la supremacía constitucional y la legalidad administrativa, que suponen que la legitimidad de una empresa estatal debe provenir de un fundamento pleno de la norma constitucional –artículo 300 constitucional- y de una norma legal –artículo 103 Ley Orgánica de la Administración Pública- pues la norma legal es diseñada, discutida y sancionada por el parlamento como órgano que sirve de depositario de la soberanía nacional. Y cada acción estatal de la administración pública debe estar completamente cubierta por una norma escrita que diga ¿a quién incumbe ejercitarla?, ¿en qué supuestos procede?, ¿cuándo procede?, ¿dónde procede?, ¿cómo procede? y ¿por qué?

Para ello, la doctrina administrativa diferencia a la competencia como una técnica consecucional de la legalidad que parcela los poderes legales atribuidos de la Administración según un acto normativo cualquiera a una determina unidad, órgano o ente público del Estado. La competencia legal responde a las anteriores interrogantes. Y ello se logra mediante una juridificación completa de la potestad, porque el texto constitucional, legal y reglamentario (el bloque de la legalidad) debe atiborrar la totalidad de los extremos del ejercicio de una potestad administrativa cualquiera. El bloque de la legalidad debe indicar todo eso. La competencia es un efecto de la ley.

En este sentido, García E. y Fernández, T. (2004, p. 78) dicen que:

Éste principio, no ya el más importante o significativo, sino que llega a tener un valor fundante –siendo germen, savia y raíz- del Derecho Administrativo moderno va a crear un mecanismo técnico, que es la concreción de los poderes perfectamente delimitados a favor de la Administración Pública, en cuya virtud la legalidad define y atribuye potestades a la Administración Pública.

En otras palabras, la supremacía constitucional –lo que dice la Constitución- y la legalidad administrativa –lo que dice la ley- son el fundamento jurídico principal condicionador del nacimiento y ejercicio de la potestad por parte de una unidad organizativa estatal

cualquiera. Como expresa Araujo (2007, 651) “Sin la atribución normativa-legal previa de las potestades administrativas, la Administración Pública no puede actuar.”

En este sentido, el principio de legalidad opera como una condición legal de la actuación administrativa estatal, pues toda potestad administrativa estatal, en cuanto al poder jurídico, el administrativo incluso, ha de estar conferido por el ordenamiento jurídico, y tener en él su base, lo que motiva la regla con forma de aforismo de la *nulla potestad sine lege*, o *conferimento di potestá*. Y todo esto significa que, sólo cuando la administración pública cuenta con esa cobertura legal previa, a través de la concesión de potestades, es que ésta puede ser legítima. Sin el poderío normativo-legal de potestades administrativas previas, la administración en cualquiera de sus formas, no puede ejercitarlas. Sencillamente, la competencia es la medida gradual específica de los poderes otorgados de modo *sui generis* por el ordenamiento jurídico a una unidad organizativa en particular.

La potestad administrativa estatal de constituir empresas estatales no viene sino a determinar la situación posicional de poder en que se encuentra el titular de la misma, situación de un poder, que se va a exteriorizar con unas situaciones jurídicas activas, que de manera fundamental, describirá la incidencia de la potestad en el terreno jurídico-económico; y las situaciones jurídicas que derivan de todas ellas; y por supuesto, las situaciones que derivan de los derechos de los terceros afectados, tras ejercerse las potestades administrativas. Mayer (1949, 67) lo expone muy bien, “el despotismo como sistema de gobierno, se refiere de manera principal a aquellos gobiernos que nunca invocan un título jurídico potestativo de modo legítimo.”

La legalidad de las potestades administrativas ejercitadas significa, conferir reconocimiento popular de la actuación administrativa a través del apego del estado a la ley, incluso cuando crea una estructura organizativa descentralizada con fines empresariales como lo es, una empresa estatal. No hacerlo implica, incluso, una clara forma de desgobierno.

Ahora bien, en términos amplios, el título jurídico potestativo –la potestad- es aquello que legitima cualquier poder jurídico estatal de modo justificado. Un ejemplo, es la utilidad pública con

la técnica expropiatoria como potestad estatal. La diferencia entre la potestad jurídica y el título jurídico, deviene en la existencia de un título justificativo en el segundo caso, y en la ausencia del mismo en el primero. Que existe la posibilidad de potestades estatales reconocidas en la ley que carecen de justificación teórica por la ausencia de una suficiente regulación legislativa. Eso es correcto, pero no es el deber ser en el mundo del derecho para encontrar la regulación administrativa del Estado según los postulados de un estado de derecho material, que ponga limitaciones expresas a las unidades administrativas del Estado, que deben respetar el mínimo vital de las libertades públicas para no limitar con demasía el espacio vital de los particulares.

La potestad de constituir a las empresas públicas es un buen ejemplo, porque no cuenta con un título jurídico que fundamente detalladamente el ejercicio de la mencionada potestad estatal en el caso concreto, cuando se verifiquen un conjunto de supuestos de hecho, que según la ley, legitimen la procedencia de semejante intervención estatal. Un ejemplo que pudiere ser paradigmático como supuesto de hecho: 1) Cuando no existan empresas del sector privado que desempeñen esa actividad económica de interés general a la colectividad, el Estado podrá constituir empresas que cumplan con esos fines de especial interés general; o, 2) Cuando una empresa, o un conjunto de empresas privadas produzcan unos bienes, o presten servicios de manera monopólica, duopólica u oligopólica en Venezuela. Si una empresa estatal surge de un supuesto de hecho diferente de los anteriormente mencionados, los afectados por la anterior medida económica, pueden impugnar el decreto ordenador constitutivo de la empresa pública recién creada por contradecir la legalidad administrativa, sin olvidar que puede considerarse que vulnera el derecho subjetivo corolario de la libertad empresarial, como el derecho de la libre competencia del sector privado que hacen bienes, o prestan servicios.

Toda potestad estatal debe respaldarse con un título justificativo, que permita conocer las razones de proceder de una u otra manera por parte del Estado. No es suficiente, si la ley establece con sumo detalle casi todo, si no coloca, la motivación, que permita conocer a los ciudadanos el porqué de la medida estatal en el terreno económico, porque esa insuficiente regulación

legislativa de las empresas públicas “asentiría constituir” dichas unidades organizativas de un modo arbitrario, careciendo de límites administrativos y financieros de cualquier tipo.

El artículo 300 de la Constitución es expreso al respecto, cuando dice: “La ley nacional establecerá las condiciones para la creación de entidades funcionalmente descentralizadas para la realización de actividades empresariales con el objeto de asegurar la razonable productividad económica y social de los recursos públicos que en ellas se inviertan.”

Sin embargo, la sección segunda del capítulo II del título IV de la Ley Orgánica de la Administración Pública (LOAP), no dice nada acerca de los supuestos que permiten al Estado a constituir empresas estatales, ni como se llama el título justificativo que legitima ese proceder estatal en Venezuela. Fíjense que en tema de Expropiación, el Texto constitucional instituye vía artículo 115, que sólo por razones de utilidad pública o social, puede ésta técnica jurídica proceder. *La utilidad pública es el título jurídico* de esa técnica interventora dentro de la economía. *El carácter estratégico es el título jurídico* en las reservas económicas sucesivas, vía artículo 302 *ejusdem*.

Toda técnica de intervención estatal dentro de la economía debe disfrutar de un respaldo constitucional, y/o legal; los supuestos legitimadores de origen; el título justificativo; el ámbito de ejercicio territorial de la nueva unidad organizativa; la indicación de, a quien corresponde crear la empresa pública; y especialmente, el procedimiento, que viene siendo, ¿el cómo del ejercicio de la potestad administrativa estatal? debe necesariamente aparecer indicado en la ley para conocer con suma exactitud el cauce de formación del acto jurídico que crea al ente empresarial, pues según los postulados de un estado de derecho material, toda potestad estatal debe estar debidamente procedimentalizada por la legislación administrativa correspondiente.

2.2. Tipología de empresas públicas: Descripción de su régimen jurídico

La Ley Orgánica de la Administración Pública (LOAP) enuncia los cimientos normativos de la potestad organizatoria-empresarial del estado venezolano a partir de los artículos 103 al 109 con

la finalidad de intentar, juridificar a una potestad estatal tan importante como ésta. Especialmente, cuando ésta técnica ablativa restringe sutilmente el atributo del derecho de la libre competencia del derecho constitucional de la libertad empresarial de los comerciantes que se encuentran ejerciendo un derecho constitucional legítimo según el artículo 112 constitucional.

El artículo 103 inicia con la regulación legal de las empresas públicas. Lo particular de la regulación legal de las empresas públicas, viene siendo el enfoque organizativo que tiene éste típico fenómeno dentro del derecho público de las organizaciones, y no como una técnica de intervención estatal dentro del derecho público económico. Este ya distintivo fenómeno jurídico de la realidad venezolana, aparece caracterizado como una estructura jurídica organizativa plena más en el complejo entramado de relaciones de autoridad que es la administración, que se vale de diferentes medios patrimoniales, presupuestarios, humanos y jurídicos, ordenados con variadas modulaciones técnicas en varias personificaciones, cuya diferencia penderá de los objetivos juridificados normativamente para cada una de las diferentes formas en que se exterioriza la administración pública.

Aunque, pudiere decirse, que en éste contexto económico y jurídico-constitucional del Título VI lindante con el régimen socio-económico de la nación ésta aparece reconocida como un medio potestativo que permite al Estado irrumpir en la esfera jurídica-subjetiva de los operadores económicos, con la finalidad de colaborar de modo subsidiario con el sector privado en la creación de bienes, y la prestación de servicios públicos de especial calidad para la colectividad, no se encuentran con estudios de carácter científico que aludan a esa loable posibilidad del Estado, de intervenir de modo sistemático en los procesos de producción económicos consumados en Venezuela.

Es significativo resaltar, que el título IV constitucional lo que expone, son las reglas, los principios y los valores del *sistema económico constitucional*, con su especial *sistema económico*, y cada una de las técnicas de intervención estatal en la economía, que a través de una Constituyente consensualizaron la maniobra gubernamental del mundo económico en Venezuela.

El artículo 103 tipifica a la empresa pública como un tipo

organizativo que se ubica dentro de la administración pública descentralizada del Estado, de igual modo, que los demás entes descentralizados funcionalmente.

Y el dato jurídico de mayor relevancia jurídica es la caracterización de la misma como persona jurídica estatal, en cierta forma independiente de la administración pública central nacional, estatal o municipal, pero con un patrimonio propio, y que sigue para su formación jurídica reglas relacionadas con el mundo del derecho privado como lo es, el actual Código de Comercio. También menciona el arriba indicado artículo, que se entiende por empresa pública a las personas jurídicas de derecho público creadas patrimonialmente por los entes político-territoriales en proporción mínima de 51% del capital social. De tal modo, que se trata de una sociedad mercantil de base capital, pero con forma de compañía anónima, que permite la asociación del Estado como un sujeto trascendental en la relación jurídica de derecho público con otros sujetos de derecho, que pueden ser, de diferente tipo, por ejemplo, de derecho público, en cualquiera de sus formas; o, de derecho privado, con sociedades mercantiles de base capital con forma de compañía anónima.

Puede definirse jurídicamente el sentido de la norma en cuestión, como una norma sustantiva que moldea en un sentido más o menos preciso, el régimen jurídico de la empresa pública en Venezuela, aunque con ciertas matizaciones que se insinuarán después, al diferenciarse interpretativamente con el artículo siguiente: el Artículo 104 LOAP.

El artículo 104 en conjunto con el artículo 105 procedimentalizan la potestad organizatoria-empresarial del Estado. Pero advirtiéndolo, que dicha regulación es insuficiente, porque ésta obvia un aspecto fundamental de la formación de la voluntad estatal en el presente caso.

En este orden de ideas, el artículo 104 LOAP menciona, quien es la autoridad competente para decretar el nacimiento de una Empresa Pública en Venezuela. La norma legal manifiesta que la autoridad competente será el jefe del ente político-territorial respectivo: el presidente ejecutivo reunido en Consejo de Ministros, Gobernador, Alcalde con un acto jurídico denominado Decreto, y que éste deberá ser publicado en la gaceta oficial de la república

bolivariana de Venezuela conforme el artículo 105 LOAP.

Luego, en este orden, la segunda oración del artículo 104 LOAP indica la necesidad de la vital protocolización del acta constitutiva de la sociedad mercantil en la oficina de registro mercantil del lugar donde tendrá sede la nueva empresa del estado. Pero hacen falta mucho más aspectos sustantivos-adjetivos que delimiten como crear legítimamente a una empresa pública.

El artículo 108 versa acerca de la legislación aplicable al ejercicio de las empresas públicas del Estado, una vez que ésta, está constituida. Y la norma legal menciona que el funcionamiento entero de la empresa pública se regirá por la legislación ordinaria del Código de Comercio y Código Civil para los asuntos de carácter operativo, salvo en lo conducente en asuntos de carácter jurídico laboral, cuya idoneidad normativa incumbe a la LOTTT. Cabiendo realizar la salvedad, de que su actividad puede ser sometida a las normas del derecho Público como la Ley Contra Corrupción y como la Ley Orgánica de la Contraloría General de la Republica a los fines de asegurar la idoneidad de la utilización de los fondos públicos. Y cuya carestía operativa a nivel de tales actos normativos requerirá de la intervención de la misma administración pública según la sección quinta del capítulo II del título IV LOAP (Artículos 118-131). Así, la creación de una Empresa Pública no enreda la *despublificación* de la materia organizativa estatal, sino a la complementariedad normativa-principista de dos ramas del Derecho, como el derecho público y el privado.

La temática de la intervención estatal de las empresas estatales por parte de la administración pública central es indiscutiblemente de derecho público como puede observarse de las normas anteriormente apuntadas, pero ésta se complementará con normas legales del derecho privado. Incluso, las empresas del sector privado pueden ser intervenidas, en muy pocos casos, pero con un *título justificativo* que legitime la medida final, que pudiere asumir la unidad jurídica competente, y eso significa, derecho público. Esas dos normas: 103-104, son muy importantes para juridificar el nacimiento de las empresas públicas. Y las demás normas de intervención de las empresas públicas son importantes para juridificar el funcionamiento de las mismas, porque permiten mantener viable la funcionalidad social de las mismas frente a la

colectividad. El resto de las normas LOAP de las Empresas Públicas no son pertinentes a los efectos de ésta exposición teórica, y regulan diferentes aspectos sustantivos-adjetivos de las diferentes tipos de empresas públicas.

El artículo 105 LOAP establece que podrán crearse empresas estatales de un solo accionista. Y que en todo momento, será el estado venezolano en cualquiera de sus formas. Sin embargo, de especial importancia es, el mensaje que puede deducirse en un sentido interpretativo contrario al expresamente indicado en ese artículo, de que pueden instituirse empresas públicas con varios accionistas, donde pueden confluir accionistas del sector público, o del sector privado con el ente político-territorial legitimado para constituir a la empresa estatal. ¿Cuál es el criterio para seleccionar a los otros accionistas que contribuirán a la creación de la nueva empresa pública? Esto no se sabe.

La Legislación nada establece, pero la finalidad del presente estudio es ofrecer una alternativa jurídicamente válida, que condescienda cohesionar el anterior vacío, que facilita un cierto margen de “falsa discrecionalidad que en todo caso supone una motivación” al momento de proceder a constituir la empresa pública con el otro vacío legislativo que aparece en el artículo 104 LOAP; ésta idea será relacionada con el punto siguiente.

Ahora bien, del artículo 104 LOAP puede deducirse un mensaje justificador de especial trascendencia para el tema de las empresas públicas que será abordado, y que en todo momento forjará los nuevos lineamientos teóricos del derecho público económico con un estado de derecho material bien configurado en Venezuela, redimensionando inclusive el contencioso-administrativo de las empresas públicas patrio, porque ésta aportación va a proscribir la arbitrariedad en la implementación de la ya tantas veces aludida potestad organizativa, planteando la posibilidad de declarar nulo el decreto constitutivo de la empresa pública¹, o de la resolución

¹ Corresponde al Poder Judicial supervisar el respeto de las Empresas Públicas a los principios constitucionales y a los derechos fundamentales, ya que esta actividad estatal de contraste con unos parámetros jurídicos y de tutela judicial efectiva de todas las personas en el ejercicio de sus derechos e intereses legítimos le ha sido encomendada por la Constitución. Cfr. Antonio Troncoso R. (1997) *Privatización, Empresa Pública Y la Constitución*. Marcial Pons. Madrid, España. Pág. 386. Sin olvidar, que para éste autor, es el Juez Contencioso Administrativo el que está más habituado para exigir a los

culminatoria de la comisión contratante, cuando ésta escoja a los futuros accionistas del ente político-territorial vulnerando a la Ley de Contrataciones Públicas según el principio de universalidad del control de la actividad administrativa. Así, si participan cinco operadores económicos con la finalidad de asociarse con el Estado en la constitución de la referida empresa, y la comisión contratante elige a tan solo 1 de ellos. Los otros 4 operadores económicos podrían acudir a los tribunales especializados para cuestionar la providencia de la comisión contratante de querer seleccionar a unos contratistas, y no a los otros.

El mensaje legislativo es, que del ilusorio cauce legal de las empresas públicas puede deducirse 2 momentos claramente diferenciados del mundo de las empresas públicas. Uno claramente relacionado con el procedimiento de formación de la empresa pública. Y el otro relacionado con la gestión de la empresa pública. De donde, el primero está relacionado con el binomio: *Acto Administrativo Formal-Contrato de Sociedad*, y el segundo con todas las técnicas contractuales que materializarán los planes de gestión de la junta directiva al servicio de sus objetivos estatutarios. La fase más relevante es la primera, el binomio acto administrativo formal-contrato de sociedad, pues el procedimiento del mismo no existe en la LOAP², debiendo existir. Y que en un primer arrimo se denominará: *la fase de derecho público que resolverá como seleccionar sin arbitrios de ningún tipo a los futuros accionistas del Estado en la*

poderes públicos el cumplimiento de los principios Constitucionales. Pág. 394.

² Como señala Araujo, en los mismos orígenes del Derecho Administrativo, el principio inicial consistía en la libertad procedimental o informalismo de que gozaban las autoridades administrativas en el cumplimiento de sus cometidos estatales, en virtud de la cual seguían el cauce que técnicamente les parecía más convincente. En efecto, las primeras fases del Derecho Administrativo se caracterizaban por someter a la Administración a normas materiales o de fondo, fijándose reglas precisas sobre los fines que podía, o debía realizar, pero sin que el camino de formación, revisión o ejecución de la voluntad administrativa en el sentido procedimental, retuviera la atención del Derecho Positivo. Así, el Derecho Administrativo clásico se conformaba con estudiar el producto de la acción, su resultado, el acto administrativo en si mismo; desdeñaba el proceso de creación, el desenvolvimiento jurídico del actuar administrativo. Sin embargo, ya han transcurrido 220 años desde entonces, y no es posible seguir concibiendo el hecho de dictar actos administrativo formales sin procedimiento. Ni siquiera la posibilidad de tener leyes que sostengan ese postulado tan anacrónico con un estado de derecho material como ocurre con la actual LOAP en materia de empresas públicas. Cfr. Araujo Juárez. J. (2007) *Derecho Administrativo Parte General*. Ediciones Paredes. Caracas, Venezuela. Pág. 825.

fundación de la empresa pública, ¿y por qué?

En cambio, la LOAP si alude el procedimiento relacionado con el contrato de sociedad, y que en una primera aproximación conceptual se llamará: *la fase de derecho privado*, que básicamente es, una continuación de la fase anterior, y que se encargará de materializar el logro de la personalidad jurídica por parte de la futura empresa a través del registro mercantil.

Ambas fases están íntimamente relacionadas con la formación de la empresa. Y naturalmente, éstas serán concretizadas por 2 unidades jurídico-administrativas diferentes. La primera por una comisión contratante. Y la segunda por una consultoría jurídica.

2.3. Una propuesta procedimental de la potestad de empresas públicas

2.3.1. El Estado de Derecho y el Procedimiento Administrativo

Es bien sabido que el derecho, además de constituir la causa y los límites de la función ejecutivo-administrativa como lo requiere el principio de legalidad, ésta confiere a la administración poderes frente a los operadores económicos como administrados que son, a través de formidables potestades administrativas, que se encargan de generar una dinámica administrativa de las que derivan derechos y obligaciones económicos recíprocos.

En este sentido, la técnica contractual estatal es una competencia legal que se encuentra ya, históricamente justificada como una pieza básica en la consecución de los fines públicos. Y la celebración de tal técnica contractual es una parte integrante del cuadro de potestades administrativas que se han conferido por las leyes al Estado, pues en palabras de Goy (1980, 234), "hay un procedimiento administrativo para cada poder, y un poder estatal para cada procedimiento."

En efecto, la potestad administrativa estatal de instaurar empresas públicas por intermedio de un contrato de sociedad no puede concretizarse inmediatamente, sino que éste se mantiene al solo nivel de posibilidad de una actuación lícita. Para que tal potestad estatal pueda proceder legítimamente, es necesario que se decrete normativamente la medida de su competencia, y que procederá, cuando concurren las circunstancias previstas en el sistema, y que tales circunstancias, surjan en forma de actos jurídicos

con la finalidad de que constituyan en el presupuesto necesario para afinar el respectivo acto jurídico societario. Benvenuti (1952, 307) es categórico cuando dice, “que el procedimiento es sin duda, la historia de la transformación del poder en un acto, la historia determinada por una serie de actos necesarios para que el poder se manifieste en una realización concreta.”

Cabe decir, que el procedimiento administrativo es, sin duda alguna, una de las conquistas más importantes del estado de derecho. Es según Weber (1971, 176) en el ámbito de la función jurídico-administrativa, “una manifestación capital de la cláusula del estado de derecho” y en palabras de Schmidt-Assman (2003, 4) “una expresión de cambio habido en las relaciones entre el Estado y el ciudadano.”

Como afirma Villanueva (1965, p. 179): “El procedimiento administrativo es un fruto jurídico eminentemente histórico del estado de derecho. Entonces, la administración pública no solo debe aprovechar un derecho sustancial, material, sino que éste debe al mismo tiempo hacerlo con arreglo a cierto procedimiento establecido por un derecho adjetivo o formal”.

Y es que, uno de los problemas del derecho público actual, es la insuficiencia de una mínima ordenación legal, general, del sector público empresarial del Estado; aspecto fundamental de una regulación deficitaria, que debe solventarse pronto para zanjar la arbitraria creación de las empresas públicas en Venezuela con la finalidad de adaptar su potestad de creación a la ley y al derecho, como muy bien menciona el artículo 141 constitucional.

Una consecuencia importante de la formalización de una potestad estatal de creación empresarial, es la procedimentalización del medio jurídico potestativo como principio general del derecho público para la formación de la estructura organizativa-empresarial, sin obviar como dice Martín-Retortillo (1991, 260) “el contenido de su estatuto, permitiendo que todos, los diferentes sectores afectados por la toma de decisión, puedan hacer valer su pertinente opinión al respecto.”

En este sentido, cuando la administración pública central firma un contrato cualquiera, dichas actuaciones resultan, pues, del cumplimiento de un procedimiento administrativo de formación del acto jurídico estatal que condiciona, y da vida a las relaciones

jurídicas contractuales del Estado con los operadores económicos. Y no cumplir con lo anteriormente mencionado, implicaría una especie de vía de hecho contractual.

Éste fenómeno de la procedimentalización de las potestades, no solo sustantivo (el procedimiento), constituye un aspecto vital de la vida estatal venezolana. Así, el valor del procedimiento administrativo en los contratos estatales no es igual en todos los países del orbe, y en muchos de ellos no existe jurídicamente como en el sistema inglés: o de libertad de acción; o éste tiene un papel secundario en la celebración del contrato como acontece en el sistema alemán: o de procedimiento flexible; o es finalmente, un instrumento de la técnica del contrato administrativo como acontece en el sistema francés: o de procedimiento rígido, escogido por el sistema normativo patrio a través de una ley para instituir las garantías objetivas mínimas para la selección de los contratistas que van a celebrar contratos con nuestro Estado.

De ahí, que Brewer-Carías (1978, p. 141):

es un principio unánimemente admitido, el que todos los contratos celebrados por la Administración Pública, incluso, aquéllos que por su propia esencia excluyen la aplicación del ordenamiento jurídico-administrativo, obligan a observar como mínimo, básicamente, las normas sobre competencia y procedimiento.

2.3.2. Recomendación normativa para suplir la deficiencia regulatoria

El procedimiento administrativo de contratación pública no es un acto, ni siquiera complejo, sino un conjunto de actos integrantes de un vital procedimiento administrativo. En suma, son actos tanto de la administración pública como de los propios contratistas, todos concurrentes a formar la voluntad contractual, que comprende a su vez varias etapas, que en su total conjunto, y hasta su terminación configuran la tramitación del caso en estudio. Tampoco es el contrato, ni viceversa. Mientras que el contrato es el resultado del encuentro de la voluntad administrativa con la voluntad del contratista, así, el vínculo contractual germina solo cuando se enlazan tales voluntades por el procedimiento administrativo previsto para tales efectos.

Boquera Oliver (1963, p. 112) expresa que en consecuencia,

“estamos en presencia de un procedimiento administrativo iniciador de la voluntad administrativa contractual. Esa es su esencia jurídica”.

Ahora bien, esto, desde un punto de vista formal, pero sede enfatizar materialmente, que cada cauce, o procedimiento administrativo de 1er grado, tendrá un objeto específico decretado por la naturaleza del mismo contrato. Quedando así la necesidad de determinar entonces, la incidencia del objeto contractual (contrato societario) con la idoneidad del cauce administrativo concursal de la Ley de Contrataciones, pues el elemento individualizador de cada procedimiento administrativo es el efecto jurídico del acto, y por tanto, la *fattispecie* a la que ésta se refiere. Esto quiere decir, que cada vez que se emprenda el examen de un determinado procedimiento administrativo, es por ende, necesario tener en cuenta la *fattispecie* que hace relación Sandulli.

Pero, ¿Cómo adecuar convincentemente el objeto contractual societario con las modalidades concursales representadas dentro del Bloque Normativo de la Ley de Contrataciones Públicas? Partiendo por el principal argumento de todos. El Contrato de sociedad a suscribir por el Estado en cualquiera de sus formas, es un medio vital para materializar a la empresa pública, que no está procedimentalizada a los fines de seleccionar al mejor contratista. Y para escoger al mejor contratista se requiere de un procedimiento administrativo. Y el procedimiento concursal es el más adecuado para tal fin.

¿El por qué? del procedimiento concursal, se debe a que existen unas notas similares, materiales, sustantivas, de los 3 tipos de contratos tipificados en la Ley de Contrataciones Públicas: contrato de ejecución de obras, contrato de suministro de bienes y el contrato de prestación de servicios, con el contrato de Sociedad. Y aunque existen otras técnicas contractuales, igual de administrativas en la Ley Orgánica de Bienes de Dominio Público que regulan el cauce de selección contratistas para la venta y arrendamiento de bienes de dominio privado del Estado, éstas son muy diferentes a las otras.

Éstas dos técnicas acatan mucho más a criterios potestativos relacionados con la gestión demanial estatal sobre sus bienes, y no sobre un conjunto de recursos materiales, humanos y jurídicos,

que se van a constituir a los fines de que terminen circunscritos en torno a la personalidad jurídica de una determinada sociedad (una persona jurídica), que sea idónea para suscribir contratos, o generando situaciones jurídicas nuevas que impliquen derechos y deberes de manera simultánea para ambas partes mediante una técnica contractual como ésta.

Partiendo de ese primordial argumento, se tiene, entonces, que no se puede aplicar las normas procedimentales de las técnicas contractuales de dicha ley para el contrato de sociedad necesario y así materializar dicha empresa pública. La *especialidad sustantiva-procedimental* regulativa de la LCP sería notablemente aplicable para el presente caso, no pudiendo ser aplicable la otra, porque la dinámica procedimental entre el ente político-territorial y los interesados en que se confiara totalmente (compra-venta); o parcialmente (Arrendamiento), la titularidad de los bienes de dominio privado de la nación, es incompatible, a los fines de determinar su procedencia objetiva.

En este sentido, la LCP puede ser más aplicable a la presente materia, puesto que el procedimiento administrativo concursal (abierto o cerrado) permite escoger al mejor contratista en torno a dos criterios muy claros: Uno objetivo, y otro subjetivo. *El objetivo* relacionado con la mejor Oferta. *El subjetivo* análogo con el criterio del mejor participante. Además, que la Ley Orgánica Procedimientos Administrativos (LOPA) mediante el artículo 48 plantea la especialidad regulativa de una ley sobre una determinada materia, que en este caso incumbe según el artículo 1, a la LCP, siempre y cuando que se trate de los contratos allí mencionados. De tal modo, que el principio de la especialidad normativa del artículo 1LCP no resulta aplicable por la mención expresa de los contratos allí indicados en principio, aunque el procedimiento administrativo de primer grado para crear una empresa pública formada por varios accionistas (públicos-privados), esté orientado en cuanto al objeto con la ley, en la base dual de esa búsqueda por una comisión contratante.

El detalle es, que si bien es cierto, que el contrato de sociedad no es, ninguno de esos contratos, queda entonces por esa vía, la aplicabilidad del artículo 48 de la LOPA, a los fines de aplicar supletoriamente el procedimiento ordinario. La traba es que el

procedimiento administrativo ordinario es incompatible con la esencia contractual del tipo societario, pues no alude ni siquiera a la necesidad de instituir una comisión contratante conformada por expertos que sean afines al área³. Entonces, no acudiendo el principio jurídico de la especialidad normativa-societaria en la LOAP, ni pudiéndose aplicar, en vista de la supletoriedad normativa a la LOPA debido a los vacíos normativos parciales, tan sólo queda, la residualidad normativa ¿pero qué plantea la residualidad normativa?

Que cuando no existe la especialidad normativa de la materia, y con ello existe entonces la supletoriedad normativa, queda recurrir al instrumento normativo que en última instancia regula la materia de un modo mucho más idóneo para ese fin: la LOPA, pues la actividad administrativa referida con la contratación pública, como las restantes expresiones del accionar jurídico administrativo alinean en suma, la secuela de un procedimiento de primer grado, que se articula en heterogéneas etapas perfectamente distintas entre sí, aunque ésta diferenciación en modo alguno es incompatible con la unidad final gracias a la cual se instituyen, esto es, el contrato, pero que están en una relación recíproca entre sí y con los contratos. El problema se presenta con la deficiencia regulatoria de la LOPA, que ni siquiera instituye a una comisión contratante conformada por expertos para seleccionar a la mejor oferta y a los mejores contratistas. Nuevamente, la LOPA queda en evidencia como un instrumento regulador ineficiente para la temática de las empresas públicas. No así, el Bloque Normativo de las contrataciones públicas por razones de especialidad que con sus 2 procedimientos concursales acaban instituyéndose en el

³ Cabe decir, que es común en la doctrina venezolana, que la supletoriedad normativa de la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos procede en cualquier momento que se encuentre un vacío normativo parcial acerca de un determinado punto de la materia. Sin embargo, en ocasiones, encontramos, que las disposiciones del procedimiento ordinario son incompatibles con la materia, y ellas resultan inaplicables por su falta de idoneidad, como acontece en el presente caso. Como en ambos grupos de casos, el Primero (Contrato de Ejecución de Obras, de Suministro, de Prestación de Servicios dentro de la LCP); y el segundo (Contrato de Sociedad dentro de la LOAP) nos encontramos con la técnica contractual, asunto que implica una similitud sustantiva ínfima, pero al fin y al cabo existente, para sobre esa premisa, construir suficientemente el acabado teórico sustantivo restante, faltante, y asimismo, el procedimental, para cumplir con el mismo propósito de seleccionar al mejor contratista para el Estado.

cauce ordinario de las técnicas contractuales que utiliza el Estado.

Sin olvidar, que la normativa procedimental administrativa contractual de la LCP son un fragmento de un procedimiento administrativo contractual general, y que existe un vínculo jurídico de especialidad en la materia que gira en torno a la idea cardinal del contrato, del mejor contratista y de la mejor oferta, que reúne de una manera mucho más sistemática mediante un cuerpo unitario de normas, la temática de las contrataciones públicas.

Por tanto, el procedimiento administrativo contractual de la LCP tendrá una aplicación preferente desde el punto de vista material-principista, al procedimiento administrativo ordinario regulado en la LOPA, pero sólo en las materias tocantes a la especialidad. Ahora, ésta especialidad se presta a equívocos, si con ello se tiende a dar a la especialidad, un valor absoluto en orden a la exclusión de la aplicación de la LOPA, olvidando, como señalaría García, E. y Fernández, T. (2004, 460) con éste fenómeno regulativo, “que semejante especialidad sólo puede conceptuarse sobre la base de la existencia plena de aquélla, *como simples adaptaciones,*” por lo tanto, del procedimiento tipo, que la LOPA modela con un carácter bastante general, porque, a fin de cuentas, el procedimiento administrativo de primer grado allí instituido en la LCP, es juzgado como el que mejor preserva e instrumentaliza el patrimonio público de una forma eficiente, eficaz y transparente en la actividad estatal, aunado al hecho de que se busca opciones mucho más ventajosas en precio, calidad, financiamiento y oportunidad.

De allí, que sea forzoso que se utilice el procedimiento administrativo concursal de la LCP, que se realice un llamado a participar con un acto administrativo de invitación por el órgano o ente contratante con la finalidad de que los interesados a contratar, *se asocien con el Estado;* y que cumplan con los requerimientos objetivos-subjetivos intimados por las condiciones de contratación; presenten su oferta a través del llamado a participar; para luego fomentar el derecho de la libre concurrencia de voluntades de los operadores (libre competencia) que están interesados en firmar el contrato societario.

Luego, los operadores económicos interesados formularán sus ofertas a los fines de que, o sean rechazadas, o estos puedan verse

favorecidos con la adjudicación, tras la examinación, la evaluación y la recomendación de las mejores ofertas, estribando de si son éstas *ofertas económicamente ventajosas o no*, conforme a las condiciones de contratación que fueron formuladas por la comisión contratante como normas de derecho objetivo que sirven de norte para la selección del mejor contratista en cada caso empresarial, puesto que finalmente el procedimiento permite a la comisión contratante del poder nacional, estatal o municipal, discernir de una manera más objetiva, quienes pueden ser mejor contratistas para el Estado con un contrato de sociedad; que ofertas económicas les conviene más, lo que supondrá, discutir aspectos como, el porcentaje de acciones a repartir (y con ello, el porcentaje de ingresos comerciales a repartir con los dividendos, también los gastos), la cantidad de dinero a invertir para poder constituir la empresa, en fin.

Un procedimiento administrativo de primer grado, es un mecanismo jurídico de extraordinario reforzamiento de la institucionalidad democrática en la intervención estatal dentro de la economía. Para ello, es necesario sin excusas de ningún tipo, un álgido debate entre el Estado que busca concretar el bien común con la colaboración del sector privado, cuando éste último, posee los medios económicos, y especialmente experiencia para que la nueva Empresa pueda cumplir satisfactoriamente con sus objetivos estatutarios.

3. Conclusión

En un estado de derecho es necesario el respeto de la legalidad. Sin embargo, la legalidad administrativa de la acción estatal significa un correcto enmarcamiento de la operatividad potestativa de la administración pública con la finalidad que quede sumamente cubierta con una norma escrita, todos los condicionamientos respectivos de las potestades estatales. La regulación constitucional-legal debe ser exhaustiva, no dejando posibilidad alguna a los operadores jurídicos (los intérpretes de normativas), cualquier interpretación sesgada que se aparte de un estado de derecho material.

Cierto, un estado de derecho significa el correcto respeto a la constitución y a la legislación administrativa (estado de derecho formal). Sin embargo, cuando la ley es deficiente, y surge la

necesidad de su aplicación, puede que entonces surja una eventual contrariedad no manifiesta a la letra constitucional, porque no se cumple con el acabado regulativo-legal respectivo, que, como principio general del derecho, en palabras del Francés Goy (1980, p. 321) “Cada poder un procedimiento”, o “que cada potestad deba ser procedimentalizada por ley”, y que por razones de desidia del Congreso, éste no juridifica con exactitud el régimen de las empresas públicas, que a fin de cuentas, supone una configuración de una Empresa Pública con varios accionistas (públicos y privados), que ni siquiera exterioriza con una clausula, que podrá aplicarse supletoriamente la Ley de Contrataciones Públicas.

En el derecho administrativo, ya no es posible que éste tipo de situaciones sigan surgiendo, porque la Asamblea Nacional debe velar por la seguridad jurídica de las personas, que deben conocer con exactitud cuáles son las pautas legales que deben seguirse para ejercitar legítimamente las potestades estatales, y que en todo instante, deben ejercerse con la finalidad, de que no implique una arbitrariedad de ningún tipo por parte del Estado; arbitrariedad que en todo caso, significare, un choque de intereses con el concepto jurídico del estado de derecho, que significa el completo respeto a toda la constitución, a la legislación y a los principios generales del derecho. No obstante, un estado de derecho implica no solo no oponerse claramente el derecho estatuido, sino regular de un modo suficientemente detallado la temática de las empresas públicas para evitar la inseguridad jurídica.

4. Referencias

- Benevenuti, F. (1952) *Funcione Amministrativa, Procedimento, Processo*, en Revista Trimestrale de Dirritto Pubblico. Roma, Italia.
- Boquera, J. (1963). *La Selección de Contratistas*. Madrid: IEP.
- Brewer-C., Allan-R. (1978). *Evolución del Concepto del Contrato Administrativo, en El Derecho Administrativo en Latinoamérica*. Curso Internacional. Bogotá Colombia.
- De La Cuétara, J. (1986). *Las Potestades Administrativas*. En Temas Claves de la Constitución Española. Madrid, España.
- Fernández de Velazco, R. (1945). *Los Contratos Administrativos*. 2º Edición. Madrid, España.
- García De Enterría, E. y Fernández, T.R. (2004). *Curso de Derecho*

Administrativo. Tomo II. Madrid: Thomsom-Civitas.

- Goy, R. (1980). *La Notion de Detournment de Procédure*. Recueil D'Études en Homenaje a Charles Eisermann, París Francia.
- Hauriou, M. (1911). *Precis de Droit Administratif*. Séptima Edición. Paris, Francia.
- Juárez, J. (2007). *Manual de Derecho Administrativo Parte General*. Caracas: Ediciones Paredes.
- Mayer, O. (1949). *Derecho Administrativo Alemán*. Tomo I. Buenos Aires: Depalma.
- Renato, A. (1970). *Instituciones de Derecho Administrativo*, Tomo I. Barcelona, España: Trad. Española, Bosch
- Royo-Villanueva, A. (1965). *Elementos de Derecho Administrativo*. Tomo I. Valladolid: Valladolid.
- Sandulli, A. (1959). *Il Procedimento Amministrativo*. Milán, Italia.
- Schmidt-Assman, E. (2003). *La Teoría General del Derecho Administrativo como Sistema*. INAP, Madrid: Marcial Pons.
- Troncoso, A. (1997). *Privatización, Empresa Pública y la Constitución*. Madrid: Marcial Pons.
- Villar, J. (1977). *Apuntes de Derecho Administrativo*. Madrid, España.
- Weber, M. (1971). *Sociedad Y Economía*. Tomo I. México D.F.: FCE.
- República Bolivariana de Venezuela. *Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos*. Gaceta Oficial 2818 Extraordinaria de 01 de Julio de 1981.
- República Bolivariana de Venezuela. *Constitución de 1999 de la República Bolivariana de Venezuela*. Gaceta Oficial 5.980 Extraordinaria del 19 de Febrero de 2009. Sometida a la Enmienda N°1 Aprobada por Referéndum Aprobatorio.
- República Bolivariana de Venezuela. *Decreto-Ley Orgánico de la Contraloría General de la República y del Sistema Nacional de Control Fiscal*. Gaceta Oficial N° 6.103 Extraordinaria del 23 de Diciembre de 2010.
- República Bolivariana de Venezuela. *Ley Orgánica del Trabajo, Trabajadores Y Trabajadoras*. Gaceta Oficial N° 6.076 Extraordinario del 07 de Mayo de 2012.
- República Bolivariana de Venezuela. *Ley Orgánica de la Administración Pública*. Gaceta Oficial N° 6.147 Extraordinaria del 17 de Noviembre de 2014.
- República Bolivariana de Venezuela. *Decreto-Ley Contra la Corrupción*. Gaceta Oficial N° 6155 Extraordinaria del 19 de Noviembre de 2014.

ÍNDICE ACUMULADO DE ARTÍCULOS PUBLICADOS

No. 1. Noviembre 1998

EDITORIAL

Manuel Aranguren R.

ARTÍCULOS

La Ética, la Moral y el Ejercicio Profesional

Altuve Godoy, Germán

Costo Basado en las Actividades (ABC)

Rincón de Parra, Haydeé

El Control Interno: Un Análisis de la Normativa Existente

Viloria O., Norka

Reforma Ley Orgánica del Trabajo: Consideraciones Generales

Casal de A., Rosa Aura

Contratos a Futuro

Molina, Víctor H.

No. 2. Junio 1999

EDITORIAL

Manuel Aranguren R.

ARTÍCULOS

La Formulación de Objetivos en la Investigación Contable

Zaá Méndez, José Rafael

Ambiente Conceptual e Integración de Metas

Sulbarán G., Juan Pedro

Los Costos Ambientes

Quintero de Contreras, María E.

Venezuela Frente a la Integración Económica Regional

Peñaloza de García, Marlene

Las Expectativas de una Auditoría

Viloria Ortega, Norka

La Contabilidad Como Ciencia: Fundamentos y Principios

Borrás Atiénzar, Francisco

No. 3. Diciembre 2000

EDITORIAL

Manuel Aranguren R.

ARTÍCULOS

Filosofía de la Gerencia Universitaria

Altuve Godoy, José Germán

Las Paradojas de la Globalización

Peñaloza de G., Marlene

El Surgimiento de una Nueva Sociedad

Aranguren, Manuel; Casal, Rosa A. y Viloría, Norka

La Motivación del Personal en la Pequeña y Mediana Empresa

Bastidas A., María Carolina

Hacia la Búsqueda del Saber Científico en la Contabilidad

Casal, Rosa Aura

Sistemas de Acumulación de Costos para Empresas de Servicios

Molina de Paredes, Olga Rosa y Morillo Moreno, Marisela Coromoto

Cómo Elaborar un Estado de Costos en la Producción Vendida

Morillo Moreno, Marisela Coromoto

El Papel de la Contabilidad Financiera en las Pequeñas y Medianas Empresas

Peña, Aura Elena

No. 4. Enero - Junio 2001

EDITORIAL

Manuel Aranguren R.

ARTÍCULOS

La Teoría de Acción: Posibilidades de Aplicación en el Ámbito Universitario

Sulbarán, Juan Pedro

Línea de Investigación Denominada Las Ciencias Contables y Financieras. Su Epistemología y Aplicabilidad: Tema para la Discusión

Contreras, Ismaira y Molina, Olga

Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos

Morillo, Marisela

Calidad, Productividad y Costos: Análisis de Relaciones entre estos Tres Conceptos

Rincón de Parra, Haydeé

Epistemología de la Ciencia Contable

Viloria, Norka

Carga Fabril: Distribución vs Asignación

Ovideo, Gaudino

No. 5. Enero - Junio 2002

EDITORIAL

Norka Viloría

ARTÍCULOS

La Gerencia Municipal del Ambiente en el Territorio de la Zona Libre, Cultural, Científica y Tecnológica del Estado Mérida (ZOLCCYT), Venezuela. Ablan Bortone, Nayibe

Capital Intelectual y Generación de Valor

Altuve, José G.

El Proyecto Educativo como Intención Ideologizante de la Acción de Gobierno

Bastidas, María Carolina y Peña, Aura Elena

La Corriente Positiva y su Influencia en la Ciencia Contable

Casal, Rosa Aura y Vilorio, Norka

La Educación Andragógica: Una Estrategia Frente a los Problemas Ambientales

Moreno, Fanny y Quintero de C., María

Morillo, Moreno, Marysela Coromoto

Diseño de Sistemas de Costeo: Fundamentos Teóricos

El Marketing como Filosofía de Servicio

Peñaloza, Marlene

Aspectos Contables Presentes en la Ley Aprobatoria del Convenio sobre Diversidad Biológica

Torres Palacios, María Guadalupe

No. 6. Enero - Junio 2003

EDITORIAL

Marisela Morillo

ARTÍCULOS

Ideas para Impulsar la Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes (FACES-ULA)

Casal, Rosa Aura

Cambio de Paradigmas, Complejidad y Educación: Breves comentarios para fundar un debate

Ferguson, Alex

Nuevas Técnicas de Control y Gestión de Costos en Búsqueda de Competitividad

Molina de Paredes, Olga Rosa

Consideraciones sobre la Gerencia Universitaria en la Escuela de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes

Monagas, Dulce

La Contabilidad de Costos y el Diseño de Mezcla de Productos

Morillo Moreno, Marisela Coromoto
**Internet y las Comunicaciones Corporativas: Reorientando la
Formación Financiera de las Empresas**
Santaella, Germán
La Universidad de Los Andes como Organización Inteligente
Viloria, Norka

No. 7. Julio - Diciembre 2003

EDITORIAL

Nélida Román

ARTÍCULOS

**Dimensión Ambiental en la Universidad de Los Andes, Actualidad
y Perspectivas**

Quintero de C., María E. y Saavedra, Sol

**La Contabilidad Dentro de un Modelo de Educación Recurrente del
Pequeño y Mediano Empresario. Un Enfoque Emergente para la
Eficiencia de la Gestión**

Peña, Aura Elena

**Impacto de las Fusiones Bancarias en los Clientes Internos. Caso:
Fondo Común Banco Universal - Venezuela**

Muñoz R., José F. y Requena M., Karen E.

Comentarios acerca del Proyecto de Ley de Hacienda Pública Estatal
Ramos, R. Carlos

**La Actualización del Contador Público en Venezuela: Un Reto
Permanente**

Bastidas, María C.

**La Contabilidad de Costes en los Hospitales de EE.UU. La
Problemática de la Asignación de los Costes**

Monge, Pedro

El Problema de Clasificación de las Microempresas

Tunal S., Gerardo

No. 8. Enero - Junio 2004

EDITORIAL

María Carolina Bastidas

ARTÍCULOS

**Contabilidad y Ambiente. Una disciplina y un campo para el
conocimiento y la acción**

Ablan B., Nayibe y Méndez V., Elías

El Riesgo en Títulos valores. Métodos científicos. Comparación con

el Método intuitivo basado en la Cosmobiología. Caso: Empresa Alger

Altuve, José Germán

Analfabetismo tecnológico: Efecto de las tecnologías de información

Andrade B., Lucia

Indicadores para el control de gestión de procesos básicos en hoteles

Ferrer, María Alejandra y Gamboa C., Teresa

El margen de operación específico y programable y el punto de equilibrio específico y programable. Luces amarillas en el tablero de las decisiones empresariales

Kaplan, Alfredo

Indicadores no financieros de la contabilidad de gestión: herramienta del control estratégico

Morillo M., Marysela

El neoinstitucionalismo como unidad de análisis multidisciplinario

Pérez Pérez, Gabriel y Valencia E., Laura

Las ciencias de la educación a través del proceso administrativo

Viloria, Norka y Casal, Rosa Aura

No. 9. Julio - Diciembre 2004

EDITORIAL

Rosa Aura Casal

ARTÍCULOS

El Uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión

Altuve, José Germán

Alternativas de administración de la prestación de antigüedad propuesta en la Ley Orgánica del Trabajo

Chacón, Gildaly y Casal, Rosa Aura

Una estimación del tipo de cambio real en Chile para el periodo 1970-1997

Chuecos, Alicia

La pequeña y mediana empresa ante el fenómeno inmanente de la globalización

Peña, Aura Elena y Bastidas, María C.

Estimaciones de pasivos ambientales: mediante la técnica Obligaciones Económicas de los Usuarios: Caso: Aguas de Mérida C.A.

Quintero, Luis E. y Anido, José D.

Internacionalización de la Pequeña y Mediana Industria (PyMI)

Rodríguez, Germán

Una Aproximación a un enfoque holístico en auditoría

Viloria, Norka

No. 10. Enero - Junio 2005

EDITORIAL

Aura Elena Peña

ARTÍCULOS

La calidad en la microempresa Merideña y su impacto en el ambiente

Bustos, Carlos

Mecanismos de transmisión de la política monetaria

Chuecos, Alicia

Contabilidad de costos: una evaluación a la Cátedra

Molina, Olga

Las normas internacionales de la contabilidad

Monge Lozano, Pedro

Análisis de la cadena de valor industrial y de la cadena de valor agregado para las pequeñas y medianas industrias

Morillo, Marisela C.

El Mix de Marketing: una herramienta para servir al cliente

Peñaloza, Marlene.

Política científica venezolana y su influencia en las Universidades: caso LUZ

Suárez, Wendolin y Pereira de Homes, Lilia

Automatización de los Procesos de Trabajo

Tunal, Santiago

No. 11. Julio - Diciembre 2005

EDITORIAL

Nayibe Ablan Bortone

ARTÍCULOS

Modelo de educación recurrente para los gerentes del sector público:

Un enfoque andragógico

Bastidas, María Carolina

Las fronteras de la corporalidad como rasgo epistemológico de la ciencia contable

Casal, Rosa Aura y Viloria, Norka

Inequidad de genero en las organizaciones. Una visión de Latinoamérica

Hernández, Clotilde y Camarena, María E.

La OPEP: Cuarentena y cinco años de historia y dos interpretaciones teóricas

Maldonado V., Fabio

El conocimiento contable

Monagas, Dulce

Comportamiento del consumo de fluoruro de aluminio en el proceso de reducción en la empresa CVG-Venalum, Venezuela

Luzardo, Marianela

La doble imposición por dividendos

Peña, Alirio

El sistema de información contable en las pequeñas y medianas empresas. Un estudio evaluativo en el área metropolitana de Mérida

Peña, Aura Elena

Estructura de colocación y rendimiento inicial de salidas a bolsa: Tecnológicas frente a no-tecnológicas

Quintana, David e Isasi, Pedro

Factores que inciden en el sistema de control interno de una organización

Viloria, Norka

No. 12. Enero - Junio 2006

EDITORIAL

Altuve, José Germán

ARTÍCULOS

Diseño de un proceso de control para la contabilización de las obras de dominio público

Ablan, Nayibe y Vera, Ruth

Los procesos de producción y la contabilidad de costos

Chacón, Galia ; Bustos, Carlos y Rojas, Eli Saúl

El análisis de riesgo cuantitativo como una poderosa herramienta para la planificación estratégica de procesos petroquímicos

Cabeza, María Alejandra y Cabrita, Edgar

Enseñanza del inglés instrumental en contaduría: Herramienta para construir significados

Casal, Rosa Aura; Viloria, Norka y Yánez, Arturo

La triple dimensión cognoscitiva del termino 'Organización'

Chacón, Galia

¿La contabilidad es ciencia o es científica?

Scarano, Eduardo

La medición en contabilidad: un análisis de sus elementos y limitaciones

Fernández, Liliana y Barbei, Alejandro

Aplicación del principio de la legalidad en la Universidad Autónoma Venezolana

Mora, Freddy

Desarrollo computacional del catálogo de bienes

Ponsot, Ernesto

Los costos ambientales en la actividad agrícola

Quintero, María y Molina, Olga

El turismo e Internet, factores de desarrollo en países subdesarrollados.

Caso: Venezuela

Requena, Karen y Muñoz, José

No. 13. Julio – Diciembre 2006

EDITORIAL

Chacón, Galia

ARTÍCULOS

Análisis cuantitativo y mejora de la calidad del costo de capital en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

Altuve, José Germán

La responsabilidad patronal frente a los infortunios en el trabajo

Cabeza, María Alejandra y Corredor, Edwin

Universidad del Zulia: ¿Insuficiencia o Ineficiencia Presupuestaria?

Díaz, Jazmín; Anniccharico, Elvira y Marín, Vanessa

Hablando sobre Teorías y Modelos en las Ciencias Contables

De Andrade, Gilberto

Análisis de las Metodologías Fiscales y Financieras para el Ajuste por Inflación establecidas en la Ley de Impuesto Sobre la Renta y la Declaración de Principios de Contabilidad N° 10

Molina, Víctor

La Calidad del Egresado: Aspecto vital de la evaluación institucional

Monagas, Dulce

¿Cómo Rinden Cuentas las Gobernaciones Venezolanas?

Montes de Oca, Yorberth; Ochoa, Haydée y Henríquez, Deyanira

La Productividad Multifactorial y el Crecimiento Económico en Venezuela

Mora, José

Sistema Computarizado de Análisis de Contribución Marginal

Morillo, Marysela

Gestión Financiera y Participación en el Mercado de Capitales a

Través del Asesor de Inversiones

Pico, Gonzalo y Pulgar, Aidé

Disponibilidad a Pagar por un Plan de Conservación en la Subcuenca del Río Mucujún, Mérida – Venezuela

Rodríguez, Ángel y Sánchez, José

Gerencia Basada en Valor: la Inclusión del Costo Financiero como un Costo de Oportunidad

Vera, Mary

Outsourcing y libre comercio: ¿Dilema para Smith y Ricardo?

Maldonado-Veloza, Fabio

No. 14. Enero - Junio 2007

EDITORIAL

Elisaul Rojas

ARTÍCULOS

Costo de capital del largo plazo. Vinculación con la estructura de capital, costo individual y ponderado.

Altuve G., José Germán

Evolución en la configuración de los sistemas de costeo basado en las actividades

Caldera, Jorge; Baujín P., Pilar; Ripoll F. y Vicente; Vega F., Vladimir

Un pequeño ensayo sobre el debate entre lo científico y lo técnico en contabilidad

Casal, Rosa Aura y Vilorio, Norka

La metodología multicriterial y los métodos de valoración de impactos ambientales (Aspectos básicos generales)

Corral Q., Serafín y Quintero de C., María E.

Modelo de regresión logística multinomial y análisis de correspondencias múltiple: un estudio de la siniestrabilidad en el IPP-ULA

Flores P., Elizabeth; Sinha, Surendra y Nava P., Luis A.

Los incentivos y las amenazas que condicionan a la independencia del auditor

López G., Rosario y Pérez L., Aurora Virginia

Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de contaduría pública del Núcleo Universitario “Rafael Rangel”

López, Walevska; Montilla, Morelia y Briceño, Militza

Diseño del multimedia sistema de costos predeterminados

Molina de P., Olga R.

Los costos del marketing.

Morillo M., Marysela Coromoto

La Ética: Fundamento en la Adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad

Peña, Aura Elena y Bastidas, María

Construcción de Indicadores de gestión al programa alimentario escolar de la zona Educativa del Estado Mérida

Rodríguez, José Miguel

Limitación a la banca por Internet internacional debido a la inexistencia de una regulación uniforme

Villanueva V., Mónica

Reseña: Dalia Barrera Bassols (comp.), Empresarias y ejecutivas, mujeres en el poder

Camarena A., María Elena

Reseña. Domínguez Villalobos, Lilia y Brown Grossman, Flor, Estructuras de mercado de la industria mexicana. Un enfoque teórico y empírico

Hernández G., Clotilde

No. 15. Julio - Diciembre 2007

EDITORIAL

Laura Luciani Toro

ARTÍCULOS

Modelos de educación gerencial para el sector público. Una propuesta dirigida al ser, hacer y como ser

Bastidas, María Carolina

La ciencia contable, su historia, filosofía, evolución y su producto

Casal, Rosa Aura y Vilorio, Norka

La contabilidad de costos, los sistemas de control de gestión y la rentabilidad de la empresa

Chacón Parra, Galia B.

Lecciones teóricas sobre la OPEP. Del éxito (1973-1974) a la debacle (1986)

Maldonado, Fabio

Efectos tributarios derivados de la adopción de las normas internacionales de información financiera. Caso: Venezuela

Peña Molina, Alirio

Competitividad de la banca universal desde la perspectiva de sus sistemas de información contable

Peña, Aura Elena.

Tecnología e innovación factores clave para la competitividad

Peñaloza, Marlene.

Plan curricular de la carrera administración de LUZ. ¿Formación integral?

Pereira de Homes, Lilia; Navarro Reyes, Yasmile; Fonseca Cascioli, Neimar

Estructura de las MiPyMEs merideñas desde la óptica de su acceso al financiamiento formal

Sumoza Matoss, Rolando; Ponsot Balaguer, Ernesto.

Propuesta de un modelo integral de financiación de las empresas depuradoras de aguas residuales

Terceño G., Antonio; Brotons M., José Manuel; Trigueros P. José Antonio.

No. 16. Enero - Junio 2008

EDITORIAL

Rodríguez, José Miguel

ARTÍCULOS

Un análisis de evaluación curricular basado en la funciones de la administración

Altuve G., José Germán

Las diferencias salariales en PROULA medicamentos

Bustos F. Carlos

La competitividad a revisión "Caso México"

Castañeda R. David

Un modelo para mejorar la colocación de recién egresados en el ámbito laboral en México

Del Campo G. Refugio Alberto

Los recursos humanos en el marketing de servicios

Morillo M. Marysela C.

Rendimiento en salidas a bolsa: Un estudio mediante perceptrones multicapa

Quintana David y Isasi Pedro

Diseño de un modelo gerencial basado en el cuadro de mando integral para el Instituto Universitario Tecnológico de Ejido

Quintero D. José Humberto

No. 17. Julio – Diciembre 2008

EDITORIAL

Casal de Altuve, Rosa Aura

ARTÍCULOS

Cadena de valor y circuito cárnico bovino en el Municipio Colón del Estado Zulia (Venezuela)

Anido R. José Daniel; Mora S. Jorge Luis

Redes neuronales artificiales a partir de la función de supervivencia de Kaplan-Meier

Luzardo Briceño, Marianela; Chediak, Georges J.; Borges Peña Rafael

El desempeño docente de los Contadores Públicos a la luz de la sociedad del conocimiento

Márquez R. María Marveya

Las condiciones económicas de la relación laboral reguladas en el Reglamento de la Ley Orgánica del Trabajo de 2006

Mora B., Freddy A.; Molina Víctor H.

Un estudio del tratamiento contable del Capital Intelectual a la luz de la NIC 38

Pacheco, Juan Carlos

El estudio de inventarios en la cadena de suministros: Una mirada desde el subdesarrollo

Ponsot B. Ernesto

La propiedad industrial una herramienta de gestión estratégica en las medianas empresas industriales. Caso de estudio: Sector confección textil en el Municipio Libertador del Estado Mérida"

Quintero de C. María E.; Zambrano, Eddisabel

Enseñanza de la planificación estratégica: enfoque hacia la reflexión

Rodríguez, Cruz; González, Sonia L.

Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica:

Un estudio comparativo

Saavedra G. María Luisa; Hernández C. Yolanda

No. 18. Enero - Junio 2009

EDITORIAL

María Luisa Saavedra

ARTÍCULOS

Una aclaración conceptual en el mercado de cambio extranjero

Achong V. Edgar; Toro G. Luis

Gerencia del conocimiento: Modelo de creación de valor y apropiación de la creatividad del capital intelectual

Añez H., Carmen

Los deberes formales a cumplir por las personas naturales como contribuyentes del Impuesto al Valor Agregado

Escalante D. Pedro P.; Hulett R. Neyi L.

Planificación de estudios de pago por servicios ambientales en Venezuela

Henao O. Ángela; Pérez Roas José A. ; Naranjo María E.

Hacia una periodización de la historia económica de la OPEP (1960-2009)

Maldonado-Veloza Fabio

La Papa. Diversos elementos que intervienen en la cuantificación de su costo de producción.

Molina de P. Olga R.

Un Modelo de regresión logística del rendimiento en los estudios universitarios: Caso Faces ULA

Ponsot Ernesto, Sinha, Surendra Varela Leonardo, Valera Jorge

Lineamientos para gestionar y medir el capital intelectual en las empresas

Román Nélide

La importancia del concepto de independencia para la auditoría

Viloria Norka

No. 19. Julio - Diciembre 2009

EDITORIAL

Altuve, José G.

ARTÍCULOS

Las acepciones de valor en el marco de las Normas Internacionales de Información Financiera

Castellanos S., Heiberg A.

Ética y tendencias de la disciplina contable

De Nobrega, Fátima M.

La caída del modelo de inversión de Estados Unidos del 2008

Ferrer, María A.

Contabilidad y realidad: Una relación crítica bajo el enfoque de la representación

Machado R., Marco A.

La materialidad en la auditoría de estados financieros: Pasado, presente y futuro de un controvertido concepto

Montoya del Corte, Javier; Martínez G., Francisco J. Fernández-Laviada, Ana.

Cambios en los fines de la seguridad social como consecuencia de las transformaciones en la organización del trabajo

Rivas T., Frank E.

Adopción por primera vez de las NIFF: Un análisis teórico de norma

Rodríguez A., José M.

Problemática y desafíos actuales de la vinculación universidad empresa: El caso mexicano

Saavedra, María L.

El retorno a la teoría clásica del balance

Sousa F., Francisco.

Valor pronóstico del k-ésimo período académico en el rendimiento de los alumnos de la FACES-ULA

Varela, Leonardo; Sinha, Surendra; Ponsot B., Ernesto; Valera, Jorge.

La postura de los contadores públicos sobre la independencia

Viloria, Norka.

No. 20. Enero Junio 2010

Editorial

Quintero de C., María E.

ARTÍCULOS

El pensamiento crítico y su inserción en la educación superior

Altuve, José Germán

Importancia de la auditoría de estados financieros para las Pyme's.

Una revisión documental

Escalante D., Pedro; Hulett R., Neyi L.

La gestión financiera de las empresas familiares: Un estudio empírico en el sector turístico mexicano

Esparza Aguilar, José Luis; García Pérez de Lema, Domingo; Duréndez

Gómez-Guillamón, Antonio

Marco conceptual para la especialidad contable socio-ambiental

Geba, Norma B.; Fernández L., Liliana E.; Bifaretti Marcela C.

Evaluación del programa Fray Juan Ramos de Lora con la aplicación de métodos multivariantes

González Villar, Andrea; Nava Puente, Luis

Sistema de planificación pública nacional: Oportunidad de desarrollo local en la normativa constitucional venezolana

Maldonado Q., Xiomara J.

Sistemas de costos de calidad para establecimientos de alojamiento

turístico

Morillo M., Marysela C.

La producción de cacao en Venezuela: Hacia una nueva ruralidad

Quintero R., María Liliana; García L., Ligia N.

Comparación de la dimensión estratégica del marketing en el deporte profesional venezolano. Caso: Fútbol (2003-2004) y baloncesto (2008)

Romero S., Yolmer A.

Gestión de la investigación en la Universidad del Zulia. Período 1996-2004

Suárez A., Wendolin; Pereira de Homes, Lilia; Pereira B., Morela

No. 21. Julio Diciembre 2010

EDITORIAL

Viloria, Norka

ARTÍCULOS

La ética como eje transversal en la formación del contador público

Aquel, Sandra

Sistemas de costeo y objeto de costo producto en supermercados

Castro, Juan J.

La organización como un espacio de manifestación cultural: El Artesano, un estudio de caso en México

Guillén M., Irene J.

Efecto de la variación de la Unidad Tributaria en el pago del Impuesto Sobre La Renta

Hulett, Lizzet

Las marcas de distribuidor, propensión de compra en tiempos de crisis. Márquez, Marveya; Mendoza Mariela

La contabilidad de costos y la adopción en Venezuela de las Normas Internacionales de Información Financiera

Morillo M., Marysela C.

Recursos y defensas que poseen las empresas en el ámbito laboral y tributario

Obando, Laura

Herramientas con base en subconjuntos borrosos. Propuesta procedimental para aplicar expertizaje y recuperar efectos olvidados en la información contable

Rico F., Marco A.; Tinto A., Jaime

No. 22. Enero Junio 2011

EDITORIAL

Altuve G., José G.

ARTÍCULOS

Precios de transferencia en México

Astudillo M., Marcela; Mancilla R., María E.

La contabilidad de costos en el sistema de información contable de las PyME del estado Mérida

Chacón, Galia B.

El sistema de contabilidad en la complejidad de las organizaciones

De Nobrega, Fátima

El mercado argentino de franquicias, un estudio comparativo 1999 vs 2007

Alba A., María C.; Hernández G., Clotilde

Discusión del concepto de "activo" dentro del Marco Conceptual de las Normas Internacionales de Información Financiera

Marcotrigiano Z., Laura A.

Indicadores de gestión de la calidad para los servicios de alojamiento turístico del estado Mérida

Morillo M., Marysela C.

La firma y los costos de transacción

Rodríguez B., Germán G.

No. 23 Julio Diciembre 2011

EDITORIAL

Rojas, Elí S.

ARTÍCULOS

Empresas de producción social: Forma de organización socioproductiva en el marco de la economía social en Venezuela

Añez H., Carmen; Melean, Rosana.

Medidas de acuerdo entre indicadores de pobreza en Venezuela

Barillas, Francisco; Nava P., Luis; Surendra P., Sinha.

Evolución histórica de los enfoques en contabilidad financiera: Implicaciones para los objetivos y los requisitos de la información contable

Ficco, Cecilia R.

Estudio de factibilidad financiera de una cooperativa venezolana, particularidades. Año 2010

García, Francisco A.; Peña, George.

Los principios y postulados básicos de la contabilidad: Una perspectiva histórica-conceptual desde la doctrina contable

Laya, Amilcar

El capital social y la organización social para la producción

Lobo S., Eva L.

El proceso de extensión universitaria: Un análisis desde la perspectiva teórica

Sifuentes, Adalgisa; Benavides, Sulma; Reinozo A. Morayma

Estimación de calificación del examen de admisión usando el modelo en dos etapas regular: Caso U.N.E.T.

Valera, Jorge; Sinha, Surendra; Goitía, Arnaldo

No. 24. Enero Junio 2012

EDITORIAL

Castellanos, Heiberg

ARTÍCULOS

Capital humano: Elemento de diferenciación entre las organizaciones

Calderón V., Jesús A.; Mousalli K., Gloria M.

Arbitraje administrativo propiamente dicho: Referencia al arbitraje tributario

Chirinos P., Loiralith M.; Tavares D., Fabiola del V.; Ocando A., Lorainis T.

El sistema de acumulación de costos. Su importancia y pertinencia en el sector agrícola merideño

Molina de P., Olga

El sistema de seguridad social venezolano y la teoría del servicio público. Lineamientos principales

Rivas T., Frank E.

Reseña del libro “Herramientas de planeación financiera para las Pymes” de María Luisa Saavedra García

Funes C., Yolanda.

No. 25. Julio Diciembre 2012

EDITORIAL

Núñez, Elviz

ARTÍCULOS

La administración y su inclusión en la ciencia noética

Altuve G., José G.

Inductores de valor empresarial y decisiones de inversión.

Un análisis sectorial

Bernal D., Deyanira; Saavedra G. María L.

Normativas contables internacionales aplicables a la contabilidad de gestión medioambiental en Venezuela

Chirinos, Alira; Rodríguez, Guillermo; Urdaneta, Mary

Incidencia de las regulaciones gubernamentales sobre la dinámica del mercado inmobiliario en el municipio libertador del Estado Mérida, Venezuela

Peña, Marysergia; Rivero, Maribel

Calidad del servicio financiero de organismos públicos desde la perspectiva de las PYMES

Useche, María C.; García, Janeth.

No. 26. Enero Junio 2013

EDITORIAL

Molina C., Victor H.

ARTÍCULOS

Análisis de los sistemas de acumulación de costos y su participación en la gerencia de las pymis de la construcción

González L., Nathalie V.; Morillo M., Marysela C.

Niveles de estrés y síndrome de Burnout en contadores públicos colombianos

Loaiza B., Edilgardo; Peña, Aura Elena

Reflexiones acerca de la elaboración y presentación de estados financieros bajo ambiente VEN-NIF PYME

Marcotrigiano Z., Laura A.

Beneficios fiscales de las sociedades cooperativas en Venezuela

Ramírez A., Héctor M.

El fantasma de la postmodernidad en el mundo moderno y su relación con la seguridad social en Venezuela

Rivas T., Frank E.

Comportamiento del consumidor de productos ilícitos cinematográficos en el Municipio Maracaibo

Useche, María C.; Romero, Irais.

No. 27. Julio Diciembre 2013

EDITORIAL

Laura Luciani Toro

ARTÍCULOS

La unidad crédito en la Facultad de Ingeniería, ¿Realidad o necesidad de cambio?

Barboza, Zulima; Benavides, Sulma; Reinozo, Morayma; Guzmán, Eliana

La acreditación del ISAE en las finanzas públicas municipales

Bastidas, Jorge; Castellanos, Heiberg; Gonzalo, José

Los retos del empleo: Las ventajas comparativas en el debate teórico sobre el outsourcing

Maldonado-Veloza, Fabio

Tecnologías de la información y comunicación en los procesos de formación de contadores públicos

Mondragón H., Alexandra; Cárdenas M., Sandra M.;

Barreto, Oscar M.

Disciplina de mercado en la banca venezolana. Período 2004 – 2011

Muñoz, José F.; Cabeza, José L.; Guerra, Wilfredo

El escepticismo profesional: Estrategias de aula para los estudiantes de contaduría pública

Viloria, Norka

No. 28. Enero Junio 2014

EDITORIAL

Aura E. Peña

ARTÍCULOS

La valuación de los bienes intangibles en México

Astudillo M., Marcela; Mancilla R., Ma. Enriqueta

El impacto del impuesto sobre sucesiones sobre los contribuyentes del Municipio Libertador del estado Mérida 2010-2011

Bencomo, Keyla; Rivas T., Frank E.

Auditoría financiera: Una opción de ejercicio profesional independiente para el Contador Público

Escalante D., Pedro P.

Variables cuantitativas y su incidencia en la rentabilidad del activo. Caso: PYMI's del Municipio San Cristóbal, Venezuela

Oliveros, Juan A.; Pinto, Bethy C.

La evidencia, en los servicios especiales prestados por los

Contadores Públicos Independientes

Rojas R., Elí S.

Identificación de las causas en el diagnóstico empresarial mediante relaciones Fuzzy y el BSC

Terceño, Antonio; Vigier, Hernán; Scherger, Valeria

No. 29. Julio-Diciembre 2014

EDITORIAL

Elvis Núñez

ARTÍCULOS

Rentabilidad de la variable activo corriente o circulante

Altuve, Germán

Responsabilidad del contador público en el ejercicio independiente de su profesión

Grisanti B., Andrés

La evaluación crediticia aplicada por los bancos universales y la situación financiera de las PYMES

Marrero M., Daniel J.

Competitividad y factores críticos de éxito de las agencias de aduana

Morán Q., Joselyn; Ferrer, María A.

Inversión turística: Una contribución educativa para la inversión en turismo receptivo

Morillo M., Marysela Coromoto; Cadenas, Evelin H.; Rosales, María A.

Aspectos empresariales en la nueva Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras

Obando, Laura

Inserción de la variable ambiental en el pensum de estudios del Programa de Contaduría Pública de la UNESUR

Reinosa P., Doris C.

No. 30. Enero Junio 2015

EDITORIAL

Juan C. Pacheco

ARTÍCULOS

La logística inversa como fuente de producción sostenible

Bustos F., Carlos E.

Aspectos legales y fiscales de las donaciones y liberalidades

establecidas en la Ley del Impuesto Sobre la Renta
Contreras, Mildred E.; Paillacho B., Lisbeth C.; Hulett R., Neyi
**Las restricciones al financiamiento de las PYMES del Ecuador
y su incidencia en la política de inversiones**
García T., Galo H.; Villafuerte O., Marcelo F.

**La pobreza y su repercusión en la implementación de la
seguridad social en Venezuela**

Rivas, Frank

**Efectos del bienestar económico percibido sobre el consumo
en hogares venezolanos: un modelo de estructura de
covarianzas**

Rivera, Christian; Varela, José L.; Ponsot B., Ernesto; Márquez,
Víctor E.; Rivas, Douglas

**Pasivos ambientales y las Normas Internacionales de
Información Financiera en las PYMES manufactureras del
Municipio Libertador del estado Mérida**

Rosales S., María Z.; Quintero de C., María E.

No. 31. Julio Diciembre 2015

EDITORIAL

Castellanos, Heiberg

ARTÍCULOS

Gerencia del deporte de alto rendimiento en Venezuela

Aguilar, Pedro; Guerra, Wilfredo

**Evaluación del impacto fiscal del trabajo por cuenta propia
en el municipio de Palmira**

Castillo P., Yoania

**Control presupuestario en La Universidad del Zulia,
Venezuela**

Díaz-Barrios, Jazmín; Pacheco, Marny

**Nuevos lineamientos tributarios en Venezuela: El impuesto
al patrimonio**

Morales V., Eduviges; Hernández L., Mairely; Delfín, María I.

La investigación contable en Latinoamérica

Saavedra G., María L.; Saavedra G., Miriam E.

No. 32. Enero Junio 2016

EDITORIAL

Rodríguez, Germán

ARTÍCULOS

Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico

Chacón P., Galia B.

Entre la ética en la investigación y la propiedad intelectual: Prácticas anti-universitarias con relevancia para el Derecho de Autor

De Jesús G., María I.

Una mirada al capital humano de Ascardio. Enfoque desde la indispensabilidad en el proceso de intraemprendizaje

Delgado R., Graciela; Barrios, Raquel M.; Pérez G., Milagros

Venezuela y petróleo hoy: La restauración del excepcionalismo rentista

Maldonado-Veloza, Fabio

Estados financieros previsionales como parte integrante de un conjunto completo de estados financieros en ambiente NIIF. Una propuesta en el marco de la lógica difusa

Perea M., Sandra P.; Castellanos S., Heiberg A.; Valderrama B., Yosman J.

No. 33. Julio Diciembre 2016

EDITORIAL

Rodríguez, Suail

ARTÍCULOS

La auditoría interna y su alcance ético empresarial

Hernández P., Osneidy.

La temporalidad de los hechos y las ciencias económicas, administrativas y contables: Implicaciones epistemológicas

Maldonado-Veloza, Fabio

Utilidad de la metodología de Maxwell en el diseño de investigaciones

Rodríguez, Cruz del C.; Rodríguez, C. Melody

Costo de la gestión laboral en el proceso productivo de una empresa manufacturera trujillana. Caso: Industrias Kel, C.A.

Valderrama, Yosman; Colmenares, Loyda ; Colmenares, K. Darwing; Jaimes, Renny

**Estrategias de reforzamiento de escepticismo profesional
para los contadores públicos en actividad de auditoría**

Viloria, Norka

No. 34. Enero Junio 2017

EDITORIAL

Peña, Aura E.

ARTÍCULOS

Competencias gerenciales para la gestión de empresas manufactureras del Municipio Libertador del estado Mérida-Venezuela

Camacaro P., María

La contribución de los sindicatos en la Norma ISO 26 000 para la responsabilidad social de las organizaciones: Legitimidad y reivindicaciones en la administración mundial del trabajo

Cuevas M., Ricardo

Pérdidas en el capital contable por un desempeño deficiente de la misión de la empresa

Farfán T., Elio A.

Orientación de los métodos de medición del marco conceptual para la información financiera

Gómez, Oda; Belloso, Nora; Álvarez, Romer

Evaluación financiera del sistema de seguridad y salud ocupacional en la empresa privada y su impacto económico-social

Jiménez S., Elisabeth

La experiencia en Latinoamérica en el ámbito de las pensiones y jubilaciones como parte del sistema de seguridad social

Rivas T., Frank E.; Silva D., María F.

El gobierno electrónico para Venezuela y sus implicaciones en el riesgo país

Rodríguez B., Germán G.

No. 35. Julio Diciembre 2017

EDITORIAL

Parra, Darwin

ARTÍCULOS

La dignidad humana y el bien común como valores del profesional de la contabilidad

Agudelo, María V.; Viloria O., Norka

Los tres mundos de la contabilidad desde la postura de Laughlin

Durán C., Luz E.

Impuesto a las ganancias. Un estudio del costo beneficio de su aplicación en las PYMES del Ecuador

García T., Galo H.; Fonseca T., Marcelo

Efectos de las normas contables internacionales en las Instituciones de Educación Superior en Colombia

Patiño J., Ruth A.; Valero Z., Gloria M.; Plata B., María T.; González A., Susana del P.

El índice nacional de precios al consumidor y la recaudación tributaria en el municipio Libertador del estado Mérida - Venezuela

Ponsot B., Ernesto

La figura del contador público en la determinación del impuesto sobre sucesiones

Rodríguez R., Suail M.

La globalización económica y contable: Su incidencia sobre la fiscalidad en Colombia

Vargas R., Carlos M.; Peña G., Aura E.

No. 36. Enero Junio 2018

EDITORIAL

Peña, Aura E.

ARTÍCULOS

El distanciamiento entre el discurso teórico de la investigación universitaria y el discurso de la regulación contable en el contexto global

Durán C., Luz E. ; Parra G., Beatriz

BlackBerry: Efectos negativos en el patrimonio por un desempeño deficiente de la misión

Farfan, Elio

Adaptación del Modelo de Ohlson (1995) para el Estudio de la Relevancia Valorativa de los Activos Intangibles y del Capital Intelectual

Ficco, Cecilia

La representación fiel y su influencia en la confianza de usuarios de la información financiera

Parra, Darwin

Elementos clave para definir el concepto de utilidad en la

información financiera

Rodríguez A., José M.

Efecto indemnizatorio de los salarios caídos: Naturaleza jurídica y apreciación judicial

Silva D., María F.; Rivas T., Frank E.

ACTUALIDAD CONTABLE FACES
Publicación del Departamento de Contabilidad y Finanzas
Escuela de Administración y Contaduría Pública
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Los Andes (ULA)
Mérida - Venezuela

AÑO 21-Nº 37. JULIO - DICIEMBRE 2018. PUBLICACIÓN SEMESTRAL

ISSN 1316-8533

ISSN Electrónico: 2244-8772

Depósito Legal pp 199802ME395

Depósito Legal ppi 201202ME4097

INSTRUCCIONES PARA LOS AUTORES

ACTUALIDAD CONTABLE FACES es una revista científica arbitrada, editada por el Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de Los Andes -Venezuela. Su objetivo es difundir los resultados de las investigaciones científicas, estudios recapitulativos, resultados de investigaciones en curso y ensayos sobre diversos temas: Contables, financieros, políticos, culturales, económicos, legales, tributarios, de mercadeo, costos, gerencia, estadística, sociología, tecnología entre otros. **ACTUALIDAD CONTABLE FACES** publicará, además, reseñas bibliográficas, así como documentos, notas e información de las actividades del quehacer universitario que revistan importancia.

La coordinación de la publicación de la Revista está a cargo de un Consejo Editor, el cual selecciona los artículos a publicar entre el material recibido. El Consejo Editor elige los árbitros que tendrán la obligación de evaluar los respectivos artículos. Los trabajos publicados son de absoluta responsabilidad de sus autores. Por consiguiente ni el Consejo Editor, ni la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Los Andes se hacen, necesariamente, solidarios de las ideas, temas u opiniones expuestos en los mismos.

Los autores deben tener en cuenta que la Revista no es de tipo informativo, sino técnico-científico, por lo cual los artículos remitidos deben tener tal característica. El envío de un trabajo a la Revista supone la obligación de no haber sido presentado para ser incluido en otras publicaciones. El Comité Editorial podrá realizar modificaciones de forma a los trabajos, una vez que éstos hayan sido aprobados para su publicación, con el objeto de mantener la uniformidad de estilo de la revista. No se devolverán los originales.

Los autores recibirán dos ejemplares gratuitos de la revista en la cual se publique su trabajo.

La revista es de frecuencia semestral. La recepción de artículos se realizará durante todo el año. Los trabajos se enviarán a la siguiente dirección: Coordinación de la Revista **ACTUALIDAD CONTABLE FACES**. Universidad de Los Andes. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Departamento de Contabilidad y Finanzas. Núcleo La Liria. Edificio "F". Segundo piso. Mérida Venezuela. Teléfonos (0274) 240 11 11 Ext. 1043, 1170 y 1165 (0274) 240 10 42. Fax: (0274) 240 11 65. **Correo electrónico:** actualidadcontable@ula.ve; actualidadcontablefaces@gmail.com

Los trabajos deben enviarse en original y (3) copias impresas en papel tamaño carta, en procesador de palabras Word, letra Palatino Linotype, de tamaño 11, márgenes de 1 pulgada (2,5 cm), con una extensión mínima de 10 páginas y un máximo de veinte páginas, escritas a un espacio por un solo lado, con numeración consecutiva de todas las páginas. Si el artículo incluye gráficos, ilustraciones, mapas, planos, fotografías, entre otros, debe adjuntar los respectivos originales para facilitar su reproducción. Este material será entregado en un disquete (3 1/2) o CD debidamente identificado. Cuando el articulista se encuentre fuera de la ciudad de Mérida se aceptará vía correo postal y/o correo electrónico.

El contenido de la primera página debe indicar: Título del artículo en español e inglés, resumen en español e inglés con una extensión no mayor de ciento veinte (120) palabras, un máximo de (4) palabras-clave en español e inglés. Para el resumen en inglés, se recomienda a los articulistas que éste sea traducido y escrito por un traductor o por una persona con suficiente experiencia en la escritura de documentos en inglés. Se sugiere evitar hacer uso del software de traducción de que disponen algunos procesadores de texto electrónicos.

Al pie de página señale (en tres líneas) los siguientes aspectos del currículo del autor o los autores: Nombre completo, filiación institucional/profesional o lugar de trabajo al cual se encuentra adscrito, dirección postal, teléfonos (con su código de país y área) y correo electrónico. Se recomienda utilizar Palatino Linotype 10.

En cuanto a su estructura, el artículo debe exponer los objetivos del trabajo y sus principales conclusiones. Se sugiere organizar el artículo de acuerdo con las siguientes secciones: Introducción, metodología, desarrollo, conclusiones y referencias. Para ofrecer

una breve guía de cómo debe presentarse el artículo, se detallan a continuación algunas normas generales a tomar en cuenta:

Referencias: Regirse por lo dispuesto en el sistema APA, en el cual éstas se citan en el texto con mención al(los) apellido(s) del(los) autor(es) y el año de publicación. Ejemplo: Martínez (2008). Si la referencia es sobre una cita textual, contendrá además de los datos mencionados anteriormente, la página de la cual se toma la cita. Ejemplo: Martínez (2008, p.13). Esta sección debe limitarse únicamente las fuentes citadas en el trabajo, evitar referencias a obras no publicadas, debe situarse al final del trabajo y no deben numerarse. Las referencias deben presentarse en orden alfabético y cronológico si hay varias obras del mismo autor; si un autor tiene más de una publicación del mismo año, deben ordenarse literalmente (1998a y 1998b). La referencias con un sólo autor precederán a aquellas en las que ese mismo autor figure con otros.

Notas adicionales: Ubicar al pie de la página respectiva la información complementaria al tema abordado.

Citas textuales: Se incluyen en el párrafo si éstas son menores de cuarenta palabras, de lo contrario se colocará en párrafo aparte con sangría de 1 cm con respecto al margen izquierdo y derecho.

Fuentes electrónicas: Apellido, Inicial del primer nombre. Año. Título. Día de consulta. Disponible (on line): dirección electrónica.

Ecuaciones: deben venir enumeradas de manera consecutiva en números arábigos. La numeración de las ecuaciones debe alinearse a 2,5 cm del margen derecho del texto.

Una vez cumplidos los anteriores requisitos, el artículo será sometido a evaluación de, por lo menos, tres árbitros especialistas en el área, quienes aprobarán o no su publicación. La relación entre articulistas y árbitros es anónima, es decir, el articulista no conoce quién evalúa su trabajo y el árbitro no conoce el autor del artículo. Terminada la evaluación del artículo, se remitirá al articulista un resumen de la valoración resultante y, si diera lugar, se le sugerirán las correcciones pertinentes para publicar su trabajo.

ACTUALIDAD CONTABLE FACES
Publicación del Departamento de Contabilidad y Finanzas
Escuela de Administración y Contaduría Pública
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Los Andes (ULA)
Mérida - Venezuela

AÑO 21-Nº 37. JULIO - DICIEMBRE 2018. PUBLICACIÓN SEMESTRAL

ISSN 1316-8533

ISSN Electrónico: 2244-8772

Depósito Legal pp 199802ME395

Depósito Legal ppi 201202ME4097

INSTRUCCIONES PARA LOS EVALUADORES

La revista Actualidad Contable FACES es arbitrada, por el sistema doble ciego, por consiguiente los artículos que se publican deben ser sometidos a la evaluación de personas especializadas en el tema objeto de cada artículo.

A los árbitros o evaluadores se les suministra una planilla donde se registran todos los aspectos del artículo que, a criterio del comité de redacción, deben cumplirse. El evaluador calificará el grado de cumplimiento de estos aspectos, y emitirá al final un dictamen definitivo sobre la calidad del artículo. A tal efecto, se enumeran a continuación algunas recomendaciones a tener en cuenta:

1. Los artículos deben ser evaluados bajo un criterio de objetividad, tratando en la medida de lo posible de ser constructivo, sin rechazos a priori o sin argumentación sólida.
2. Toda objeción, comentario o crítica debe ser formulada claramente y por escrito. Debe evitarse el uso de signos poco explicativos sobre el contenido de la crítica o comentario (rayas, interrogaciones, admiraciones, entre otros).
3. Los árbitros deben incluir dentro de su evaluación la ortografía y la redacción, como aportes para mejorar la calidad del artículo.
4. La decisión del árbitro debe ser sustentada con los argumentos respectivos y plasmada en los espacios destinados para tal fin en la planilla de evaluación que se entrega con el correspondiente artículo a evaluar.
5. Los árbitros deben entregar el artículo evaluado a la coordinación de la revista en un lapso no mayor de quince días consecutivos, a partir de la recepción del mismo.



UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES
MÉRIDA VENEZUELA

CDCHTA



El Consejo de Desarrollo, Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes es el organismo encargado de promover, financiar y difundir la actividad investigativa en los campos científicos, humanísticos, sociales, tecnológicos y de las artes.

Objetivos Generales:

El CDCHTA, de la Universidad de Los Andes, desarrolla políticas centradas en tres grandes objetivos:

- Apoyar al investigador y su generación de relevo.
- Vincular la investigación con las necesidades del país.
- Fomentar la investigación en todas las unidades académicas de la ULA, relacionadas con la docencia y con la investigación.

Objetivos Específicos:

- Proponer políticas de investigación y desarrollo científico, humanístico, tecnológico y de las Artes para la Universidad.
- Presentarlas al Consejo Universitario para su consideración y aprobación.
- Auspiciar y organizar eventos para la promoción y la evaluación de la investigación.
- Proponer la creación de premios, menciones y certificaciones que sirvan de estímulo para el desarrollo de los investigadores.
- Estimular la producción científica.

Funciones:

- Proponer, evaluar e informar a las Comisiones sobre los diferentes programas o solicitudes.
- Difundir las políticas de investigación.
- Elaborar el plan de desarrollo.

Estructura:

- Directorio: Vicerrector Académico, Coordinador del CDCHTA.
- Comisión Humanística y Científica.
- Comisiones Asesoras: Publicaciones, Talleres y Mantenimiento, Seminarios en el Exterior, Comité de Bioética.
- Nueve subcomisiones técnicas asesoras.

Programas:

- Proyectos.
- Seminarios.
- Publicaciones.
- Talleres y Mantenimiento.
- Apoyo a Unidades de Trabajo.
- Equipamiento Conjunto.
- Promoción y Difusión.
- Apoyo Directo a Grupos (ADG).
- Programa Estímulo al Investigador (PEI).
- PPI-Emeritus.
- Premio Estímulo Talleres y Mantenimiento.
- Proyectos Institucionales Cooperativos.
- Aporte Red Satelital.
- Gerencia.

www2.ula.ve/cdcht

E-mail: cdcht@ula.ve

Teléfonos: 0274-2402785/2402686

Alejandro Gutiérrez S.
Coordinador General