



COMUNICACIÓN Y GERENCIA

REVISTA DE ESCUELAS: COMUNICACIÓN SOCIAL,
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTADURÍA PÚBLICA.
VOLUMEN 3, NÚM. 1 - JULIO 2023.



© UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA
N° Depósito Legal AR2023000032 N° ISSN 3005 - 4214
Reservados todos los derechos conforme a la Ley
Se permite la reproducción total o parcial de los trabajos publicados, siempre que se indique expresamente la fuente.



UNIVERSIDAD
BICENTENARIA

AUTORIDADES

Dr. Basilio Sánchez Aranguren
RECTOR PRESIDENTE

Dr. Manuel Piñate
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dr. Gustavo Sánchez
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Dra. Edilia Papa
SECRETARIA GENERAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

Dra. Zoricar Ojeda
DECANA FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

Lcda. Erika García, MSc.
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA

Lcda. Orlanda Luna, MSc.
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO

Dra. Yesenia Centeno
COORDINADORA DE FONDO EDITORIAL



DIRECTORA

Lcda. Erika García, MSc.

EDITORA

Lcda. Aurys Patiño, Esp.

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Zoricar Ojeda.
Lcdo. Gabriel Abreu, MSc.
Lcda. Andrea Trimarchi, MSc.
Econ. Norka Avendaño, Esp.

PORTADA

Lcdo. Edgar Sojo.

DIAGRAMACIÓN Y COMPILACIÓN

Lcdo. William Aponte, MSc.

FORMATO ELECTRÓNICO

Lcda. Eylin Torrealba, MSc.

Fecha de Aceptación: Mayo, 2023 **Fecha de Publicación:** Julio, 2023.

San Joaquín de Turmero- Universidad Bicentennial de Aragua

La presente es una publicación correspondiente a la serie de libros y revistas arbitradas del Fondo Editorial de la Universidad Bicentennial de Aragua (FEUBA), dirigida a los estudiantes, docentes e investigadores de las Ciencias Económicas y Sociales. Tiene como propósito divulgar los avances de estudios, casos o experiencias de interés para el desarrollo de la investigación en el área de Administración de Empresas, Contaduría Pública y Comunicación Social. Es una publicación periódica semestral arbitrada por el sistema doble ciego, el cual asegura la confidencialidad del proceso, al mantener en reserva la identidad de los árbitros.

INDICE GENERAL

N°		Pp.
-	Editorial	5
I	PROCESOS DE EXPORTACIÓN LLEVADOS A CABO EN EL SECTOR ALIMENTARIO Y SU INCIDENCIA A NIVEL MACRO Paola Restrepo	6
II	IMPACTO DE LOS ARANCELES EN EL COSTO DE LOS PRODUCTOS IMPORTADOS Carlos Martínez	19
III	FACTURACION ELECTRONICA COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR EL CONTROL TRIBUTARIO EN LA GESTION EMPRESARIAL DEL SECTOR PRIVADO Jennifer Mayora	31
IV	VULNERABILIDAD EN EL PRINCIPIO DE IGUALDAD TRIBUTARIA Jorge Pérez	42
V	IMPACTO ECONÓMICO - FINANCIERO DEL APOORTE DE LA LOCTI EN EL SECTOR ALIMENTARIO María Hernández	50
VI	LA RELACIÓN TUTORIAL Y EL PROCESO ADMINISTRATIVO Gabriel Abreu	63
VII	IMPLEMENTACIÓN DE LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA EN ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS LATINOAMERICANAS. CASO COLOMBIA – CHILE Yrama Rodríguez	72
VIII	GESTIÓN DE VENTAS EN LA RED SOCIAL INSTAGRAM APLICADO EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL ÁREA DE ROPA. Hiraivi Moreno	88
IX	INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN MARKETING DIGITAL DENTRO DE LA INDUSTRIA DE LA MODA José Bermúdez	95
X	EQUIDAD Y EFICIENCIA: PILARES FUNDAMENTALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE UN ESTADO. Ubeimar Molina	101

EDITORIAL

Nos complace presentar una nueva edición de nuestra Revista Digital de Comunicación y Gerencia, publicación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.

El objetivo de esta revista es difundir investigaciones, análisis y buenas prácticas en el campo de la comunicación organizacional y la gerencia estratégica. Buscamos brindar contenidos de utilidad tanto para el ámbito académico como para los profesionales de las organizaciones.

En este número abordaremos temas de actualidad como la comunicación interna, la reputación corporativa en entornos digitales, las nuevas tendencias en management y liderazgo, la responsabilidad social empresarial, entre otros tópicos.

Presentamos una visión sobre los desafíos comunicacionales y de gestión que enfrentan las organizaciones hoy en día. Además, compartiremos los resultados de investigaciones realizadas por nuestros docentes y estudiantes, las cuales aportan interesantes hallazgos para la disciplina.

Esperamos que los contenidos de esta edición sean de su interés y les entregue información valiosa tanto para la reflexión como para la práctica profesional. Valoramos sus comentarios y sugerencias para mejorar esta publicación, que busca ser un referente en materia de comunicación y gerencia en nuestra región.

¡Buena lectura!

Atentamente,

Equipo Editorial Revista Digital de Comunicación y Gerencia.

PROCESOS DE EXPORTACIÓN LLEVADOS A CABO EN EL SECTOR ALIMENTARIO Y SU INCIDENCIA A NIVEL MACRO

Paola Restrepo¹

Resumen

La internacionalización en las empresas en el mundo actual, principalmente en el sector de alimentos, en lo cual se centrará el presente artículo, ha contribuido a que cada vez se realicen con mayor frecuencia importaciones y exportaciones más allá del territorio nacional. Cada uno de estos procesos debe pasar por ciertas restricciones, requisitos y adaptaciones, según sea el caso requerido, a fin de alcanzar el fin deseado, lo cual puede considerarse objeto de estudio debido a la importancia que llevan consigo ciertas condiciones, que son un factor primordial a nivel internacional para la realización de estos procesos, tales como: calidad requerida, estudios de mercado internacionales, el conocimiento de los trámites del despacho aduanero, y la capacidad logística de la empresa, que son características que constituyen gran parte de la garantía de que una exportación sea realizada bajo todos los parámetros correspondientes, y cumpliendo con su obligación tributaria exitosamente. De igual modo, se tomará en cuenta el hecho de que la importancia de las importaciones y las exportaciones de una empresa se encuentran estrechamente relacionadas entre sí. Por tanto, el estudio reside en analizar cada uno de esos factores a nivel micro, a fin de obtener buenos resultados a nivel macro, mediante el uso de técnicas de investigación, que permitirán obtener tanta discusión como conclusiones pertinentes al tema.

Palabras clave: Exportación, Importación, Trámites Aduaneros, Mercados Internacionales, Tributación Aduanera

Abstract

The internationalization of companies in today's world, mainly in the food sector, on which we will focus throughout this article, has meant that imports and exports beyond the national territory will be carried out more and more frequently. Each of these processes must go through certain restrictions, requirements and adaptations, depending on the case required, in order to achieve the desired end, which can be studied due to the importance of certain conditions, which are a primary factor. at an international level to carry out these processes, such as: required quality, international market studies, knowledge of customs clearance procedures, and the logistics capacity of the company, which are characteristics that constitute a large part of the guarantee that an export is carried out under all the corresponding parameters, and successfully complying with its tax obligation. In the same way, the fact that the importance of imports and exports of a company will be related to each other will be taken into account. Therefore, the study resides in analyzing each of these factors at the micro level, in order to obtain good results at the macro level, through the use of research techniques, which will allow obtaining both discussion and conclusions relevant to the subject.

Keywords: Export, Import, Customs Procedures, International Markets, Customs Taxation

¹Técnico Superior Universitario en Comercio Exterior en la Universidad Bicentennial de Aragua.
paola25rs@gmail.com

Introducción

La exportación es la venta y transporte de bienes o servicios a otro país. Esta ofrece a las empresas la oportunidad de construir negocios internacionales, pero la exportación también es crucial en la economía de América como continente, y en el país en el que se encuentre la compañía, en este caso, Venezuela. El ente físico y órgano gubernamental principalmente encargado de este trámite es la aduana, por lo que una mercancía debe de salir de determinada aduana en determinada nación o bloque económico y debe de entrar a otro similar en el país receptor. Es importante mencionar, que estas transacciones entre varios estados suelen presentar un importante grado de dificultad a nivel legal y fiscal, ya que varían ostensiblemente de un país a otro.

El incremento de exportadores significa el crecimiento de negocios, y el crecimiento de negocios significa ganancias para las compañías y la generación de más trabajos, por lo cual es de importancia incentivar y divulgar conocimiento y capacitación referente a las exportaciones, a fin de que las PYMES puedan crecer en este ámbito y posicionarse de mejor manera en el mismo, principalmente en Venezuela.

En este caso, el producto intelectual se enfocará directamente sobre el papel de las empresas de alimentos en las exportaciones, así como las limitaciones que presentan y la manera adecuada de realizar este proceso, entendiendo que las empresas de alimentos ocupan un papel crucial en la economía de cualquier país, porque representan las entidades económicas que abastecen de recursos que conforman la alimentación de la población del país al que pertenecen.

Por tanto, se pretende presentar cuáles son las obligaciones fiscales y tributarias, herramientas financieras, etc., mediante la utilización del método descriptivo para fines de obtener los resultados pertinentes, en este caso tomando como ejemplo la actividad de la empresa Alimentos Difresca C.A, ubicada en Cagua estado Aragua, empresa que nace en Venezuela hace más de 120 años, mejor conocida por ser productora de Diablitos™ Underwood™, comenzó a transitar un

camino que rápidamente le mereció un destacado lugar en el mercado nacional Venezolano, debido a su calidad y valores.

Hoy en día no sólo se consolida como una empresa dedicada a un producto, Alimentos Difresca, C.A. produce y vende un portafolio de productos bajo las marcas: Diablitos Underwood, Frescarini, Rico Jam, Rica Deli, Dips, Secretos de la Abuela, Nature Valley, Betty Crocker. Además, actualmente son exportadores de países tales como Perú y Chile. En vista de esto, se pretende dar a conocer resultados y generar discusiones pertinentes a lo largo del presente artículo académico, que no solo faciliten la información, sino que además sirva de modo investigativo y divulgativo a fin de dar a conocer la importación referente al tema de las exportaciones.

Revisión de la literatura

- Importaciones. Las importaciones, según López Francisco (2020) son “el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. “
- Exportaciones. La exportación se define como la venta de productos producidos en un país para residentes de otro (Hill, 2007), de tal manera que se vislumbra frente a los empresarios como la promesa de incrementar las oportunidades de mejorar sus ingresos al encontrar mercados extranjeros y la posibilidad de participar en más industrias.
- Proceso productivo. Según Fayol, Henry “se refiere a las funciones empresariales que están directamente ligadas a la producción de bienes y servicios de la empresa, como, por ejemplo, las funciones productivas, las de manufactura, las de adaptación y operación, etc.”
- Acuerdo preferencial de comercio. Un acuerdo preferencial es un trato de favor que los países desarrollados conceden a los menos desarrollados en el comercio de bienes mediante la eliminación o reducción de los derechos arancelarios y otros obstáculos al comercio (medidas no arancelarias) para la totalidad o parte de los productos importados de tales países.

- Empresas de sector alimentario. Una empresa del sector alimentario es cualquier empresa, con o sin fines lucrativos, pública o privada, que lleve a cabo cualquier actividad de manipulación de alimentos. Ya sea preparación, fabricación, transformación, envasado, transporte, venta, etc.

Conforme lo descrito, las empresas de alimentos satisfacen de recursos primordiales al país. El valor que tienen los alimentos para cualquier nación es vital, pues de eso depende fundamentalmente la existencia de la población y por consecuencia, cualquier país se interesa por la autonomía y autosuficiencia alimentaria. Asimismo, las empresas de alimentos en muchos casos, y según sea su área específica, representan las unidades económicas que explotan los recursos con los que cuenta el país, y, por lo tanto, éstas representan la economía interna del país, la abundancia y escasez del mismo.

De igual modo, es importante tener en cuenta que antes de que una empresa se adentre al proceso de exportación, es importante que se encuentre consolidada y que conozca igualmente los procedimientos de importación, los niveles de desembolso que esto pueda generar, y hacer uso de las importaciones correctamente. A pesar de que puedan parecer hechos aislados, existe una correlación entre ambos.

Ya al conocer que, efectivamente, alcanzar nuevos mercados permite explotar ganancias a mayor escala para una compañía y nación, así como le permite especializarse en aumentar su productividad y el bienestar corporativo, es importante tener en cuenta que, un factor clave para poder exportar es poder tener acceso a insumos de calidad, que permite que los bienes producidos puedan competir en mercados internacionales.

Es muy común que algunos insumos necesarios para la producción no están disponibles en el mercado local lo que lleva a que estos deban ser importados desde otros países. Por lo tanto, en estos casos la importación es un componente fundamental de las exportaciones, debido a que estos le permitirán al fabricante, tener un producto dentro del margen de calidad deseado para una exportación.

Durante el siglo XX con el avance en la firma de Acuerdos de Comercio preferencial que redujeron los aranceles aplicados en los países, cobró también mayor dinamismo el comercio de insumos, lo que contribuyó en gran medida al auge de las cadenas globales de valor, donde distintas etapas de la producción de un bien o producto se llevan a cabo en distintos países y mediante distintas etapas.

Ahora bien, los países que participan activamente en estas cadenas generalmente son grandes exportadores, pero también grandes importadores, pues ellos añaden valor en una de las etapas del proceso productivo. Podemos tener en cuenta, entonces, que definitivamente existe un enlace entre la manera en que una empresa se mueve dentro del área de las importaciones, a cómo lo hace dentro del área de exportaciones.

Procesos de exportación llevados a cabo en el sector alimentario y su incidencia a nivel macro

La industria alimentaria consiste en la elaboración de alimentos para el consumo humano y animal a través de los diferentes procesos de industrialización que conlleva fabricar un producto en condiciones para su venta y consumo final. Los procesos que incluye esta industria son: recepción de alimentos, almacenamiento, procesamiento, conservación y servicio. En primer lugar, al momento de realizar una exportación, es importante que la empresa que esté por realizarla esté al tanto de ciertos factores que debe considerar para que el proceso sea realizado de manera exitosa. Entre ellos, puede considerar los siguientes:

- ✓ Evaluar el potencial de exportación del producto
- ✓ Determinar si se está listo para hacer una apuesta por los mercados internacionales y la evaluación de si tu empresa está lista para exportar
- ✓ La identificación de los mercados extranjeros clave para tus productos a través de estudios de mercado
- ✓ Evaluar las opciones de distribución y de promoción y el establecimiento de un sistema de distribución en el extranjero
- ✓ Determinación de los precios de exportación, condiciones de pago, métodos y técnicas

- ✓ Familiarizarse con los métodos de envío, los procedimientos de documentación de exportación, financiación de las exportaciones y otros requisitos para la exportación.

El papel de las exportaciones en la producción de un país, como ya hemos dicho, es esencial. Un país puede generar producción a nivel nacional y venderla en su propio territorio, pero también puede buscar compradores fuera de sus fronteras. Así pues, se comprueba como las exportaciones se registran sumando. Es decir, si el valor de las exportaciones aumenta, la demanda agregada que conceptualmente es análoga al producto interior bruto (PIB) crecerá.

La industria de la alimentación ha progresado mucho en las últimas décadas, gracias al avance de la ciencia y la tecnología de los alimentos. El número y la variedad de productos disponibles en el mercado ha aumentado considerablemente, lo que ha influido de forma directa en la dieta humana. Además de permitirnos contar con una oferta constante de alimentos, la industria alimentaria es de suma importancia para la sociedad

De igual modo, el crecimiento de la población mundial experimentado en los últimos siglos ha hecho que se incremente la demanda global de alimentos. Más de 7 mil millones de seres humanos demandan una importante cantidad de alimento a diario. En este contexto, el sistema alimentario debe afrontar una serie de desafíos relacionados con la salud y la sostenibilidad, para garantizar la calidad y constantemente.

Entre los beneficios de la industria alimentaria en la población mundial, pueden destacar:

- ✓ **Abastecimiento de alimentos:** El gran suministro de alimentos que la industria ofrece debe superar la demanda de la población.
- ✓ **Calidad e inocuidad alimentaria:** La disciplina que se encarga de mantener a los organismos dañinos alejado de nuestros alimentos, asegura que todo lo que ingerimos, sea muy seguro.

- ✓ **Variedad de alimentos:** La variedad de alimentos permite elegir aquellos productos que más le convengan a la población.
- ✓ **Facilidad en preparación para ahorrar tiempo:** Según necesidades específicas de cada individuo, es posible que se deban preparar alimentos en un determinado periodo de tiempo, y debido a la gran oferta de productos, podemos encontrar diversos alimentos que no requieren mucho tiempo y esfuerzo para ser preparados, e incluso, podemos encontrar productos completamente listos para su consumo, como es en el caso de Alimentos Difresca C.A.

Teniendo en cuenta esto, se puede otorgar una visión más completa respecto a la importancia de este sector en un país e incluso a nivel mundial, por lo cual es posible entender el por qué se genera una oferta que permite realizar exportaciones a distintas localidades. Avanzando hacia el proceso de exportaciones per sé, podemos encontrar la siguiente guía que pretende demostrar cuáles son los procesos a los que se debe someter, en este caso, la empresa Alimentos Difresca C.A, para el momento de realizar exportaciones y su adecuado cumplimiento.

Requisitos de cumplimiento tributario para exportar

- **Declaración de aduanas:** Documento realizado por el agente de aduanas debidamente inscrito ante el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT).
- **Documento de transporte:** Según el medio de transporte utilizado para exportar puede tratarse de un conocimiento de embarque B/L (medio marítimo), guía aérea (medio aéreo) o carta porte (medio terrestre).
- **Factura comercial definitiva:** Documento emitido por el exportador a la orden del importador, para acreditar la venta a realizar.
- **Reconocimiento conjunto de la mercancía:** Documento que permite solicitar la realización conjunta de reconocimiento, inspección y confrontación de documentos por parte de autoridades competentes (SENIAT, Resguardo

Nacional Aduanero, Comando Nacional Antidrogas, bien sea en el puerto o en la planta).

Documentos exigidos según el lugar de destino y según el tipo de producto

- ✓ **Certificado de origen:** es un documento que acredita el origen y procedencia de la mercancía, basado en las normas de origen que debe tener un producto para ser considerado originario de Venezuela. (Ministerio del Poder Popular para el Comercio y Banco de Comercio Exterior)
- ✓ **Certificado de libre venta:** Es un documento que certifica que los productos a exportar (alimentos procesados, bebidas, medicamentos y cosméticos) no tienen restricción para su comercialización internacional y pueden ser destinados al uso o consumo humano. (Ministerio del Poder Popular para la Salud).
- ✓ **Certificado De calidad:** es un documento mediante el cual se hace constar que determinada mercancía cumple con una especificación o norma técnica suministrada por la parte interesada. (Fondo para la Normalización y Certificación de la Calidad y Servicio Autónomo Nacional de Normalización, Calidad, Metrología y Reglamentos Técnicos)

Cada país tiene ciertas normas locales que son aplicables a los productos que se vendan en su territorio. Además de ello, existen ciertos estándares internacionales que -además de ser usados por los países para sus normas locales- son relevantes para los productos importados. Los estados no están técnicamente obligados a seguir estos estándares, pero sí tienen la obligación, a partir del acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre medidas sanitarias y fitosanitarias, de probar que cualquier restricción que impongan al comercio tenga bases científicas.

En otras palabras, si un estado piensa establecer normas respecto del etiquetado, o de cuestiones relativas a higiene o procedimientos sanitarios, le conviene dictarlas en función de los estándares internacionales para que no sean

denunciadas ante la OMC como medidas proteccionistas. En suma, indirectamente, estos estándares son generalmente aceptados por los países como reglas válidas.

Por lo tanto, dado que los gobiernos en efecto los siguen, es importante que los exportadores de alimentos conozcan estos estándares internacionales y los tengan en cuenta a la hora de elaborar sus productos, a fin de evitar limitaciones o restricciones que puedan aparecer a lo largo de su proceso como exportadores a nivel internacional.

En 1962, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por su sigla en inglés) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) crearon la Comisión del Codex Alimentarius para que un grupo de expertos elabore estándares para los productos alimenticios. Frode Veggeland y Svein Ole Borgen, investigadores del Instituto Noruego de Investigación en Economía Agrícola, explican que hoy en día el Codex es “el punto de referencia más importante para desarrollos asociados con estándares de alimentos”.

Una publicación de la Comisión del Codex Alimentarius indica que “el mayor número de normas específicas del Codex Alimentarius lo constituye, con diferencia, el grupo denominado normas para productos”. Estas normas son compendios de regulaciones publicados por la comisión, que establecen pautas para determinados grupos de alimentos (pescado y productos pesqueros, frutas y hortalizas frescas, leche y productos lácteos, etc.), por tanto, en caso de no efectuar un adecuado cumplimiento al respecto, esto representará una limitación al momento de realizar la exportación debida.

Metodología

Para realizar el presente artículo académico, se debió realizar previamente una investigación y utilizar el método de observación, tomando en cuenta que, para que lo observado sea confiable, debe hacerse de la manera más objetiva posible (la objetividad total es imposible) estar planificada y orientada a un fin, para tomar en cuenta lo que es importante prestarle atención y desechar los aspectos inútiles.

De igual modo, se realiza el método descriptivo, el cual se caracteriza por ser concluyente. Esto significa que recopila datos cuantificables que se pueden analizar en una población objetivo. Este tipo de estudio tiene, por tanto, la forma de preguntas cerradas, lo que limita las posibilidades de obtener información exclusiva.

Resultados

Con base en el análisis realizado y demostrado todos los puntos concretos a lo largo del desarrollo del presente trabajo, podemos determinar que se han identificado las características de las empresas enfocadas en el sector alimentario, sus obligaciones fiscales, cuáles son los factores que deben tomar en cuenta al momento de realizar exportaciones, así como documentos y registros que se deberán consignar, que podrían categorizarse como retos que conllevan las empresas que se encargan del sector alimentario.

En 2021 las exportaciones en Venezuela cayeron un 31,47% respecto al año anterior. Las ventas al exterior representan el 33,75% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 65 de 191 países del ranking de exportaciones respecto al PIB, tal como se puede evidenciar en el siguiente gráfico, obtenido a través de fuentes dedicadas a la investigación macroeconómica

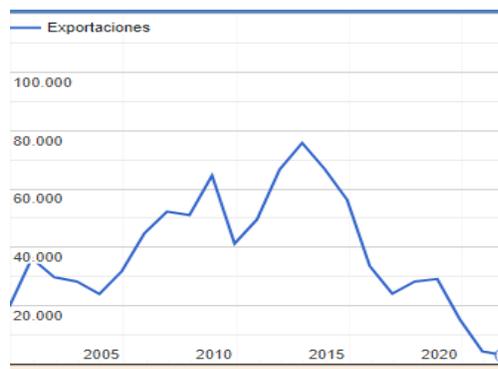


Gráfico 1. Ranking de Exportaciones Respecto Al PIB

Fuente: datosmacro.com

La activa participación venezolana en el comercio internacional se encontró estancada durante un período de tiempo. Sin embargo, a lo largo de los últimos

años se ha registrado un incremento en las exportaciones. El presidente de la Asociación Venezolana de Exportadores (AVEX), Ramón Goyo, informó en diciembre del pasado año que la actividad exportadora venezolana registra un crecimiento del 40 por ciento durante el año 2022. Detalló que los principales receptores de los productos de exportación venezolanos son países de Europa, Estados Unidos, países de Asia, y naciones de América Latina, principalmente Brasil, Chile y Perú.

Así mismo, según estimaciones independientes, se estima que las exportaciones en Venezuela aumentarán un 20% en 2023 respecto al año pasado, lo cual resultaría en un gran beneficio para el país. Para ello, es necesario mantener un margen económico dentro de las empresas que les permita mantener el equilibrio importación-exportación.

Discusión

Debido a la importancia que tienen las empresas del sector alimentario, no solo en Venezuela sino en el mundo, desde el punto de vista administrativo, se recomienda ampliamente la aplicación de las herramientas de la Administración Financiera que regularmente se consideran de uso exclusivo para las grandes empresas, sin embargo, la mayor parte de las herramientas son aplicables y se adecúan a las características y problemáticas específicas de este tipo de sector.

Según estudios en empresas sobre el valor de la exportación concluyen que las empresas que exportan crecen más rápido y fracasan con menos frecuencia que las empresas que no lo hacen, al igual que las empresas exportadoras ofrecen mejores oportunidades de progreso, expanden sus ventas totales anuales alrededor de 0,6 % a un 1,3 % más rápido, y tienen cerca de 8,5 % menos probabilidades de ir a la quiebra.

De igual forma, las exportaciones pueden ayudar a una empresa a mejorar la competitividad nacional, aumentar las ventas y los beneficios, lograr una participación en el mercado internacional, mejorar el potencial para la expansión

empresarial, y reducir la dependencia de los mercados existentes. Todas estas características suelen ser visiones a largo plazo por parte de las entidades comerciales, por esto, las exportaciones suelen verse como una meta, según el tipo de actividad que se realice.

Conclusiones

Las exportaciones en Venezuela han sido un tema de interés en los últimos años debido a la situación económica del país. A pesar de que Venezuela es un país rico en recursos naturales, como petróleo, gas y minerales, las exportaciones han disminuido significativamente debido a la falta de inversión y la inestabilidad política, lo cual ha afectado directamente sobre los distintos sectores económicos.

Algunos ejemplos de productos que Venezuela ha exportado en el pasado incluyen petróleo crudo, gas natural, aluminio, hierro y acero. Sin embargo, la producción y exportación de estos productos ha disminuido en los últimos años debido a la falta de inversión y mantenimiento adecuado de las instalaciones. Así mismo, Venezuela también ha exportado productos agrícolas como café, cacao y frutas tropicales, a pesar de que, a lo largo de los años, la producción agrícola también se ha visto afectada por la crisis económica del país.

En resumen, aunque Venezuela tiene el potencial para ser un importante exportador de recursos naturales, productos agrícolas, sector alimentario, etc., sin embargo, la falta de inversión y estabilidad política han afectado negativamente su capacidad para hacerlo. Por tanto, es viable incentivar a las empresas y brindarles información y capacitación respecto a los procesos adecuados para exportaciones, según sea el sector en el que se encuentran.

Referencias

Allub, L. (2022). **La importancia de importar para exportar**. Recuperado de: <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2022/11/la-importancia-de-importar-para-exportar/>

CEUPE Blog. (s.f). **¿Qué es la Industria Alimentaria?** Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/industria-alimentaria.html>

Connect A. (s.f). **¿Qué reglas deben seguir las empresas para exportar alimentos?** Recuperado de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-reglas-deben-seguir-las-empresas-para-exportar-alimentos>

García, S. (2014). **Las empresas agropecuarias y la administración financiera.** Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/141/14152127007/html/>

Gutiérrez, A. (2014). **El sistema alimentario venezolano: tendencias recientes y perspectivas.** Recuperado de <https://www.analesdenutricion.org.ve/ediciones/2014/1/art-20/>

Tejeda, A.; Blanco, M; Guerra, S. (2019). **Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad.** Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000200002



«No tienes que ser grande para empezar. Pero tienes que empezar para poder ser grande»

Zig Ziglar

IMPACTO DE LOS ARANCELES EN EL COSTO DE LOS PRODUCTOS IMPORTADOS

Carlos Martinez²

Resumen

Mediante este artículo se analizará el Impacto de los aranceles aduaneros los cuales se encuentran definidos por varios autores como las tasas sobre las importaciones impuestas por las autoridades aduaneras sobre las mercancías que entran en un país, teniendo en cuenta que pueden sumar una cantidad significativa al costo total de la operación. Este artículo puede contribuir para que el gobierno nacional y regional a través de las aduanas establecidas en las zonas, realicen los correctivos necesarios para que se incentive el intercambio comercial internacional a través de la importación a grandes escalas de ciertos productos y para que se den incentivos fiscales, con el fin de beneficiar a las empresas importadoras y al consumidor final porque ambos podrán adquirir un producto de excelente calidad y con un menor costo. La Investigación de tipo documental, bibliográfica, la cual se basa en la revisión de libros, leyes, códigos, y el criterio de autores. Los resultados obtenidos permitirán comprender el efecto del análisis reflexivo de toda la información proveniente de las fuentes antes mencionadas para así destacar los aportes que origina el producto de la investigación. Con la cual se concluye que como afectan los costos de importación en los productos importados.

Palabras Claves: Importación, aranceles, tasas, coste, producto.

Abstract

Through this article, the Impact of customs tariffs will be analyzed, which are defined by several authors as the taxes on imports imposed by the customs authorities on the merchandise that enters a country, taking into account that they can add a significant amount to the cost. entire operation. This article can contribute so that the national and regional government, through the customs offices established in the zones, carry out the necessary corrections so that international commercial exchange is encouraged through the large-scale importation of certain products and so that incentives are given. tax, in order to benefit the importing companies and the final consumer because both will be able to acquire a product of excellent quality and at a lower cost. Documentary, bibliographical research, which is based on the review of books, laws, codes, and the criteria of authors. The results obtained will allow us to understand the effect of the reflective analysis of all the information coming from the aforementioned sources in order to highlight the contributions that the product of the investigation originates. With which it is concluded that as import costs decrease in imported products.

Keywords: Import, tariffs, rates, cost, product.

²Licenciado en Contaduría Pública. Universidad Bicentenario de Aragua
irosounkuemi@gmail.com

Introducción

La economía internacional siempre ha buscado como objetivo que exista un libre intercambio de bienes entre los países sin interferencia gubernamental, pero desde hace cientos de años las naciones han impedido ese intercambio a través de barreras arancelarias y no arancelarias, con el único propósito de proteger sus economías domésticas o nacionales.

Actualmente en nuestro país, se han dado una serie de restricciones gubernamentales como el control cambiario y medidas fitosanitarias que están limitando las importaciones a nuestro país. Este tipo de restricciones motivan a investigar el impacto de las barreras arancelarias en las empresas importadoras de productos en general y como, este arancel suele afectar en el costo del producto que por lo general son de consumo masivo y en muchos casos no se produce en el país.

Ahora bien, existe otro factor de suma importancia en los costes de importación como lo son los incentivos fiscales. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en su Artículo 112, establece que todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social.

Así como también establece los deberes que tenemos los ciudadanos para con el Estado en su artículo 133, el cual señala lo siguiente: "Toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley." Toda empresa importadora debe someterse a las leyes que rigen en materia tributaria aduanera como lo es la Ley Orgánica de Aduanas, el Código Orgánico Tributario y la nueva Ley del Contrabando y demás reglamentos.

Es por todo ello que este trabajo de investigación tiene gran importancia para las empresas dedicadas al ramo de la importación en términos generales. Este artículo se encuentra estructurado de la siguiente manera: Resumen, Abstract, Revisión Literaria, Metodología, Resultados, Discusión, Conclusiones

Revisión Literaria

Aportes de Según López (1.990), en su artículo sobre los “Antecedentes del sistema de Valoración Venezolana” El valor en Aduana de las mercancías constituye uno de los elementos fundamentales dentro de los sistemas aduaneros modernos, vinculado a la tipología del impuesto, a las negociaciones y preferencias arancelarias, a los acuerdos de cooperación, de comercio, de integración, a los grados de protección efectiva que requiere la industria para su normal desarrollo en un esquema de sana competencia y a los regímenes aduaneros.

Definición de Aranceles.

Un arancel es el impuesto o gravamen que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes, también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro.

Clasificación de los Aranceles.

El arancel ad valorem: Este impuesto o gravamen se especifican legalmente como un porcentaje fijo o valor del bien importado o exportado, incluyendo o excluyendo los costos de transporte. Es el que se calcula como un porcentaje del valor de la importación CIF, es decir, del valor CIF de la importación que incluye costo, seguro y flete. Arancel específico es el que se calcula como una determinada cantidad de unidades monetarias por unidad de volumen de importación.

El arancel específico: Este impuesto se especifica legalmente como una cantidad fija de dinero por unidad física importada o exportada. El arancel compuesto Esta es una combinación de un arancel ad valorem y un arancel

específico. Arancel que se impone en términos de cargas o cobros monetarios específicos por unidad o cantidad de mercancía importada.

Arancel óptimo El arancel óptimo es aquel arancel que maximiza el bienestar o la utilidad de un país. El argumento de este arancel se basa en la idea de que cuando un país grande establece un arancel sobre las importaciones de un determinado producto "AA", este arancel provoca una reducción de la demanda mundial y una disminución del precio mundial del bien AA.

Aranceles de represalia. Determinadas posturas están de acuerdo en que un mundo de libre comercio es la mejor solución al comercio internacional, sin embargo, indican que, en el estado actual de la economía, mientras que haya países que limiten las importaciones o discriminen los productos extranjeros, no existe otro remedio que emplear el mismo juego para defenderse. Se estará de acuerdo con el libre comercio mientras se empleen las mismas condiciones en todos los países.

Arancel mixto. Es el que está compuesto por un arancel ad valorem y un arancel específico que gravan simultáneamente la importación y exportación.

Arancel anti-dumping. Es un arancel que se aplica a la importación de productos que se sabe que reciben subvenciones (subsidios) de los países donde se producen

Efecto de los Aranceles en los productos importados

Uno de los principales efectos del arancel de aduanas es incrementar el precio del producto que viene del exterior (importación) con el objetivo de proteger a la industria nacional. Que en ocasiones es una empresa extranjera, pero que opera en el país por factores como el salario, ubicación geográfica, infraestructura, competitividad del sector, empresas ya establecidas relacionadas a la industria central, clusters, y tratados de libre comercio, mismos que te permiten acceder a mercados internacionales a través de un arancel preferencial, o un arancel cero, entre otros aspectos.

Subir el costo ocasionará que el producto importado pierda competitividad respecto al producto nacional, siendo el precio un factor clave en la toma de

decisiones de compra de un cliente, así como la calidad del mismo. Y también bajarían las importaciones del producto al cual se le impuso el arancel.

Otros efectos de los aranceles en la importación de productos

Aumenta el precio de coste del producto importado, igualándolo con el precio de los productos de producción nacional, además reduce el número de importaciones y el descenso del excedente del consumidor. Algunos países aplican solo el arancel de importación a algunos productos

Metodología

En principio el tipo de investigación aplicada al tema en estudio es la investigación documental ya que presenta características adecuadas al tipo de investigación por ser un tema arancelario de gran envergadura. Es el estudio de los temas planteados a través de textos impresos, leyes, jurisprudencias como parte esencial de un proceso de investigación científica.

Este tipo de investigación puede definirse como una estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, además de ello que el tipo de investigación que se va a realizar es exploratoria y descriptiva, tomando en cuenta que una investigación es exploratoria cuando el tema a investigar es poco conocido, vago o esta escasamente definido.

Se entiende por Investigación Documental, el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo principalmente de fuentes bibliográficas y documentales. La originalidad de estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, conclusiones, recomendaciones y, en general, en el pensamiento del autor.

La búsqueda de datos e información en las investigaciones documentales se realiza a partir de fuentes referenciales, estas pueden ser agrupadas en las

siguientes categorías: Leyes, Decretos, Reglamentos, Normas, Resoluciones y demás instrumentos de tipo jurídico-normativo.

La (UPEL, 1998) señala, con respecto al tipo de investigación documental: “La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, postura o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto d estudio, es cualquier investigación en la que resulte imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los objetos o a las condiciones”. (p. 87)

“El objetivo del investigador es explorar, sondear, descubrir posibilidades” La investigación exploratoria prepara el camino para las demás investigaciones. Una investigación es descriptiva cuando tiene como objetivo principal lograr la descripción o caracterización del evento de estudio en uno particular, ya que según.

Los estudios descriptivos son: “Aquellos que buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades, objetos o cualquier otro evento sometido a investigación” (Hurtado, (2000) p. 139) lo define como: “Aquellos cuyo objetivo es caracterizar un evento o situación concreta, indicando sus rasgos peculiares o diferenciales” (Hurtado, p. 223) Esta investigación es descriptiva, debido a que se explica en detalle cuales son los aranceles que impactan de manera directa en el costo de los productos importados y su incidencia al momento del cálculo del valor real, el cual tiende a ser representativo y es el consumidor quien realmente lo asume.

Resultados y Discusión

Luego de haber analizado y obtenida la información necesaria a partir de la revisión bibliográfica se puede concluir: Finalmente se puede establecer que los aranceles son un tipo de impuesto que generalmente se aplica a los productos de importación de un determinado país. También existen aranceles a la exportación para desincentivar la salida de mercancías de un país con un destino específico, aunque son mucho menos comunes.

Generalmente, se aplican en aduanas, cuando llega un buque con la mercancía proveniente de una determinada zona, donde se establece la tasa estipulada a la mercancía que va a entrar en el país. Los aranceles forman parte de lo que se conoce como barreras arancelarias. Además, existen otras barreras no arancelarias que también se utilizan para proteger la industria nacional, tales como el establecimiento de trabas técnicas, legales, cuotas u otras medidas que desincentiven la importación.

Evidentemente, los aranceles tienen consecuencias para la industria nacional. Se trata de un mecanismo de protección de las empresas del país, ya que reduce la competencia, al aumentar relativamente el precio de los productos importados por encima de la media nacional. Sin embargo, los aranceles también pueden volver menos eficientes a las empresas nacionales, al reducir los incentivos para mejorar su productividad y competitividad. Además, como ya hemos dicho, puede acentuar las guerras comerciales con otros países, que pueden aplicar la reciprocidad e imponer aranceles a los productos exportados.

El efecto de los aranceles sobre los consumidores es evidente y directo. Un arancel tiene como consecuencia directa el incremento directo del precio de los productos gravados. Al repercutir el importador este sobre coste sobre el precio al consumidor, se desincentiva la compra de estos productos. A todo ello hay que añadir el efecto sobre el consumidor que tiene una menor competencia del producto, que tiene como consecuencia un precio más elevado, productos de peor calidad y, posiblemente, un peor servicio. Los consumidores solo pueden elegir la alternativa nacional, que no tiene por qué ser la mejor, ni mucho menos.

Existen otros factores como la eliminación de los aranceles que pueden mejorar los costos de los productos. Pocos son los incentivos fiscales para los contribuyentes ya que existen, aduanas que no están habilitadas para la importación de ciertos productos lo que genera un mayor costo ya que las empresas importadoras deben realizar sus operaciones en otras aduanas que encarecen los costos de los productos en general

Prestando atención a los efectos que puede causar la implementación de un arancel se puede detectar lo siguiente: Lógicamente supone una mayor recaudación para quien aplica el gravamen (Estado). Por lo que puede producir a la larga un descenso en las importaciones de los productos sometidos a este arancel. Genera aumento del precio del bien sometido al arancel (para poder soportar el gravamen) repercutiendo de forma negativa sobre el consumidor.

Aunado a ello, este produce un aumento de la producción nacional de todos aquellos bienes y productos sometidos al arancel a fin de evitar las cargas impuestas a los productos importados. Otro factor de suma importancia es la clasificación arancelaria de la mercancía, ya que a pesar de que no se le da la importancia que se merece, ni la seriedad y repercusión que realmente tiene en el despacho de aduanas, la clasificación arancelaria de la mercancía es un paso fundamental, por no decir el más importante, a la hora de plantearnos importar o exportar un determinado producto.

El costo de importación está constituido por el precio original de compra, más todos los gastos incurridos para poner el producto importado en el almacén de la empresa. Estos gastos adicionales están constituidos por: flete, seguro, derechos e impuestos que gravan la importación, transporte, acarreo y gastos de aduana en general; por consiguiente, incluye todos los gastos atribuibles directamente al producto, así como también los indirectos, como son los gastos administrativos generados por los entes que apoyan a la operación de compra-venta del exterior.

El arancel aplicable a un producto importado depende de la clasificación del producto en un sistema llamado 'sistema armonizado', que organiza todos los posibles productos en códigos. El código para cada producto implica un tipo impositivo, o lo que es lo mismo, el porcentaje que se debe aplicar sobre el valor aduanero para calcular el pago de aranceles.

El sistema armonizado. El sistema armonizado es una nomenclatura global desarrollada por la organización mundial aduanera para clasificar los productos de acuerdo a un conjunto de códigos. Los llamados códigos HS reciben su nombre de

las siglas del sistema armonizado en inglés (harmonized system) y son aceptados y usados por todos los países miembros de la Organización Mundial de Comercio.

El código HS de cada producto determina la tarifa arancelaria que se aplicará. Se debe tomar en cuenta que debe ser correcto el código arancelario del producto a importar, ya que un error en dicho código traería como consecuencias El sistema armonizado se usa en todo el mundo, pero existen adaptaciones en diferentes países y regiones.

Estas variaciones siempre tienen en común el código original de seis dígitos listado en el sistema armonizado. Pero a partir de ahí se añaden dígitos adicionales para categorizar de forma más específica los productos.

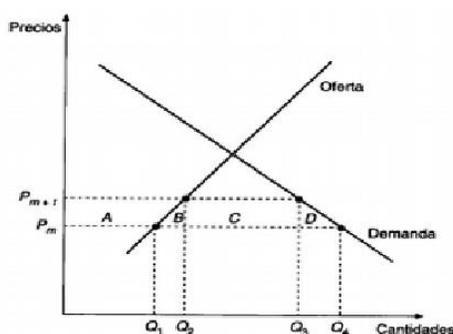


Gráfico 1. Efectos de un arancel

Fuente: <https://derechouned.com/tributario/economia/efectos-de-la-proteccion-al-comercio>

Efectos de un arancel. En ausencia de un arancel las importaciones son en el tramo Q_1 y Q_2 . Si se establece un arancel las importaciones se reducen a Q_3 - Q_2 . Como consecuencia del Arancel el excedente del consumidor se reduce a $A+B+C+D$ y el excedente del productor mejora en A , mientras que la recaudación arancelaria es igual a C .

El efecto neto es negativo y equivalente a $B+D$. El área B se considera una distorsión en la producción al incentivar la producción nacional como consecuencia de elevar los precios de los competidores extranjeros, ya que se produce un aumento de la cantidad nacional ofrecida que pasa por Q_1 y Q_2 . El área D representa la distorsión en el consumo al reducir artificialmente este como

consecuencia de elegir precios más altos con los que el consumo se retrae y la cantidad demandada disminuye de Q4 a Q3

Conclusiones

Los aranceles representan la forma más simple y antigua de instrumento de política comercial. Tradicionalmente se utilizaron como una fuente de ingresos del erario, pero hoy se utilizan sobre todo para proteger a algunos sectores internos de la competencia internacional, aumentando artificialmente el precio interno del bien importado.

El arancel eleva el precio que pagan los consumidores nacionales por las importaciones, genera ingresos fiscales y tiende a aumentar el precio de los productos nacionales que compiten con las importaciones. De este modo, ofrece a los productores nacionales de estos bienes un incentivo para incrementar la producción y sustituir las importaciones. Por consiguiente, los aranceles aumentan los ingresos de los productores y del gobierno a expensas de los consumidores, y tienden a hacer que la producción nacional del bien sea superior a lo que habría sido de no haber mediado la medida protectora.

Para ello se definen tipos de contingentes, para lo cual hacemos referencia a límites que los gobiernos imponen a las cantidades físicas de las importaciones o las exportaciones. Pueden establecerse de manera unilateral o ser objeto de negociación con los gobiernos de los países exportadores o importadores, quienes convienen "voluntariamente" en limitar las importaciones. Los controles de cambios, que limitan la cantidad de divisas puestas a disposición de los importadores o los ciudadanos que viajan al extranjero, constituyen un tipo especial de contingente cuya característica es la de limitar las importaciones en general más bien que las de un producto específico.

Normalmente los gobiernos imponen los contingentes mediante la concesión de licencias, o sea de documentos que autorizan al titular a importar determinadas cantidades de un bien particular. Los gobiernos venden o subastan las licencias a los importadores o exportadores interesados, o las distribuyen gratis con arreglo a

criterios administrativos, sólo algunas empresas comerciales están autorizadas a importar quesos, y a cada una de ellas se le asigna el derecho de importación (la licencia) de una cantidad máxima de libras de queso por año.

Al igual que los aranceles, los contingentes de importación tienden a aumentar el precio interno del producto y los ingresos de los productores nacionales que compiten con las importaciones, a expensas del consumidor. La principal diferencia con los aranceles reside en la distribución del ingreso resultante de la diferencia de los precios de venta del bien importado, con la medida protectora y sin ella.

Mientras que con los aranceles el gobierno es quien percibe este ingreso, en el caso de los contingentes tal ingreso puede ir en parte o completamente a los titulares de las licencias, quienes están autorizados a comprar los bienes importados y revenderlos a precios más elevados en el mercado interno. A las ganancias obtenidas de este modo se les conoce con el nombre de rentas de contingentes y los gobiernos pueden percibir una parte de tales ganancias en el caso de que vendan u ofrezcan en subasta las licencias.

Referencias

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial N°. 36.680. 30 de diciembre de 1999.

Código Orgánico tributario, Gaceta Oficial N° 37305 de fecha 17 de octubre de 2001.

Diccionario Enciclopédico Larousse (2005). Caracas.

Ley Orgánica de Aduana de la República Bolivariana de Venezuela, publicada según gaceta N° Gaceta oficial Extraordinario. N°5.353 del 17 de junio de 1.999.

Código Orgánico Tributario, Gaceta Oficial N° 37305 de fecha 17 de octubre de 2001.

Ley del Contrabando Gaceta Oficial N° 38.327 de fecha 2 de diciembre.

López, J. (1.990). **Antecedentes del sistema de Valoración Venezolana**. Caracas.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2002). **“Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**. Caracas.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2010). **“Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales”**. (3° ed.). Caracas: FEDUPE

Universidad de Carabobo (2004). **“Normativa para los trabajos de investigación de la Facultad de ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo”**. Bárbula.

Jennifer Mayora³

Resumen

El comercio electrónico ha venido desempeñando un papel protagónico a nivel mundial, ya que a través de este se pueden percibir los cambios positivos en la gestión empresarial para fortalecer el sistema tributario. La factura electrónica nos ayuda como una herramienta para que los efectos de recaudación sean más eficientes y las empresas mejoren su productividad. En Venezuela la implementación de la Facturación Electrónica desde el punto de vista de control tributario va a permitir efectuar mejoras en la fiscalización, con este nuevo sistema los Contribuyentes Venezolanos podrán emitir todos sus comprobantes electrónicos al SENIAT en un futuro cercano. La metodología que se emplea es una investigación documental recabando información de diferentes fuentes para obtener conocimientos sobre el impacto que tiene la facturación electrónica en las empresas. Por esta razón, el presente artículo está enfocado en el análisis de todas las ventajas que tiene para el Gobierno, las empresas y el consumidor final la normalización de las Facturas Electrónicas.

Palabras clave: Factura Electrónica, Recaudos, Contribuyente, Gestión Empresarial, Sistema Tributario.

Abstract

Electronic commerce has been playing a leading role worldwide, since through it positive changes in business management can be perceived to strengthen the tax system. The electronic invoice helps us as a tool so that the effects of collection are more efficient and companies improve their productivity. In Venezuela, the implementation of Electronic Invoicing from the point of view of tax control will allow to make improvements in the control; with this new system the Venezuelan Taxpayers will be able to issue all their electronic receipts to SENIAT in the near future. The methodology was defined that its type is a documentary investigation gathering information from different sources to obtain knowledge about the impact that electronic invoicing has on companies. For this reason, this article is focused on the analysis of all the advantages that the standardization of Electronic Invoices has for the Government, companies and the final consumer.

Keywords: Electronic Invoice, Collections, Taxpayer, Business Management, Tax System.

³Licenciada en Contaduría Pública. Universidad Bicentennial de Aragua.
jennifermayora1310@gmail.com

Introducción

El Gobierno de Venezuela a través del tiempo ha realizado reformas a nivel tributario con la finalidad de mejorar el control tributario para poder fiscalizar a las empresas y poder tener un mejor control sobre sus actividades, es por esto que el Estado implementa nuevas tendencias.

Actualmente, la mayor parte de las relaciones se gestionan por internet, esto contribuye a minimizar los errores de registro en las operaciones de las empresas contribuyentes, de allí la importancia de implementar las Factura Electrónicas que permite agilizar y modernizar el sistema tributario para lograr grandes beneficios, una mayor rapidez y eficiencia imponiendo su cumplimiento y responsabilidad ante esta herramienta administrativa que ayudara a reforzar los procesos de la administración fiscal. Según Beltrán (2018): Una factura electrónica es un documento digital legalmente válido y sirve como respaldo de las operaciones comerciales entre contribuyentes, por lo cual reemplaza a las facturas tradicionales de papel” (p. 28). Estas medidas tributarias han llevado a las empresas a esclarecer dudas si en realidad necesitan adoptar el Sistema de Facturación electrónica y los beneficios que esta implementación aporte a las empresas, ya que mediante este sistema tributario se obtendrá una mejor gestión administrativa y económica.

Al respecto, Barreix y Zambrano (2018): Las potencialidades de las Facturas Electrónicas para la administración son extraordinarias y se presentan tanto en las áreas de control tributario, como en la de servicios. La implementación de este sistema de carácter generalizado supone ventajas importantes para los contribuyentes, tanto en cuanto a la disminución del costo de cumplimiento, como en la posibilidad de mejorar su eficiencia gracias a la reducción de costos operativos y a las posibilidades de automatización (p.6). En ese sentido, está demostrado factura electrónica se puede emitir en diferente formato, siempre y cuando cumplan con las disposiciones fiscales para la emisión de estas mismas, el sistema de facturación electrónica nos ofrece mayores beneficios sobre las que nos da la facturación clásica que es en papel, ya que ahora se puede conservar de manera digital y se obtiene de una manera rápida, siempre y cuando la persona que haya

emitido la factura este cumpliendo con todos los requerimientos establecidos por el SENIAT.

La factura electrónica ha propiciado, asimismo, el profundizar el conocimiento de los contribuyentes y de las causas que explican el incumplimiento de las obligaciones tributarias e implementar acciones de tratamiento que apunte a resolver tales causas de manera proporcional a la gravedad de los incumplimientos detectados.

Con base en las consideraciones anteriores y con el propósito de profundizar los medios utilizados en los procesos de las operaciones de las facturas electrónicas, es necesario tener nociones con respecto a los factores que rigen las operaciones electrónicas. Para lograr tal propósito, la metodología aplicada estuvo dirigida a la revisión documental-bibliográfica, sustentada en la comparación de criterios de diversos autores.

Facturación Electrónica

Inicialmente, se debe abordar el concepto de factura electrónica, se define como el documento tributario generado por medios informáticos en formato electrónico, que reemplaza al documento físico en papel, pero que conserva su mismo valor legal con unas condiciones de integridad, autenticidad y seguridad no observadas.

La implementación de la factura electrónica en las administraciones tributarias en Venezuela tiene como propósito un control documental del proceso de facturación, tanto para evitar omisiones de declaraciones de venta, como para evitar que las empresas declarasen compras falsas.

En términos generales, la implementación de la factura electrónica en el sistema de contabilidad de una empresa beneficia significativamente a cuatro actores principales:

- Emisor de la factura: fuente que genera la factura o que la reproduce.
- Receptor de la factura: es el agente (persona o empresa) que recibe la factura.
- Medio ambiente: medio en el cual se desenvuelve el emisor y el receptor.

- Sociedad en general La factura electrónica ayuda a ahorrar dinero y tiempo a las empresas, mejora su seguridad y contribuye al desarrollo de una sociedad más sostenible y más competitiva.

Barreix y Zambrano (2018) mencionan que: La Factura Electrónica ha sido una innovación latinoamericana al proceso de transparencia fiscal, que ha sabido utilizar los desarrollos tecnológicos disponibles para mejorar el control de los tributos y para hacer más eficientes los servicios de las administraciones tributarias.

Sistema Tributario en Venezuela

El Sistema Tributario es la organización legal, administrativa y técnica que crea el Estado con el fin de ejercer de forma eficaz y objetiva el poder tributario. No es de carácter discrecional, sino reglado, ya que comprende un conjunto de normas, cuya jerarquía depende del mandato constitucional, artículo 317 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, (1999). Gaceta Oficial N.º 5.453 de fecha 24 de marzo de 2000), en su Sección Segunda: Del Sistema Tributario, el cual establece que solo a las leyes corresponde regular lo concerniente a generar, modificar, otorgar exenciones y rebajas de impuesto, conceder exoneraciones y otros beneficios o incentivos fiscales o supresión de tributos. Además, señala en su artículo 316 que el sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad económica del o la contribuyente.

Es considerado un mecanismo que permite el ejercicio eficiente del poder tributario por parte del Estado y sirve de instrumento, a través de la norma jurídica, para la consecución de fines precisos, tales como la obtención de los ingresos necesarios para solventar el gasto público y la elevación del nivel de vida de la población; para ello se sustentará en un sistema eficiente para la recaudación de los tributos; claramente establecido en el capítulo X de los deberes artículo 133 de esta constitución. El Código Orgánico Tributario, explica que el Sistema Tributario es la organización legal, administrativa y técnica creada por el Estado, con el fin de ejercer de forma eficaz y objetiva el poder tributario que le corresponde conforme a la Carta Fundamental. Sánchez (2018) opina que: El conjunto de normas que regulan todo lo relativo a los ingresos del Estado y su relación a los particulares, en

su calidad de contribuyentes, así como la auto determinación de créditos fiscales, la determinación realizada por las autoridades fiscales, la liquidación, el pago, la devolución, la exención, la extinción de obligaciones, la prescripción y otras figuras jurídicas respecto de los créditos fiscales, derechos y obligaciones de los sujetos activo y pasivo, así como las infracciones y sanciones por incumplimiento de las disposiciones legales en la materia.

Principios Constitucionales que Rigen el Sistema Tributario

Los Principios que rigen el sistema tributario se encuentran establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), de la cual se desprende:

- Principio de Legalidad, constituye una de las garantías contenidas en el Derecho Constitucional y por ello es considerado como la regla fundamental de la tributación venezolana, establecido en el Artículo 317 “No podrán cobrarse impuestos, tasas, ni contribuciones que no estén establecidos en la ley, ni concederle exenciones y rebajas, ni otras formas de incentivos fiscales, sino en los casos previstos por las leyes”
- Principio de Generalidad, conforme a lo establecido en el Artículo 133 “Toda persona tiene el deber de coadyuvar a los gastos públicos mediante el pago de impuestos, tasas y contribuciones que establezca la ley, el cual impone una obligación jurídica general, siempre y cuando la circunstancia en que se halle sea ganadora de algún impuesto”.
- Principio de Igualdad Tributaria, según el artículo 21 “Todas las personas son iguales ante la ley, y en consecuencia...”
- Principio de no Confiscatoriedad, establecido también en el artículo 317, el cual establece que “... Ningún tributo puede tener efecto confiscatorio...”
- Principio de Capacidad Contributiva, en el artículo 316 establece “El sistema tributario procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad económica del contribuyente...”

- Principio de Progresividad, el artículo 316 habla también sobre “El estado procurará la justa distribución de las cargas públicas según la capacidad del contribuyente, atendiendo el principio de progresividad...”
- Principio de la No Retroactividad, “La CRBV dispone en su artículo 24 que ninguna disposición legislativa tendrá efecto retroactivo, excepto cuando imponga menor pena”. Adicionalmente, el COT en su artículo 8 habla sobre “Ninguna norma en materia tributaria tendrá efecto retroactivo, excepto cuando suprima o establezca sanciones que favorezcan al infractor”.
- Principio de la Justicia Tributaria, se encuentra en el artículo 316 de la CRBV, significa que un tributo es justo en la medida que grave a todos con igual intensidad, quiere decir que el sistema tributario debe procurar la justa distribución de las cargas según la capacidad económica del contribuyente.
- Principio de la Prohibición de Impuesto Pagadero en Servicio Personal, en la CRBV, en el artículo 317 establece que “No podrán establecerse obligaciones tributarias pagaderas en servicios personales”
- Principio de la Exigencia de un Término para que pueda aplicarse la Ley Tributaria, en el mismo artículo 317 de la CRBV contempla que “Toda ley tributaria fijara su lapso de entrada en vigencia. En ausencia del mismo se entenderá fijado en sesenta (60) días continuos”.

Gestión empresarial

La gestión empresarial se define como el proceso que dirige y guía las operaciones de una organización para hacer realidad los objetivos establecidos. Es decir, esta área de actuación se encarga de organizar todos los recursos existentes para diseñar y poner en marcha acciones que permitan alcanzar las metas de la empresa. Según Naranjo, Pardo y Parra (2006)

La eficiencia del Sistema Tributario debe interpretarse, en relación con la administración y con el contribuyente. Con la primera, para procurar un Sistema Tributario simple, claro y controlado por funciones capaces, honestos y bien remunerados, con el segundo, para comprometerlo con tributos moderados y adecuados que no desincentiven su gestión económica ni den lugar a la evasión fiscal. (p. 126).

De esta forma la Gestión Empresarial busca crear estrategias que permitan el correcto desarrollo, crecimiento y posicionamiento de la empresa, por esto mismo dentro de una empresa es de vital importancia que exista cuatro pilares o puntos básicos para que haya una buena gestión. Estos factores son los siguientes:

- **Planificación:** Cualquier negocio, sin importar el rubro al que se dedique, requiere de una planificación de procesos. Con este pilar podemos generar las metas que se quieren alcanzar a corto, mediano o largo plazo. De esta manera ordenaremos las actividades a realizar y sabremos qué estrategias se podrán aplicar.
- **Organización:** este punto es importante, ya que, al igual que la planificación, marcan el futuro éxito o quiebre de la empresa. Puesto que aquí es donde se delega y coordina las actividades que se ejecutaran con los colaboradores, además del tiempo en el que se debe llevar a cabo dicho proceso.
- **Dirección:** Este punto está destinado para personas que puedan liderar y orientar un grupo de trabajo. Además, tiene que estar pendiente a lo que hagan los colaboradores y motivarlos a cumplir con sus metas. A partir de esto, dependerá el éxito de la empresa porque si los trabajadores no están cómodos, no serán eficientes.
- **Control:** Está relacionado con la coordinación y seguimiento del trabajo de los colaboradores. Con la finalidad de conocer los puntos altos y bajos de la organización, todo ello para proponer acciones ante posibles problemas que puedan ocurrir en el futuro y que afecten a la compañía. Es importante para una buena gestión empresarial saber manejar al personal que se tiene al mando, además de planificar las actividades empresariales que se quieren realizar y optimizar los recursos con los que cuenta la empresa. Se puede decir que la gestión empresarial es una administración eficiente donde la empresa tenga un crecimiento sostenido, no obstante, esto no depende de una sola persona sino de un grupo profesional de administración.

Método

En el presente artículo, la metodología utilizada fue la revisión bibliográfica de diferentes documentos, como fuente de recolección de datos. Para ellos se realizó la búsqueda de la documentación relacionada con el tema de investigación, para posteriormente seleccionar los que tuvieran mayor relevancia a fin de alcanzar el objetivo.

Resultados

Para los procedimientos de la facturación electrónica para el desempeño de una mejor gestión administrativa los recientes cambios tecnológicos han creado un proceso de modernización que trae grandes beneficios a la gestión empresarial implementando así la facturación electrónica ayudando a mejorar la productividad porque este nuevo método ofrece mayor seguridad y control administrativo, de acuerdo con Sánchez (2012). El sistema de facturación electrónica mejora la productividad y la competitividad de las empresas, debido al ahorro que supone su utilización, como lo es el dejar de usar el papel, ya que todo puede ser almacenado digitalmente. La revisión bibliográfica dio como resultados los documentos consultados que se muestran en el cuadro 1 a continuación:

Cuadro 1
Resultados

Autor	Año	Título de la investigación	Conclusión del estudio	Hallazgos
Doilet Carolina	Septiembre 2016	Análisis del sistema de facturación electrónica y su aplicación en las empresas en Guayaquil	Se abordó el marco teórico en que se fundamenta el nuevo esquema de facturación, las normativas que las rigen y que influyen en su adopción, mostrando la importancia de la factura electrónica por medio de sus beneficios económicos y administrativos.	Determinar indicadores de gestión para evaluar el alcance de la implementación del esquema de facturación electrónica.
Pérez Jajayra	Julio 2019	Implementación de la factura electrónica y sus beneficios en el consorcio de frutas Lambayeque SAC-2017	La implementación de la facturación electrónica favorece en cuanto a las funciones de la empresa, además de facilitar el engorroso proceso de hacerlos de manera manual	La implementación de un sistema de facturación electrónica generara buenos beneficios em=n cuanto al proceso operativo administrativo en el consorcio
Salas Sandra y Vélez Maritza	Agosto 2012	Propuesta para la implementación del proceso de facturación electrónica, caso	Se determina que los procedimientos, metodologías y control que implica el sistema de facturación electrónica, a pesar que aún no hay empresas que trabajen con esta modalidad	Al cambiar el método de facturación su productividad aumentara en un 95%

		Empresa INMEPLAST S.A		
Pichihua Misbe	Marzo 2018	Facturas Electrónicas como un instrumento de control fiscal	Esto trae grandes ventajas para la empresa ya que puede producir un impacto favorable en el medio ambiente y un gran beneficio para el sector tributario a la hora de controlar y evitar la evasión fiscal	La organización asume un enfoque gradual para sustituir los sistemas manuales con sistemas digitales
Ceballos Laura y Zuñiga, Fari	Noviembre 2021	Implementación de la Facturación Electrónica en Colombia	El mejoramiento en la recopilación de la información para facilitar las labores de los encargados de los diferentes departamentos de llevar la contabilidad en la organización	Debido a que constantemente se presentan cambios en las normativas y es indispensable que estén a la vanguardia de la leyes que regulan el manejo de la tecnología en los procesos contables

Fuente: Mayora (2023).

Discusión

Lo anterior expuesto supone que la facturación electrónica, trae consigo grandes beneficios, y a su vez gran incertidumbre y preocupación en los contribuyentes, lo cual según Rodríguez, (2015) manifiesta que la factura electrónica, es aquel conjunto de registros lógicos archivados en soportes susceptibles de ser leídos por equipos electrónicos de procesamiento de datos que documentan la transferencia de bienes y servicios, cumpliendo los requisitos exigidos por las Leyes Tributarias, Mercantiles y más normas y reglamentos vigentes.

Según Gracia, (2016), Para toda empresa la implementación de la facturación electrónica brinda diversos beneficios tanto legales, estratégicos, Organizacionales y principalmente económicos, e incluso estos van hasta los beneficios de carácter ecológico y responsabilidad corporativa.

Para Oliveros y Martínez (2017), las Facturas Electrónicas se convierten en un aliado indispensable para las empresas u organizaciones que quieren estar en la vanguardia con sus servicios o productos, pues se han convertido en esas herramientas tecnológicas que facilitan a los entes económicos a mejoren sus procesos, logrando integrar a cada una de las áreas con las que cuentan las entidades, generando así información útil, y oportuna para la toma de decisiones.

Así mismo Rodríguez, (2015) manifiesta que la factura electrónica, es aquel conjunto de registros lógicos archivados en soportes susceptibles de ser leídos por equipos electrónicos de procesamiento de datos que documentan la transferencia

de bienes y servicios, cumpliendo los requisitos exigidos por las Leyes Tributarias, Mercantiles y más normas y reglamentos vigentes.

Según Zambrano y Barreix (2016), la Facturación Electrónica es un instrumento que le permite contar con información casi completa del universo de los contribuyentes y de las transacciones realizadas, ya que con ella se puede dar seguimiento a varios eslabones de la cadena de la actividad económica tales como producción de bienes y servicios, con lo cual se mejora la efectividad de la fiscalización tributaria. Así mismo las Facturas Electrónicas sirven para identificar errores en las declaraciones, registros contables o indicios de defraudación.

Conclusiones

La Facturación Electrónica es una nueva herramienta creada para mejorar la productividad y la eficacia en la gestión tributaria dentro del contexto empresarial, en este artículo se reflejan los elementos claves, cuyas actuaciones se orientan sobre el control, la vigilancia y la fiscalización de los procesos administrativos.

El Sistema Tributario Venezolano se está adecuando a las exigencias de los tiempos actuales para permitir originar beneficios al contribuyente y principalmente al Estado a través de la administración tributaria, optimizando así los recursos que garanticen la recaudación y controle la evasión creando un impacto positivo en el cumplimiento de la obligación fiscal generando confianza en las entidades que tienen la obligación de contribuir con el pago de sus impuestos.

Los procesos administrativos llevados a cabo en materia tributaria proporcionan las técnicas indispensables para la mayor eficacia dentro de la empresa, logrando cambios significativos en su estructura, alcanzando una escala de satisfacción a nivel económico y productivo.

Por los aspectos antes mencionados es indispensable que la facturación electrónica en Venezuela sea utilizada en las transacciones realizadas por pequeños, medianos y grandes contribuyentes, además que ayuda a mejorar los procesos tecnológicos que favorecen al desarrollo del país, ya que es importante resaltar que la implementación de la facturación electrónica como herramienta de

control tributario logre generar un acercamiento con los contribuyentes sobre la contribución para mejor el vínculo contributivo.

Referencias

Barreix, A. y Zambrano, R. (2018) **Factura Electrónica en América Latina**, Panamá: Editorial CIAT

Código Orgánico Tributario. (2001). **Gaceta Oficial de República Bolivariana de Venezuela, N° 37.305 (Extraordinaria)**, octubre 17, 2001

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 5.453 (Extraordinaria)**, marzo 24, 2000

Naranjo, V., Pardo, C. y Parra, C. (2006) **Teoría Constitucional**, Colombia: Editorial Universidad del Rosario.

NTX-ADMIN (2019). **¿Qué es la Gestión Empresarial y cuál es su importancia?** Disponible en: <https://www.ntxpro.net/erp/que-es-la-gestion-empresarial-y-cual-es-su-importancia/>. Consultado en marzo 08, 2023

Sánchez, J. (2018) **Principios del Derecho Fiscal**, México: Editorial ISEF



“La conectividad es un derecho humano”.

Mark Zuckerberg, fundador de Facebook.

VULNERABILIDAD EN EL PRINCIPIO DE IGUALDAD TRIBUTARIA

Jorge Maximiliano Pérez⁴

Resumen.

La consonancia de las partes en la correlación jurídico del sistema tributario, corresponde al Principio de Igualdad en validar que, a pesar que la Carta Magna otorga al órgano legislativo la Potestad Tributario de crear los tributos, esta facultad no se agota con la promulgación de la Ley Tributaria y no puede ésta implantar reglas que permitan, con posterioridad, que la relación de los sujetos activo y pasivos de la relación jurídica tributaria no esté en un ambiente de completa igualdad. El sujeto activo no es facultativo del Poder Tributario para crear normas propias y por ende es tan solo un miembro más en el sistema tributario y al igual que el sujeto pasivo debe llevar, en armonía, dicha relación con el mayor apego a las normas constitucionales y legales que rigen tal relación. En la reforma del Código Orgánico Tributario (COT) en el año 2020, amplía la facultad al ente regulador y fiscalizador del Estado (SENIAT) a emitir providencias y juicios legislativos que entre esas facultades se encuentra el establecimiento y cálculo de la unidad tributaria, la cual es la unidad de medida que regula el principio de progresividad tributaria y, hemos presenciado como este indicador se ha desfigurado perdiendo el objeto que tuvo al momento de su inclusión en la legislación tributaria nacional, el cual para el año 1994, fue con la intención del legislador en regular y distribuir eficientemente la carga tributaria entre la población nacional y así coadyuvar al gasto público nacional.

Palabras Claves. Igualdad. Relación Tributaria. Medida de Valor. Progresividad. Legislador.

Abstract.

The equality of the parties in the legal tax relationship corresponds to this variety of the Principle of equality, recognizing that although the National Constitution confers to the legislative body the Taxing Power to create the tax, this power is not exhausted with the creation of the Tax Law and it cannot establish rules that allow, subsequently, that the relationship between the active and passive subject of the legal tax relationship is not on a plane of complete equality. The active subject is not the holder of the Taxing Power and therefore is only one more subject in the legal tax relationship and, like the passive subject, must carry out such relationship with the utmost adherence to the constitutional and legal rules that govern such relationship. In the reform of the Organic Tax Code (COT) in the year 2020, it extends the power of the regulatory and supervising entity of the state (SENIAT) to issue legislative rulings and judgments, among which among those powers is the establishment and calculation of the tax unit, which is a unit of measurement that regulates the principle of tax progressivity and we have witnessed how this indicator has been disfigured, losing the purpose it had at the time of its inclusion in the national tax legislation, which in 1994, was with the intention of the legislator to regulate and efficiently distribute the tax burden among the national population and thus contribute to public spending.

Keywords: Equality. Tax ratio. Measure of Value. Progressivity. Legislator.

⁴Magíster en Gerencia. Universidad Bicentenario de Aragua. Línea de Investigación – Control Fiscal.

jorgemaximilianoperez@gmail.com

Introducción

En el transcurso de los años, el Código Orgánico Tributario Venezolano ha sufrido reformas que, más allá de adaptar el sistema tributario en base a la economía venezolana, ha venido presentando claramente una distorsión a los principios tributarios que fundamentan en una relación jurídica tributaria entre el sujeto activo y los sujetos pasivos. Estas distorsiones a simple vista pudieran ser desapercibidas en el momento de su publicación, pero en el transcurso del ejercicio económico, se hacen más palpables y cuantificables para el contribuyente.

Una de las distorsiones palpables en el sistema tributario venezolano, es la valoración de la unidad tributaria, que más allá de actualizar su valor, la subvaloran y por ende crea la vulnerabilidad de los principios tributarios, como lo es la igualdad tributaria, el cual mantiene justo y equitativo la relación jurídica entre los actores del sistema tributario. Este principio establece que todos los ciudadanos deben contribuir al financiamiento del Estado en la misma medida, de acuerdo a su capacidad económica. Sin embargo, este principio puede verse vulnerado cuando se produce una subvaloración de la unidad tributaria.

En este sentido, el presente artículo tiene como propósito analizar las consecuencias que puede tener la subvaloración de la unidad tributaria en la garantía de la igualdad tributaria. Por tanto, se encuentra diseñado bajo el enfoque cualitativo, el cual implica la revisión, análisis y triangulación de investigaciones y conceptos existentes, consensuada en la filosofía hermeneútica.

Sistema Tributario

Se nombra sistema tributario al conjunto de normas, directrices, principios y organismos del Estado, en materia impositiva que regula la recaudación del tributo, control y distribución en forma lógica, coherente y conexos armónicos entre sí. La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) (1999) en su artículo 316, establece que el sistema tributario administrará la oportuna distribución de las obligaciones públicas según la capacidad contributiva de los contribuyentes,

atendiendo a los principios de generalidad, progresividad, legalidad, no confiscatoriedad y territorialidad.

Asimismo, la CRBV dictamina que el sistema tributario debe sostenerse bajo la premisa de eficiencia con el firme propósito de nivelar la calidad de vida de sus ciudadanos y salvaguardar la economía nacional. Estas premisas constitucionales de índole tributario se constituyen en garantizar los deberes y derechos que posee la ciudadanía y en especial aquellos denominados “contribuyentes” ante el imperio del Estado.

El Sistema Tributario, aunado a la regulación y el compendio de normas vinculadas en el área impositiva, esta está conformada por una relación simbiótica entre sus actores; por un lado, el sujeto Activo, quien es el ente regulador que, en nombre del Estado, vigila, controla y fiscaliza el proceso recaudatorio, velando por el cumplimiento de las leyes tributarias y normativas emanadas por el poder legislativo; y por el otro, el sujeto Pasivo, quienes son las personas (naturales y jurídicas) a quienes les recae el deber de coadyuvar el gasto público a través de sus aportes o cuotas tributarias, en consideración a su actividad económica o por la obtención de ingresos y/o rentas tipificadas en las distintas leyes tributarias existentes.

Principios Tributarios

Los principios tributarios son las pautas y premisas fundamentales que presiden la aplicación y gestión de los impuestos, estos principios se cimientan en la imparcialidad fiscal y equidad tributaria, considerándolos esenciales para garantizar la transparencia y la legitimidad del Sistema Tributario.

Para Astudillo (2017) considera que los principios tributarios constituyen los preceptos, normas y reglas constitucionales que deben orientar y guiar al legislador en todo lo relacionado con la creación de los tributos; por lo tanto, su adecuada aplicación puede generar beneficios para la colectividad como la redistribución de la riqueza y la financiación de los servicios públicos esenciales de un País, aunado a ello, estos principios pueden ayudar a promover la transparencia y legalidad en el sistema tributario, contribuyendo a generar confianza en el mismo.

Por tal motivo, conocer los principios tributarios del cuerpo jurídico venezolano es de vital importancia al momento de cumplir con los deberes tributarios; sin embargo, en las últimas reformas por parte del Poder Legislativo Venezolano, se han dado traspiés y complicaciones, creando confusión y distorsión a estos principios.

Principio de Igualdad

La igualdad es un valor jurídico que, Regis Debray en su libro *Revolución en la Revolución* (1967) resume este valor en la siguiente frase: “sin discriminación a priori”; por lo que este concepto no alude a la igualdad de los sujetos, no dice que los seres humanos son iguales, sino que deben ser tratados sin diferencia alguna, sin considerar características propias de cada individuo, por su raza, nivel social, credo o preferencia sexual, etc. El concepto de igualdad se afianzó en la modernidad, con la revolución francesa y alocución a la Libertad, Igualdad y Fraternidad, consistía pues en una estrategia contra la discriminación del régimen anterior, de la monarquía; y contra los privilegios que, según Friedrich Hayek (1969), tenían los conservadores del régimen anterior a la independencia.

Ahora bien, este concepto de igualdad se manifiesta en la legislación venezolana, contextualizándolo como un principio inherente en toda normativa imposibilitando distinciones fundadas en el extracto social, nivel de ingresos, el sexo, la raza, el credo, o aquellas que, en general, tengan por esencia o por consecuencia menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio en condiciones de igualdad, de los derechos y libertades de toda persona y grupo de colectivos que hacen vida en el territorio nacional, tal como reza el artículo 21 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV 1999).

De allí se desprende el Derecho Tributario, en donde se afirma que existen tres características principales en este principio: a) Imposibilidad de otorgar privilegios personales en materia impositiva, es decir la inexistencia de privilegios, nadie puede pagar menos tributos por cuestiones raciales, sociales, sexuales, sino que debe estar en relación directa con su capacidad económica; b) Generalidad y/o universalidad de los tributos, por tal la norma tributaria debe aplicarse a todos los

sujetos que realizan el hecho generador de la obligación tributaria, otra vez la razón de la censura tributaria es en la generación de la riqueza, en las rentas o en actos relacionados con el factor económico; c) Uniformidad ya que supone que la norma tributaria debe estructurarse de forma tal que se grave según las distintas capacidades contributivas, lo que a su vez admite la posibilidad de aplicar el gravamen dividiendo a los contribuyentes en grupos o categorías según las distintas capacidades contributivas que posean y que se vean alcanzadas por el tributo. Por lo tanto, este principio constituye uno de los más trascendental en materia constitucional, legal y normativo para el Sistema Tributario Venezolano.

Por lo tanto, Díaz (2011) manifiesta que la igualdad de las partes en la relación jurídico tributaria, reconoce que a pesar que la carta magna confiere al órgano legislativo el Poder Tributario de crear el tributo, esta facultad no se agota con la creación de la Ley Tributaria y no puede ésta establecer reglas que permitan, con posterioridad, que la relación entre el sujeto activo y pasivo de la relación jurídica tributaria no esté en un plano de completa igualdad. El sujeto activo no es titular del Poder Tributario y por ende es tan solo un sujeto más en la relación jurídico tributaria y al igual que el sujeto pasivo debe llevar adelante dicha relación con el mayor apego a las normas constitucionales y legales que rigen tal relación.

Unidad Tributaria

En Venezuela con la reforma del Código Orgánico Tributario (COT) en el año de 1994, introdujo en el andamiaje impositivo la figura de la unidad tributaria con el fin de ser la referencia monetaria para mantener la progresividad de los tributos que, ajustada en función del Índice Nacional de Precios al Consumidor estaba encaminada a reconocer los efectos inflacionarios en los tributos causados dentro de un ejercicio económico que, la Administración Tributaria Nacional conjuntamente con la Asamblea Nacional de la República, debían ajustar y aprobar. De manera que el mecanismo de la UT permitió asegurar que los importes tributarios de la ciudadanía mantuvieran su valor real en el tiempo, sin necesidad de reformar o modificar las respectivas Leyes.

Para Castillo (2020) indica que este plausible mecanismo de corrección o ajuste estuvo herido de muerte desde su nacimiento, pues la Administración subestimó recurrentemente las variaciones del índice de inflación al momento de ajustar la UT, con lo cual, el valor resultante de la corrección no representaba auténticamente los efectos de la inflación.

En este sentido, y con la reforma del COT en el año 2020 Carmona (2020) señala que, el reajuste de la UT corresponde a facultad plena de la Administración Tributaria Nacional; se suprime la referencia al ajuste anual de la UT dando a entender que la UT se ajustará con la frecuencia que el Ejecutivo Nacional estime necesario; se elimina el rol de control reconocido a la Comisión Permanente de Finanzas de la Asamblea Nacional que se concretaba mediante la emisión por su parte de opinión favorable respecto del ajuste planteado por la Administración Tributaria; se suprime la referencia al ajuste de la UT en función a la variación del Índice Nacional de Precios al Consumidor del año inmediatamente anterior, motivo por el cual, no quedan definidos los criterios, indicadores o parámetros para la fijación de esa unidad de medida.

Conclusión

El principio de igualdad en el sistema tributario se refiere a la necesidad de que todas las personas sean tratadas por igual ante la ley, sin importar su situación económica o social. Esto significa que los tributos deben ser creados de manera equitativa y que su aplicación debe ser garantizada en un ambiente de completa igualdad entre los sujetos activo y pasivos de la relación jurídica tributaria.

Este principio sostiene que los tributos deben ser aplicados sin discriminación alguna, y que todas las personas deben contribuir en función de su capacidad económica. Además, implica también que los tributos deben ser establecidos en función de criterios objetivos y justos, y que deben ser diseñados de manera que no afecten de manera desproporcionada a ningún grupo social o económico.

Ahora bien, la subvaloración de la unidad tributaria va en contra de dicho principio, ya que puede generar discriminación en la aplicación de impuestos y contribuciones. Es importante que el valor de la unidad tributaria sea establecido de

manera justa y objetiva, de forma que no se afecte la capacidad contributiva de los diferentes sectores de la población y se promueva la igualdad de trato ante el sistema tributario. Además, es necesario que se realice una adecuada fiscalización para garantizar que todos los contribuyentes cumplan con sus obligaciones tributarias de manera equitativa.

En este sentido, resulta fundamental evitar situaciones de subvaloración de la unidad tributaria que puedan afectar la equidad del sistema. Esto implica que, para garantizar la aplicación del principio de igualdad, todos los contribuyentes deberían tributar en la misma proporción y bajo las mismas reglas. De esta forma, se asegura que cada individuo o entidad contribuya de acuerdo a su capacidad económica y en igualdad de condiciones con otros miembros del sistema.

La subvaloración de la unidad tributaria impactaría negativamente en la sostenibilidad fiscal del Estado, reduciendo los ingresos fiscales y aumentando el margen de evasión fiscal, generando así déficits presupuestarios. Esto puede afectar la capacidad del Estado para financiar programas y políticas públicas, así como para cumplir con sus obligaciones financieras, como el pago de deudas y la inversión en infraestructura.

De igual forma, la subvaloración de la unidad tributaria genera la pérdida de confianza en el sistema tributario, ya que algunos ciudadanos pueden sentir que están siendo tratados de manera injusta en comparación con otros ciudadanos que poseen una mayor capacidad de generación de ingresos.

Y, por consiguiente, la subvaloración de la unidad tributaria podría generar dificultades para la planificación presupuestaria, ya que los ingresos fiscales pueden ser impredecibles y variar significativamente de un año a otro.

Referencias.

- Astudillo, J. (2017) – **Principios Constitucionales del Sistema Tributario Venezolano**. Disponible en: <https://www.linkedin.com/pulse/principios-constitucionales-del-sistema-tributario-jes%C3%BAs-astudillo/?originalSubdomain=es> Consultado en marzo 2023.
- Carmona, J. (2020) – **Principales reformas al Código Orgánico Tributario**. Disponible en: <https://www.derysoc.com/principales-reformas-al-codigo-organico-tributario/> Consultado en junio 2023.

- Castillo, J. (2020) – **Decadencia de la Unidad Tributaria**. Disponible en: <https://www.derysoc.com/la-decadencia-de-la-unidad-tributaria/> Consultado en Junio 2023.
- Díaz, J. (2011) – **El principio de igualdad Tributaria**. Disponible en: <https://apuntesdetrIBUTO.blogspot.com/2011/03/el-principio-de-igualdad-tributaria.html> Consultado en mayo 2023.
- Debray, R. (1967) – **Revolución en la Revolución**. Disponible en: https://www.archivochile.com/Ideas_Autores/debray/debray0003.pdf Consultado en Marzo 2023.
- Gaceta Oficial Extraordinario N° 36.860 (1999) – **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela**. Disponible en: https://www.oas.org/dil/esp/constitucion_venezuela.pdf Consultado en marzo 2023.
- Gaceta Oficial Extraordinario N° 6.507 (2020) – **Código Orgánico Tributario**. Disponible en: <https://pandectasdigital.blogspot.com/2020/01/decreto-constituyente-mediante-el-cual.html> Consultado en marzo 2023.
- Villalobos, F. (2016) – **Sistema Tributario Venezolano**. Disponible en: <http://www11.urbe.edu/boletines/postgrado/?p=882> Consultado en marzo 2023.
- Zambrano, A. (2010) – **Los Principios del Derecho Tributarios**. Disponible en: <https://alexzambrano.webnode.es/products/principios-del-derecho-tributario1/#:~:text=La%20igualdad%20es%20un%20valor,%2C%20sexual%2C%20social%2C%20etc.> Consultado en marzo 2023.



“Cuando se agotan los recursos, los impuestos se recaudan bajo presión. Cuando el poder y los recursos se han agotado, se arruina el propio país.”
SUN TZU

María Jacqueline Hernández⁵

Resumen

El artículo, tuvo como objetivo determinar el impacto de la última reforma a la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación en los contribuyentes del sector alimentario, específicamente en el renglón de panificación. Teóricamente se fundamentó en las definiciones de contribuciones parafiscales formuladas por Moya (2012). Metodológicamente, se fundamentó en el paradigma positivista, de enfoque cuantitativo, bajo un diseño no experimental, tipo de campo, de nivel descriptivo. La población estuvo conformada por 04 contribuyentes en el sector de panificación del Municipio Girardot del Estado Aragua, sujetos al pago del aporte que establece la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI, 2022). Para la recolección de datos, la técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento un cuestionario compuesto por 5 ítems con preguntas dicotómicas. Los resultados permitieron concluir que la última reforma de la Ley tuvo un impacto significativo en los contribuyentes por lo que se recomienda preparar el estado de flujo de caja, para cumplir con el aporte en el plazo establecido ante el Fondo Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación - FONACIT.

Palabras clave: Contribuciones parafiscales, Tecnología, Aporte, Declaración y pago oportuno.

Abstract

The objective of the article was to determine the impact of the latest reform to the Organic Law of Science, Technology and Innovation on taxpayers in the food sector, specifically in the line of baking. Theoretically, it was based on the definitions of parafiscal contributions formulated by Moya (2012). Methodologically, it was based on the positivist paradigm, with a quantitative approach, under a non-experimental design, field type, descriptive level. The population was made up of 04 taxpayers in the banking sector of the Girardot Municipality of Aragua State, subject to the payment of the contribution established by the Organic Law of Science, Technology and Innovation (LOCTI, 2022). For data collection, the technique used was the survey and as an instrument a questionnaire made up of 5 items with dichotomous questions. The results allowed us to conclude that the last reform of the Law had a significant impact on taxpayers, so it is recommended to prepare the cash flow statement, to comply with the contribution within the period established before the National Fund for Science, Technology and Innovation - FONACIT.

Keywords: Parafiscal contributions, Technology, Contribution, Declaration and timely payment.

⁵Cursante de la Carrera Contaduría Pública. Universidad Bicentennial de Aragua
mjacqueline1905@hotmail.com

Introducción

Los cambios que se han dado en el ambiente venezolano, son abruptos y de manera consecutiva, uno de ellos es el concepto de responsabilidad social empresarial, a través del cual el Estado ha introducido entre otros, un instrumento legal para dinamizar la necesaria solidaridad entre las empresas de los diferentes sectores de la economía y así propulsar de manera homogénea el crecimiento y desarrollo del país, tal es el caso de la Ley Orgánica de Ciencia Tecnología e Innovación (LOCTI).

Cabe destacar, que esta ley orgánica, ha sido reformada, según Gaceta Oficial No. 6.693 publicada el 01-04-2022, la cual impone a las empresas de los diversos sectores, a realizar aportes e inversiones que van desde el 0,5 al 2 por ciento de sus ingresos brutos, correspondientes al ejercicio fiscal inmediatamente anterior; lo cual implica un cambio en la cultura empresarial en materia de planificación, organización y control financiero, por cuanto afecta considerablemente el flujo de caja; sin embargo, el impacto en la opinión pública de la LOCTI ha sido, hasta ahora, poco significativo, en virtud que dicha materia no ha sido tratada con la importancia que se merece.

Es importante señalar, que esta última reforma ha traído expectativas e incertidumbre en el sector empresarial, debido a que en su artículo 30, expresa que los aportantes que “hayan obtenido ingresos brutos anuales superiores a ciento cincuenta mil (150.000) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor establecido por el Banco Central de Venezuela”, ya no es sobre unidades tributarias.

De igual manera, se modifica el período de declaración y pago del aporte, las personas jurídicas, entidades privadas o públicas, domiciliadas o no en la República que realicen actividades económicas en el territorio nacional, aportarán mensualmente un porcentaje de los ingresos brutos en el ejercicio económico mensual inmediatamente anterior. En la Ley anterior se establecía una declaración y pago anual, durante el 2do trimestre posterior al cierre del ejercicio fiscal correspondiente, lo que aumenta las tensiones en el sector empresarial, debido a que no tiene claro cómo es el procedimiento a seguir para dicho pago.

En virtud a lo expuesto, las empresas ubicadas en el sector alimentario, específicamente el de panificación, necesitan realizar constantemente revisión de los deberes formales y materiales del tributo mencionado, para cumplir con lo establecido en dicha ley, y así poder mitigar el impacto en su flujo de caja, que genera su pago mensual en el portal del FONACIT. Para ello realizó una investigación titulada, Impacto económico del aporte de la LOCTI en el sector alimentario.

Revisión Literaria

Ciencia y Tecnología. Las ventajas competitivas de un país van de la mano de su desarrollo científico, en cómo se administra el conocimiento y en su capacidad de innovar. Es por ello, que la actividad de innovación está relacionada con la transformación de una idea, en un producto nuevo o mejorado, para luego ser introducido en el entorno social y económico. Desde esta perspectiva, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico de la ONU (OCDE, 2023), señala que un Sistema de Innovación está constituido por una red de Instituciones, de sectores públicos y privados en cuyas actividades se establecen, importan, modifican y divulgan nuevas tecnologías.

Se trata entonces de un conjunto de agentes, instituciones y prácticas interrelacionadas, que constituyen, ejecutan y participan en procesos de innovación tecnológica. En virtud de ello, las actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación han sido reconocidas mundialmente, por ser consideradas factores fundamentales para el desarrollo integral y equitativo de los pueblos, y esto sólo es posible bajo la condición de democratizar el conocimiento, es decir, hacerlo objeto de beneficio social.

Dentro de este marco, Venezuela ha venido tomando especial interés en el tema, diseñando estructuras de apoyo a través de un marco normativo. Ante este escenario surge, la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI) constituyéndose como el marco legal regulatorio en el país, del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, para insertarlo en los procesos de

mundialización, y desarrollar las ventajas competitivas necesarias para lograr un desarrollo sostenible. (Moya, 2006).

Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI). Según el artículo 1 de la presente Ley, se señala que su objetivo radica en estimular y promover la participación del sector productivo público y privado, a través de incentivos y otros medios que faciliten el desarrollo de las actividades científicas, tecnológicas, de innovación y sus aplicaciones. Es decir, que a través de esta se busca generar recursos (dinero, bienes, servicios, entre otros) para programas, proyectos o actividades que van a ser desarrolladas por los órganos, entes, institutos, centros de investigación, y en general cualquier persona pública o privada que haya sido certificada como beneficiaria de dichos aportes.

Como se puede inferir, la LOCTI busca promover, estimular y fomentar la investigación científica, masificar el conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, a los fines de fomentar la capacidad para la generación uso y circulación del conocimiento e impulsar el desarrollo nacional. Ahora bien, la reforma parcial del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación, publicada en la Gaceta Oficial N° 6.693 de fecha 01/04/2022, señala que la generación de una ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, se realiza mediante la aplicación de conocimientos populares y académicos.

Para ello, el órgano rector crea el Registro del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en el cual se deben indicar las necesidades existentes en el país, así como los planes, programas, proyectos de investigación con recursos privados provenientes de fuentes nacionales e internacionales, en aras de contribuir con el cumplimiento de los objetivos del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación y del Plan Nacional Científico, Tecnológico y de Innovación.

De acuerdo con el artículo 30, a los efectos de esta Ley, se entiende como aportantes para la ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, aquellas personas jurídicas, entidades privadas o públicas, domiciliadas o no en la República que realicen actividades económicas en el territorio nacional y hayan obtenido

ingresos brutos anuales superiores a ciento cincuenta mil (150.000) veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor establecido por el Banco Central de Venezuela en el ejercicio fiscal inmediato anterior.

Por otro lado, la Ley en su artículo 31 puntualiza que las personas jurídicas, entidades privadas o públicas, ya sean domiciliadas o no en el país que realicen actividades económicas en el territorio nacional, aportarán mensualmente un porcentaje de los ingresos brutos en el ejercicio económico mensual inmediatamente anterior.

Ingresos Brutos. Los ingresos que devenguen los aportantes por cualquier actividad que realicen, incluso los ingresos por diferencial cambiario, los ingresos obtenidos por intereses, dividendos, por colocación de bonos sea cual fuere su denominación e ingresos operativos, entre otros, siempre que no estén obligados a restituirlos por cualquier causa, sin admitir costos ni deducciones de ningún tipo. (Reforma parcial de Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación, ob.cit).

Cabe destacar, que el aporte establecido en el artículo 28 de esta Ley se liquidará, pagará y declarará mensualmente en Bolívares ante el Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT). El Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT) podrá designar como responsable del pago del aporte, en calidad de agente de retención o percepción, a quienes por sus funciones públicas o por razón de sus actividades privadas intervengan en operaciones relacionadas con las actividades gravadas en esta Ley.

Ingresos Brutos a efectos de la LOCTI. Se refiere a los beneficios o proventos económicos que obtiene la gran empresa o sujeto obligado e integrante del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, por cualquier actividad que realice, sin tomar en consideración los costos o deducciones en que haya incurrido para obtener dichos ingresos.

Aportantes. Se refiere a las personas jurídicas, entidades públicas o privadas, domiciliadas o no en la República que realicen actividades económicas en el territorio nacional y hayan obtenido ingresos brutos anuales superiores a 150.000

veces el tipo de cambio oficial de la moneda de mayor valor establecido por el BCV en el ejercicio **Inversión**. Se entiende que hay inversión, cuando una empresa destina en si misma o en sus empresas asociadas o consorciadas, filiales, o en empresas de la misma rama de actividad a que ésta se dedique, recursos propios en proporción al monto de su aporte, para el desarrollo de las actividades contenidas en el artículo 42 de la Ley.

Contribuciones Parafiscales. Las contribuciones parafiscales según Rodríguez (2012), son pagos obligatorios, creados por el Estado en ejercicio de su potestad tributaria, delegando su percepción a determinados organismos especiales con tales ingresos que puedan dar cumplimiento a sus fines”. (p.3).

Asimismo, Molano (2005) las define como “gravámenes establecidos con carácter obligatorio por la ley, donde afectan a un determinado y único grupo social, beneficiarios del propio sector”. (s/p). De igual manera, Posada (2008) explica que en las contribuciones parafiscales se pueden encontrar diversas características, las mismas se enmarcan dentro del principio de legalidad contemplado en la Constitución Nacional Venezolana en su artículo 317.

Responsabilidad Social Empresarial. Para el Grupo de responsabilidad social y empresarial (Grupo de responsabilidad social y empresarial, 2022), “Es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa”. Como se puede inferir, esta lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa generar valor agregado para todos sus públicos, y con ello ser sustentablemente competitiva.

Impacto Económico. Alude al efecto que una medida, acción o anuncio generan en la economía. Por lo tanto, al hablar de un proyecto que tuvo un impacto económico, se refiere a aquellas consecuencias en la economía de una empresa, comunidad, país o región o incluso, todo el mundo. (Málaga, 2020).

Metodología

La investigación se fundamentó en el paradigma positivista, de enfoque cuantitativo, bajo un diseño no experimental. Este último es definido por Tamayo y Tamayo (2006) como el “estudio donde las variables son analizadas de la realidad sin cambiar su entorno”. (p. 32). De allí, pues que este tipo de diseño se da en estudios donde el investigador observa más no cambia o manipula ninguna de las variables en estudio.

En relación al tipo de investigación, plantean Palella y Martins (2012), que se refiere a la clase de estudio que se va a realizar, orienta la finalidad general de la investigación y la manera de recoger las informaciones o datos necesarios. En este sentido, el tipo de investigación del presente estudio se correspondió con la investigación de campo ya que los datos que se obtuvieron son buscados directamente en el ambiente donde se realiza la investigación. En este caso los datos fueron recolectados donde ocurrieron los hechos.

En lo que refiere al nivel de la Investigación, Arias (2012) señala que el mismo se define como “el grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio”. (p.23). El nivel de profundidad de este estudio fue descriptivo. De allí que, se determinó el camino a seguir para desarrollar las actividades que permitieron lograr los objetivos de la misma. En cuanto a la población ésta es definida por Arias (ob.cit) como “la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran”. (p. 82). En consecuencia, tomando en consideración, que el número de la población es pequeña, no se realiza la selección de la muestra. Dicha selección, se sustenta en el planteamiento de Palella y Martins (2012), los cuales afirman que: “Cuando se realiza un estudio de investigación, el cual abarca la totalidad de la población, el estudio es censal”. (p.105).

En este caso, la investigadora seleccionó el 100% de la población, la cual quedo determinada por 04 contribuyentes en el sector de panificación del Municipio Girardot del Estado Aragua, sujetos al pago del aporte que establece la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI, 2022).

Para la recolección de datos, la técnica utilizada fue la encuesta que según Arias (ob.cit), “es una técnica que permite recolectar datos para obtener información de la muestra tomada de la población en investigación de campo”. (s/p). Por su parte, el instrumento es un cuestionario, definido por Palella y Martins (2012), como un instrumento de investigación que forma parte de la técnica de la encuesta”. El mismo, se conformó por 5 ítems con preguntas dicotómicas. Finalmente, para lograr una mayor apreciación de los resultados se procederá a una representación gráfica a través de gráficos circulares, los cuales explican claramente la información requerida.

Resultados y Discusión

Los instrumentos fueron aplicados previa autorización a los contribuyentes del sector de Panificación del Municipio Girardot del Estado Aragua, cuyos resultados se aprecian en los siguientes gráficos:

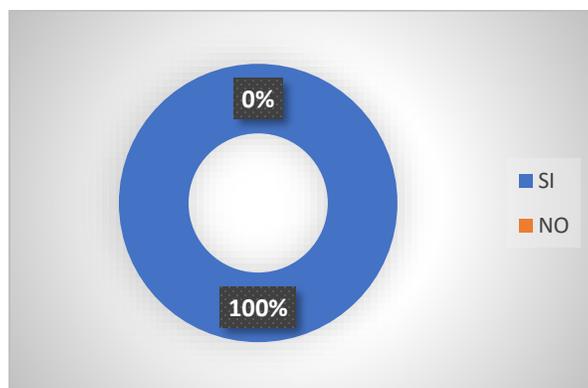


Gráfico 1. Impacto económico.

Fuente: Hernández (2023)

En el gráfico 1, se evidencia que el 100% (n=4) de los contribuyentes declararon satisfactoriamente sus aportes e inversiones en tecnología debido a que obtuvieron ingresos brutos anuales superiores al ciento cincuenta mil Unidades Tributarias en el ejercicio fiscal anterior. No obstante, la última reforma a esta Ley tuvo un impacto en los contribuyentes ya que el período de declaración y pago de este aporte, se realiza mensualmente a través de un porcentaje de los ingresos

brutos en el ejercicio económico mensual inmediatamente anterior. Esto ha generado un impacto desde el punto de vista económico en dichas empresas, que puede que las imposibilite de cancelar oportunamente en los próximos compromisos fiscales.

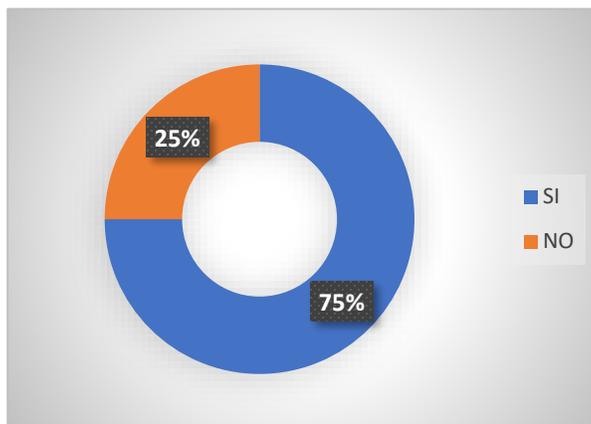


Gráfico 2. Herramientas para invertir en planes de tecnología.

Fuente: Hernández (2023)

En el gráfico 2, se observa que el 75% (n=3) de los contribuyentes manifestaron que existe preocupación del empresariado por cumplir las exigencias establecidas en el texto legal, sin embargo, no poseen las herramientas necesarias para realizar las propuestas e invertir en planes de tecnología.

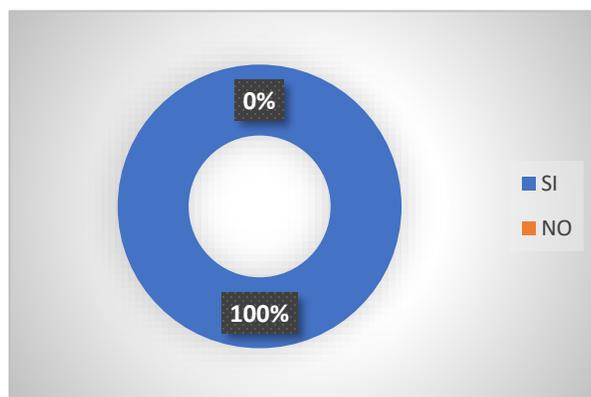


Gráfico 3. Beneficios.

Fuente: Hernández (2023)

En el gráfico 3, se aprecia que los contribuyentes manifestaron en un 100% (n=4) que los proyectos de la empresa pueden beneficiar positivamente el desarrollo en materia de conocimiento, pues el ramo de la producción nacional que estas empresas representan, es fundamentalmente tecnológico, es decir, se basan en áreas del conocimiento relacionadas con el campo de la alimentación.

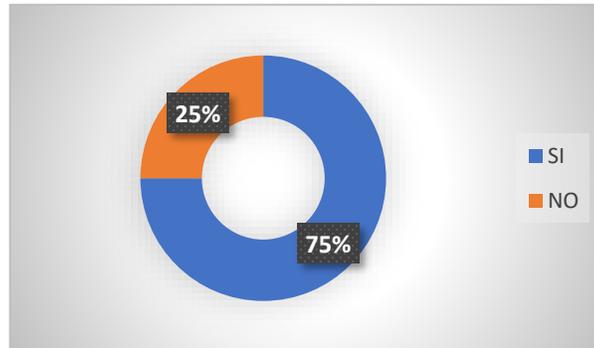


Gráfico 4. Flujo de Caja.

Fuente: Hernández (2023)

En el gráfico 4, los contribuyentes afirmaron en un 75% (n=3) que la empresa prepara con antelación el estado de flujo de caja, para cumplir con la declaración y pagar del tributo en el plazo establecido en la normativa legal vigente, con lo cual estas organizaciones han mostrado un apego progresivo a la Ley de Ciencia, Tecnología e Innovación. Por otro lado, un 25% de estos contribuyentes respondieron que se les dificulta preparar con anterioridad el de flujo de caja, para cumplir sus compromisos ante el FONACIT. Estas evidencias, señalan la importancia de que las organizaciones elaboren estrategias financieras para afrontar las obligaciones establecidas a futuro.

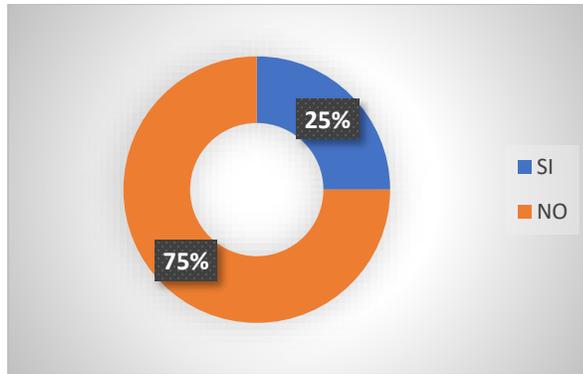


Gráfico 5. Carácter obligatorio de la Ley.

Fuente: Hernández (2023)

En el gráfico 5, los contribuyentes respondieron en un 75% (n=3) que no están de acuerdo con que la Ley tenga carácter obligatorio. Ante esta realidad, señala Stone, et al. (2017) que la planificación dentro de las empresas es un factor determinante para su éxito. Es importante acotar que existen empresarios dentro de las Pymes que pueden ser menos propensos a planificar sus compromisos tributarios que los gerentes de grandes empresas, debido a que tienen horizontes temporales a corto plazo y porque enfrentan mayores desafíos los que incluyen: capacitación limitada, dificultades para obtener recursos financieros, habilidades administrativas inadecuadas y falta de un plan financiero adecuado.

Conclusiones

Los resultados permitieron conocer que la última reforma realizada a la Ley en estudio, generó impacto en los contribuyentes ya que el período de declaración que se realizaba anualmente, ahora se establece mensualmente a través de un porcentaje de los ingresos brutos en el ejercicio económico mensual inmediatamente anterior.

Asimismo, los contribuyentes manifestaron que existe la buena disposición por parte del empresariado en cumplir las exigencias establecidas en el texto legal para beneficiar positivamente el desarrollo en materia de conocimiento, sin embargo, opinaron no poseen las herramientas necesarias para realizar las propuestas e invertir en planes de tecnología.

Por otro lado, se pudo evidenciar que la mayoría de los contribuyentes encuestados prepararon con antelación el estado de flujo de caja, para cumplir con el aporte en el plazo establecido en la normativa legal vigente para evitar las sanciones que acarrea. No obstante, aseguran que la situación económica actual, les dificulta realizar esta acción para cumplir sus compromisos ante el FONACIT.

Por lo tanto, se puede concluir que las empresas del sector alimentario deben preparar y poner en práctica estrategias tributarias que le ayuden a disminuir errores, omisiones en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Más aun en un entorno cambiante en el cual se desenvuelve el contribuyente, lo que se traduce en permanentes cambios en la legislación LOCTI, obligando a las compañías a analizar su impacto y buscar estrategias inmediatas para reducirlo, la más idónea el Flujo de Caja, ya que el periodo de pago paso de un año a meses.

Referencias

Arias, F. (2012). **El Proyecto de investigación**. Caracas: Episteme.

Constitución de La República Bolivariana de Venezuela (CRBV). (1999). Reedición actualizada a enero 2008. Ediciones Juan Garay. Caracas Venezuela.

Grupo de responsabilidad social y empresarial (RSS, 2022). **Responsabilidad Social Empresarial: qué es, definición, beneficios y ejemplos**. Recuperado de: <https://responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/>, el 14 de marzo de 2023.

Ley Orgánica de Reforma Parcial del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación. **Gaceta Oficial N° 6.693** de fecha 01/04/2022.

Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (2010). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.575**. De fecha 16 de diciembre de 2010. Caracas

Málaga, J. (2020). **Impacto económico**. España: Euroinnova.

Molano, M. (2005). **Transformación de la función administrativa: evolución de la administración**. Bogotá, Colombia. Ed. Pontificia Universidad Javeriana.

Moya, E. (2006). **Elementos de Finanzas Públicas y Derecho Tributario**. Mobil Libros. Caracas, Venezuela

Organización de Cooperación y Desarrollo Económico de la ONU (OCDE, 2023). **Mejores políticas para una vida mejor.** Recuperado de: <https://www.oecd.org>, el 12 de marzo de 2023.

Parella, S. y Martins, F. (2012). **Metodología de la Investigación Cuantitativa.** 2da edición. Caracas: FEDUPEL.

Posada, M. (2008). **Financiamiento de los agricultores al desarrollo tecnológico.** Bogotá, Colombia. Editorial Universidad del Rosario.

Rodríguez, A. (2012). **Actividad financiera del sector público en Venezuela.** 4ta. Edición. Valencia, Venezuela. Universidad de Carabobo.

Resumen

La relación tutorial es muy amplia e implica una gran cantidad de factores que van a incidir en el logro objetivos establecidos para un final exitoso de la misma. En este sentido, hay aspectos fundamentales para el buen desarrollo de la relación tutorial: conocimiento del tema a desarrollar, la disponibilidad de los actores, la empatía, entre otros. A estos aspectos fundamentales se considera necesario agregar el llamado proceso administrativo, conformado por la planificación, organización, dirección y control. El propósito de este artículo es el de analizar la conexión entre la relación tutorial y el proceso administrativo para ello se empleó una metodología documental, para ello se describe, en primer lugar, en que consiste una relación tutorial, sus componentes resaltantes. Posteriormente se conceptualiza el proceso administrativo para, finalmente establecer su conexión con el proceso tutorial

Palabras Claves: relación tutorial, proceso administrativo, planes, estrategias.

Abstract

The tutorial relationship is very broad and involves a large number of factors that will influence the achievement of the objectives established for a successful outcome. In this sense, there are fundamental aspects for the good development of the tutorial relationship: knowledge of the subject to be developed, the availability of the actors, empathy, among others. To these fundamental aspects it is considered necessary to add the so-called administrative process, made up of planning, organization, direction and control. The purpose of this article is to analyze the connection between the tutorial relationship and the administrative process, for which a documentary methodology was used. Subsequently, the administrative process is conceptualized in order to finally establish its connection with the tutorial process.

Key words: tutorial relationship, administrative process, plans, strategies.

⁶Magíster en Gerencia. Universidad Bicentennial de Aragua, Venezuela
licgabrielabreu@hotmail.com

Introducción

Toda investigación se desarrolla en dos momentos fundamentales: la planificación y la ejecución de lo planificado. En este sentido, el Manual para la Elaboración, Presentación y Evaluación del Trabajo de Grado y Tesis Doctorales de los Programas de Postgrado de la UBA (2017), señala lo siguiente:

El Proyecto de Investigación es un documento que expresa de forma clara lo que se va a hacer a lo largo de la investigación; especifica tiempo y etapas de la realización del estudio. Debe redactarse en futuro y responder a: ¿Qué?, ¿Acerca de qué?, ¿Cuándo?, ¿Por qué?, ¿Para qué?, ¿Cómo?, ¿Dónde?, ¿Con qué?, entre otras interrogantes (p 29).

Como puede observarse, la elaboración de un proyecto de investigación, que posteriormente dará paso al trabajo final de grado en sus distintos niveles, implica la puesta en práctica de un proceso administrativo, lo que conduce al conocimiento y manejo de procesos tales como: planificación, organización la dirección y el control, todo ello en función del logro del objetivo que persigue tanto el tutorado como el tutor: adquisición de nuevos conocimientos, aplicación de los ya adquiridos y, por supuesto la aprobación del trabajo de grado como requisito para la obtención del grado académico respectivo.

El objetivo de este artículo de revisión es analizar la relación del proceso administrativo con la conexión existente entre un tesista y su tutor al momento de la realización y presentación de su trabajo final de grado. Se trata de relacionar procesos como la planificación, organización, dirección y control con las actividades que se llevan a cabo en la relación tutorial. Para ello, se empleó una metodología basada en un estudio documental. El Manual para la Elaboración, Presentación y Evaluación del Trabajo de Grado y Tesis Doctorales de los Programas de Postgrado de la UBA (2017), señala que este tipo de estudio, “se ocupan del estudio de temas planteados en el ámbito teórico, la información requerida para abordarlos se encuentra básicamente en materiales impresos, audiovisuales y/o electrónicos” (p 81). Es un estudio teórico-reflexivo sobre los mencionados procesos y para ello se empleó estrategia en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos

donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica.

En función de lo planteado, en primer lugar, se desarrollan los temas relacionados con el proceso administrativo, su definición y aplicación en el contexto tutorial. Posteriormente se aborda el tema de la relación tutorial sus componentes y aspectos más relevantes. Luego se presenta el desarrollo del artículo, las conclusiones y finalmente las referencias.

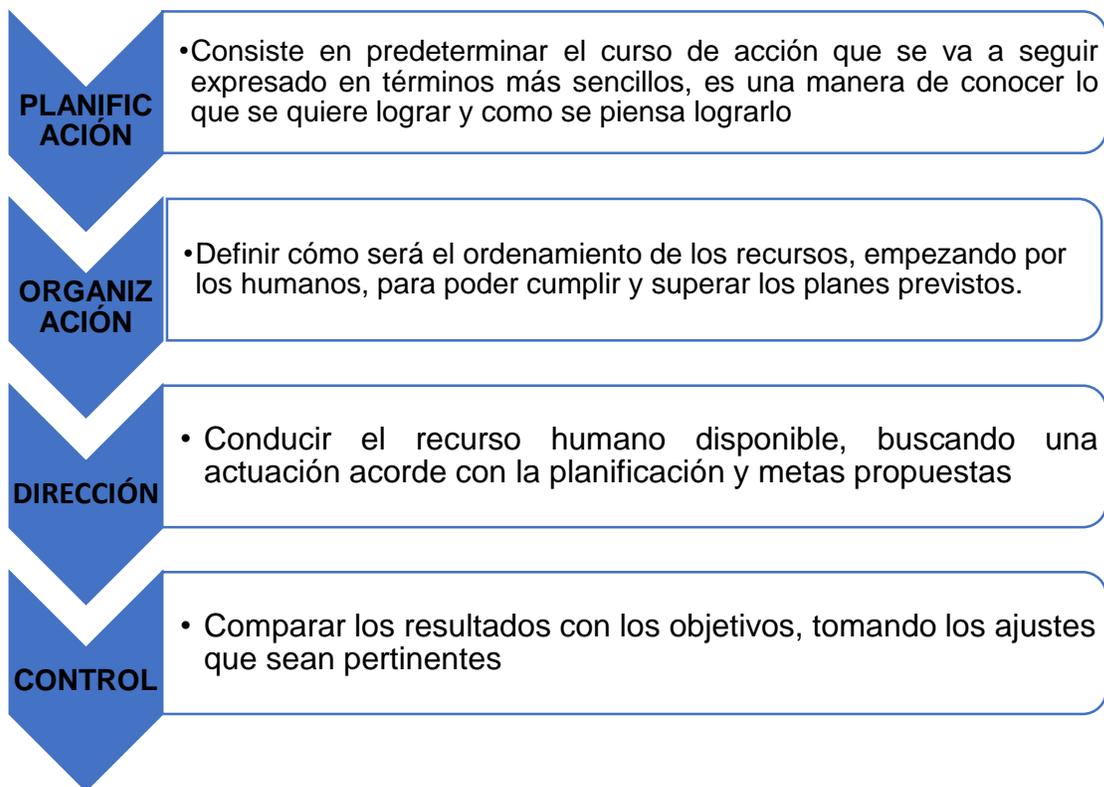
El proceso administrativo

Una de las características de la ciencia administrativa es su universalidad, lo que significa que está presente en cualquier tipo de organización o sistema, su empleo es una condición fundamental para que se alcancen los objetivos establecidos. Koontz señala que la administración contribuye al cumplimiento de objetivos deseados mediante el establecimiento de un medio ambiente favorable a la ejecución por personas que operan en grupos organizados. Esta afirmación la refuerza Chiavenato quien agrega que la tarea del administrador se aplica a cualquier tipo o tamaño de organización, sea industrial o de cualquier tipo de servicio, necesita ser administrada de modo adecuado para alcanzar sus objetivos con mayor eficiencia y economía de acción y de recursos.

El proceso administrativo tiene también, aplicación universal, no importando el tipo de empresa o de organización de que se trate. Es utilizado donde varias personas trabajan juntas para el logro de objetivos comunes. Este proceso lo puede utilizar un gerente de una empresa constructora e igualmente lo utilizará un gerente de una tienda de departamentos. Así mismo, este proceso puede ser utilizado en cualquier nivel de la organización ya sea directivo o simplemente de supervisión. Ahora bien, para su ejecución, la administración se vale de actividades muy específicas denominadas proceso administrativo. Este se compone de cuatro actividades o etapas: planificación, organización, dirección y control. En el gráfico

siguiente se presenta un resumen de las principales características y aplicaciones de cada una de las funciones del proceso administrativo.

Gráfico 1



Fuente: Abreu (2023).

La relación tutorial

Cuando un estudiante decide elaborar un trabajo de grado, debe contar con un asesor o tutor, que, en la mayoría de los casos, la institución educativa se lo exige de acuerdo a sus reglamentos. Un tutor, de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, es una persona que ejerce la tutela y también la persona encargada de orientar a los alumnos de un curso o asignatura. Un tutor se encarga de tutelar o guiar a un estudiante para el logro de un objetivo académico. Este acompañamiento da origen a lo que se conoce como tutoría, que, de acuerdo con Rodríguez citado por Parra (2011), es una parte esencial de la investigación y se considera una actividad eminentemente social. Esta relación, agrega Parra, requiere asumir roles distintos a los que se emplean tradicionalmente en el aula.

Así las cosas, la relación tutorial, se origina de un acuerdo entre un estudiante, que decide realizar una investigación para la elaboración de su trabajo de grado y por tanto necesita un tutor, un guía académico que lo va a orientar en la consecución de ese objetivo. En lo concerniente a la relación tutorial en la investigación, Rodríguez, citado por Parra (2011), aborda la tutoría como la acción que debe realizar el docente para ayudar u orientar al estudiante, en forma paralela a su labor docente.

Características de la Relación Tutorial.

De acuerdo con Parra (2011), la tutoría implica asumir los siguientes postulados o si se quiere, aspectos propios de la relación tutorial:

1. Por ser una interacción didáctica, la relación se da en un ambiente académico-escolar, lo cual implica el manejo de aspectos motivacionales y cognoscitivos de la enseñanza aprendizaje. En realidad.
2. Es necesario que el tutor domine los fundamentos epistemológicos de una didáctica específica.
3. Por su propósito de llevar a término una investigación, esta interacción requiere del dominio de los fundamentos, las estrategias, las características y los fines del proceso de producción del conocimiento.
4. Como su objetivo es presentar un informe final, es necesario conocer y aplicar las normas que, para la presentación y defensa correspondiente, se elaboran institucionalmente.
5. Ya que la intencionalidad del producto intelectual, escrito, es optar a un título académico, sus características deben responder al perfil de las competencias profesionales esperadas, las cuales deben exhibirse, al menos, en el manejo del lenguaje propio de un egresado universitario.
6. Como toda interacción didáctica atiende a un modelo pedagógico o andragógico y, por tanto, a unos fines educativos, la tutoría debe definir el perfil y concepto del ser humano que se pretende formar.

Es decir, El rol fundamental del tutor consiste en intervenir sistemáticamente al tesista a fin de ayudarlo a superar sus debilidades académicas y personales y a que tome conciencia acerca del uso y control de los procesos de pensamiento que debe emplear para lograr cada una de las submetas en que se descompone el proceso general de elaboración de la tesis de grado.

Es por ello que el tutor orientará dicho proceso de tal manera que el participante vaya pasando progresivamente de un estado de máxima dependencia, especialmente al inicio de la tesis, a una situación de autogestión.

Finalmente, el objetivo de la relación tutorial no es solamente que el estudiante logre culminar exitosamente su tesis, sino que además crezca profesionalmente a través de dicho proceso, particularmente en lo que se refiere al desarrollo de las competencias como investigador.

Conclusiones

La elaboración de un trabajo final de grado es un proceso sistemático porque se ajusta a un sistema, (educativo, en este caso) y también a un conjunto ordenado de normas y procedimientos. Por tanto, no es una actividad desordenada, por el contrario, debe ser planificada, ordenada, dirigida y controlada. Para poner en práctica la confección del trabajo de grado, es necesario que dos actores principales se pongan de acuerdo, el tesista y el tutor. Cada uno cumple un rol protagónico y deben ajustarse a las normas y procedimientos establecidos. Es aquí donde se inserta el proceso administrativo. Para ello se presenta el cuadro siguiente, mostrando las relaciones entre cada etapa de dicho proceso y en momento de la relación tutorial debería aplicarse.

Cuadro 1
Actividades a desarrollar en la relación tutorial

Camino para desarrollar el proyecto de investigación	Significado
¿Qué estudiar?	Definición de la intención de investigación enmarcada en la línea de trabajo.

¿Quiénes han investigado el tema planteado? ¿Qué hay escrito al respecto?	Develar el contexto teórico
¿Cuáles son los fines de la investigación que se plantea?	Delinear los objetivos de la investigación.
¿Cuáles son las interrogantes que deben ser respondidas de acuerdo con los objetivos trazados?	Formulación y sistematización del problema.
¿Cuál es la situación actual?	Concretar el contexto empírico: Planteamiento del problema.
¿Cómo se va a realizar la investigación?	Visualizar el contexto metodológico de acuerdo con los aspectos a escudriñar.
¿Qué recursos se necesitan?	Presupuesto y/o vías de apoyo
¿Cuánto tiempo es necesario para el desarrollo del estudio?	Trazar el cronograma para la ejecución.

Fuente: Martins, (2020).

El planteamiento de Martins es el punto de partida para establecer la relación entre las actividades que se desarrollan en la relación tutorial y el proceso administrativo.

Planificación

En primer lugar, es necesario elaborar un plan administrativo que incluya:

1. Formulación de los objetivos:

Determinar qué es lo que se quiere estudiar. Definir la línea de trabajo, el tema a desarrollar.

Estudiar todo lo relacionado con la temática de la investigación. Ubicar como y/o dónde encontrar los aspectos conceptuales: electrónicos, textos o tesis escritas. Esto incluye la determinación de la situación actual de la temática. Definir las fuentes de información: accesibilidad, disponibilidad.

2. Seleccionar el diseño de investigación. Se recomienda incluir las características personales del investigador.

3. Estudiar la disponibilidad de recursos económicos. Determinar los posibles costos de la investigación: institucionales, asesoramiento, de materiales, tecnológicos, entre otros. Elaborar presupuesto.

4. Para representar gráficamente la planificación de la elaboración y presentación del trabajo de grado, elaborar un cronograma de actividades.

Organización

1. Elaborar un documento o papel de trabajo en dónde se plasmen las actividades que se deben ejecutar para la realización del trabajo de grado. Sería una especie de descripción de funciones para detallar las responsabilidades y tareas que, tanto el tesista como el tutor deben cumplir. No funcionaría como una norma, sino una manera de ordenar las actividades a desarrollar.
2. Se deben coordinar los encuentros académicos entre el tutor y el tesista y la forma de realizarlos: virtuales o presenciales.
3. El propósito de organizar es de ser más eficiente y eficaz en la administración del tiempo y recursos de los actores de la relación tutorial.

Dirección

La dirección administrativa en la relación tutorial se puede enfocar desde dos aspectos: comunicacional y motivacional. En relación a estos aspectos, Parra (2011), señala lo siguiente: “El deber ser de la relación tutorial se fundamenta en tres aspectos: el personal, lo académico y lo creativo en investigación” (p 102). Para el desarrollo de este punto, la mencionada autora señala los siguientes aspectos los cuales se relacionan estrechamente con el planteamiento del presente artículo. En consecuencia, se especifica lo siguiente:

1. Es relevante que tanto el tutor como el tutorado posean altos niveles de autoestima
2. La comunicación empleada en este proceso debe ser asertiva, congruente y afectiva, con empleo de la caricia verbal y los límites adecuados.
3. El tutor debe entender las limitaciones propias de una persona cuando se inicia en un proceso de investigación. Debe ir de lo simple a lo complejo, proporcionar referentes teóricos y materiales como tesis, entre otros.
4. Reivindicar el error y la confusión como una forma de aprendizaje. Solo quien se confunde busca soluciones en investigación.

En una relación tutorial el tutor actúa como un gerente ya que es responsable de la toma de decisiones a nivel académico, la capacitación y desarrollo de su tutoreado así como de supervisar el desarrollo de la elaboración del trabajo de grado. Para ello es necesario el empleo de una excelente comunicación, utilizar estrategias motivacionales que eviten la deserción del tesista.

Control

El control administrativo consiste en verificar que lo planificado se ha estado cumpliendo lo que permite aplicar acciones correctivas para así lograr los objetivos que se formularon. Por ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos a controlar:

1. El tiempo: uno de los mayores inconvenientes en la relación tutorial tiene que ver con los tiempos de entrega del proyecto o tesis final, las fechas y horas de las tutorías, la duración de estos encuentros, la disponibilidad de cada uno. Es necesario ejercer un control para evitar la pérdida de tiempo de cada quién y, muy importante, cumplir con los lapsos de entrega.
2. Los recursos económicos. En épocas inflacionarias se deben controlar los costos gastos. Llevar una relación detallada de los aspectos económicos es fundamental, para ello se elabora un presupuesto que no es un fin, pero si una guía para controlar los recursos económicos.
3. El control que se debe aplicar es

Referencias

Blanco (2017). **Cómo sobrevive una empresa en un entorno crónicamente incierto**. Revista DEBATES IESA. Volumen XXI. Número 4.

Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL). **Perspectivas económicas de América Latina 2019: desarrollo en transición**. Documento en línea. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44525-perspectivas-economicas-america-latina-2019-desarrollo-transicion>.

Ortiz y Jaramillo (2016). **Navegar sin brújula: La gerencia en hiperinflación**. Revista DEBATES IESA. Volumen XXI. Número 1.

IMPLEMENTACIÓN DE LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA EN ADMINISTRACIONES TRIBUTARIAS LATINOAMERICANAS. CASO COLOMBIA – CHILE

Yrama Rodríguez⁷

Resumen

La globalización de los procesos tecnológicos ha traído consigo grandes cambios en los modelos económicos y las gestiones financieras en Latinoamérica. En los últimos años países como Chile y Colombia en su afán de mejorar sus servicios tributarios y evitar el fenómeno de evasión fiscal, optaron por la modernización de sus sistemas informáticos, brindando a sus contribuyentes una alternativa ágil y de fácil uso para cumplir con la obligatoriedad de las declaraciones tributarias en lapsos contemplados por la Ley. Implementar la facturación electrónica permitió a la administración tributaria la opción de conocer de manera eficiente los movimientos de los contribuyentes de manera periódica, consiguiendo mejorar la recaudación, pudiendo así inyectar mayores recursos en planes de desarrollo social. En el plano teórico, se documentan cambios graduales en el proceso de implementación de la Factura Electrónica donde se analizan los requerimientos y leyes para la emisión de archivos digitales. En el ámbito práctico, se estudian las estrategias adoptadas para la obtención de un mayor balance fiscal, tomando en cuenta las estadísticas generadas. El presente trabajo tiene como finalidad evidenciar las enormes ventajas que implica la facturación electrónica en temas como: evasión fiscal, mayor recaudación tributaria y seguridad jurídica en las transacciones.

Palabras claves: factura electrónica, evasión fiscal, recaudación, implementación.

Abstract

The globalization of technological processes has brought with it great changes in economic models and financial management in Latin America. In recent years, countries such as Chile and Colombia, in their desire to improve their tax services and avoid the phenomenon of tax evasion, have opted for the modernization of their computer systems, offering their taxpayers an agile and easy-to-use alternative to comply with the obligation of tax declarations in periods contemplated by the Law. Implementing electronic invoicing allowed the tax administration the option of efficiently knowing the movements of taxpayers on a regular basis, managing to improve collection, thus being able to inject more resources into social development plans. At the theoretical level, gradual changes are documented in the implementation process of the Electronic Invoice where the requirements and laws for the issuance of digital files are analyzed. In the practical field, the strategies adopted to obtain a greater fiscal balance are studied, taking into account the statistics generated. The purpose of this work is to demonstrate the enormous advantages that electronic invoicing implies in issues such as: tax evasion, higher tax collection and legal security in transactions.

Keywords: electronic invoice, tax evasion, collection, implementation.

⁷Licenciada en Contaduría Pública. Universidad Bicentennial de Aragua
yramarodriguez@gmail.com

Introducción

Las políticas tributarias en América Latina se han visto inmersas a lo largo de los años en una competencia desleal por parte de sus contribuyentes, desarrollando de esta manera una cultura de evasión fiscal, haciendo crecer enormemente sectores de economía informal, los cuales no realizan ningún aporte tributario a los entes recaudadores y no se tiene ningún tipo de control acerca de los mismos.

La poca recaudación tributaria ha sido una problemática resaltante en los países de la región, obteniendo como resultado de esta situación que el Estado no puede obtener los recursos necesarios en términos tributarios de manera eficiente, afectando la financiación de los presupuestos nacionales, incidiendo esto directamente en todo lo relacionado con la inversión en proyectos a nivel social o cualquier otro rubro que pueda generar bienestar a las personas que hacen vida dentro de cada nación.

Desde hace algunos años, varios países de América Latina han empezado a implementar la facturación electrónica como una herramienta para minimizar el fraude fiscal mediante el control, cruce y digitalización de la información tributaria entre los diferentes tipos de contribuyentes y el ente recaudador, con la finalidad de obtener mayores ingresos para el sostenimiento de los gastos públicos, ya que de esto depende la inversión en derechos fundamentales para el ser humano, como lo son la salud, la educación, la vivienda, entre otros.

La facturación electrónica es un gran paso tecnológico que ha venido a modernizar los sistemas administrativos y financieros de los cuales se obtienen beneficios importantes en temas como el recaudo y digitalización de información tributaria, ya que se unifica un lenguaje de documentación digital tributaria, mejorando de esta manera la eficiencia y competitividad a escala de grandes economías a nivel mundial, sumando además otros beneficios importantes como: contribución al medio ambiente, reducción de costos en las empresas, acceso al sistema financiero y mejora en la comunicación entre clientes y proveedores.

El objetivo de este artículo es hacer una comparación de la implementación de la facturación electrónica en las administraciones tributarias de Latinoamérica, tomando como objeto de estudio Colombia y Chile, resaltando los avances obtenidos en materia tributaria, específicamente en el crecimiento económico que ha generado en ambos países, pero también tomando en cuenta las implicaciones importantes que trajo consigo este sistema desde dos perspectivas y puntos de vista diferentes, como lo son, por un lado los contribuyentes y por el otro, el ente recaudador (Gobierno).

La metodología implementada para la realización del presente artículo está basada en un enfoque cuantitativo y cualitativo, ya que primeramente se hace un análisis de documentos, leyes, decretos, estadísticas y gráficos que soportan como ha sido la implementación de la facturación electrónica en estos dos países. Posteriormente, se hace una evaluación crítica de la incidencia tributaria que ha tenido la facturación electrónica disminuyendo los índices de fraude y evasión fiscal, permitiendo visualizar los avances que han alcanzado en materia tributaria.

Revisión Literaria

Factura electrónica. Vera (2012) la define como un documento tributario generado por medios informáticos en formato electrónico, que reemplaza al documento físico en papel, pero que conserva el mismo valor legal con unas condiciones de seguridad no observadas en las facturas en papel, tales como la inclusión de una cadena original y un sello digital que garantiza la autenticidad de la factura, ya que esta es generada a partir de un certificado digital.

Evasión fiscal. Se entiende por evasión, el hecho de ser contribuyente en alguna forma determinada por la ley, y no cumplir con las obligaciones al respecto. Se da la evasión cuando el sujeto, siendo contribuyente de algún impuesto determinado, y habiendo efectuado operaciones que implican la causación y pago de dicho impuesto, se abstiene de cumplir. Esto sí es violatorio de la ley, puesto que la obligación existe, se ha dado, y el sujeto no cumple con ella. (Calva, 2007).

Facturación electrónica en América Latina

La globalización ha traído consigo una cantidad de cambios que se contraponen a los modelos económicos tradicionales, representando esto un desafío para los países de América Latina, quienes han tenido desde hace varios años la necesidad de evolucionar en materia tributaria, específicamente con la implementación de la factura electrónica.

La aplicación de este instrumento les ha servido a muchos países de la región para mejorar su recaudación de impuesto y disminuir la evasión fiscal, expandiéndose su desarrollo e implementación gradualmente en Latinoamérica. Como muestra el siguiente gráfico, hay más de quince (15) países que han implementado la factura electrónica, logrando modernizar sus administraciones tributarias y facilitando el cumplimiento de la normativa tributaria.

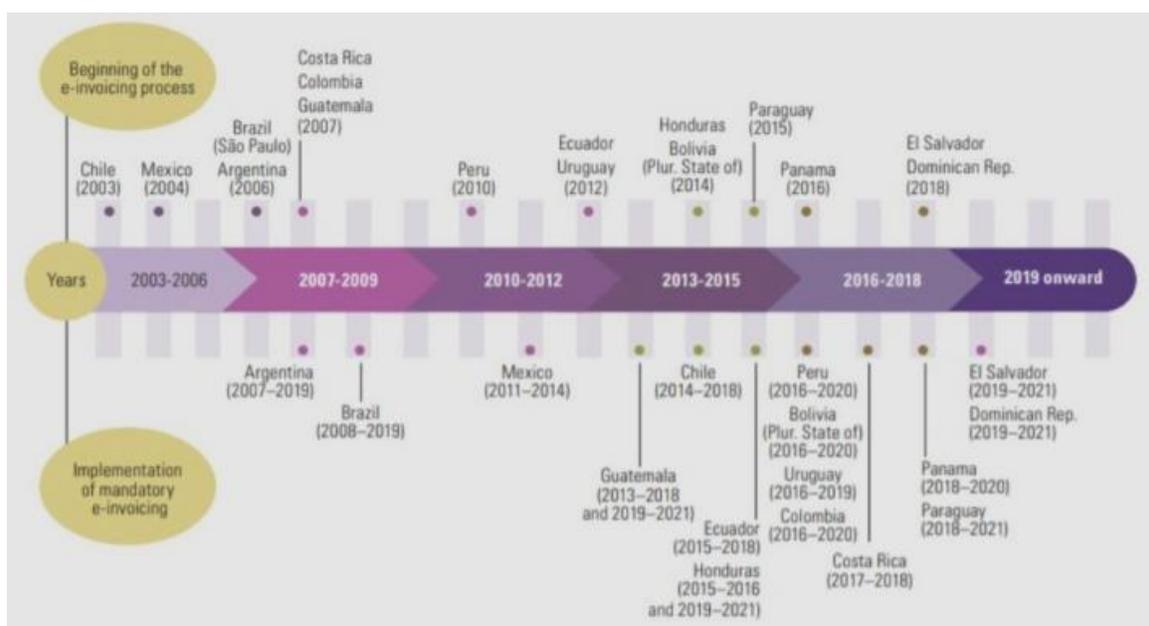


Gráfico N° 1. Línea de tiempo de implementación de la Factura Electrónica

Fuente: <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/usos-practicos-de-la-factura-electronica-para-el-control-tributario-experiencias-de-las-administraciones-tributarias/>

Facturación electrónica en Chile

Chile fue uno de los países pioneros en el estudio de la implementación de la facturación electrónica, hasta establecer su obligatoriedad total para todos los contribuyentes a partir del 1 de febrero de 2018. La Ley N° 20.727 de 2014 establece el uso obligatorio de la factura electrónica, junto a otros documentos tributarios electrónicos como liquidación factura, notas de débito y crédito y factura de compra. Los plazos que tendrán las empresas para adoptar este cambio dependerán de sus ingresos anuales por ventas y servicios y de su ubicación, si esta corresponde a una zona urbana o rural.

Esta ley expresa que las grandes empresas deberán ser las primeras en incorporarse al sistema, y corresponden a aquellas con ingresos anuales por ventas y servicios en el último año calendario superiores a las 100.000 UF (aproximadamente 2.340 millones de pesos). La siguiente tabla, muestra un resumen con los plazos de incorporación establecidos en la Ley, según el tamaño de cada empresa:

Calendario según tamaño de empresas			
Tamaño	Ingresos anuales por ventas y servicios en el último año calendario	Ubicación	Fecha
Grandes	Mayor a 100.000 UF	Todas	1 de noviembre de 2014
Medianas y Pequeñas	Mayor a 2.400 UF y menor o igual a 100.000 UF	Urbana	1 de agosto de 2016
		Rural	1 de febrero de 2017
Microempresas	Menor a 2.400 UF	Urbana	1 de febrero de 2017
		Rural	1 de febrero de 2018

Gráfico N° 2. Calendario según tamaño de empresas.

Fuente: https://www.sii.cl/factura_electronica/ley/ley_fe_20727.htm

A continuación, se presentan los sistemas disponibles en Chile, según el Servicio de Impuestos Internos (SII):

CARACTERÍSTICAS	SISTEMA DE FACTURACIÓN GRATUITO DEL SII	SISTEMA DE FACTURACIÓN PROPIO O DE MERCADO
Acceso al Sistema	Se puede acceder y operar gratuitamente a través del sitio web del SII: www.sii.cl .	Se puede adquirir en el mercado o desarrollar internamente por la empresa.
Costos asociados	El Sistema no tiene costos, excepto los asociados a los requisitos técnicos y de operación, como por ejemplo: compra de Certificado Digital, Internet, Computador e Impresora.	Sus costos dependerán del precio del sistema que le ofrece la empresa proveedora y de su implementación. Más los costos técnicos y de operación, como por ejemplo: compra de Certificado Digital, Internet, Computador e Impresora.
Integración a otros sistemas	No se integra con aplicaciones informáticas del contribuyente, es decir, funciona a través de la plataforma del SII y solo con los documentos que allí se ponen a disposición.	Es integrable con otros sistemas informáticos que utilice la empresa (ERP, Software de Gestión Empresarial, entre otros).
Documentos que permite emitir	Facturas (afectas y exentas), nota de crédito y débito, guía de despacho y factura de compra.	Pueden emitir facturas, notas de crédito y débito, guía de despacho, factura de compra, de exportación, notas de crédito y débito de exportación, liquidación factura, boletas afectas, ente otros.
Certificación del sistema	No requiere certificación por parte del SII y se puede comenzar a facturar inmediatamente una vez inscrito.	Requiere un proceso de certificación con el SII, quien debe verificar que los DTE cumplan con las normas establecidas, entre otras revisiones.
Volumen de emisión	Diseñado para un bajo volumen de emisión de Documentos Tributarios Electrónicos (DTE). Los documentos se emiten uno a uno.	Puede ser diseñado para un alto volumen de emisión de DTE, permitiendo la administración de folios de dichos documentos.

Gráfico Nº 3. Tipos de sistemas de facturación en Chile.

Fuente:

https://www.sii.cl/factura_electronica/como_fact_elect.htm#:~:text=La%20factura%20electr%C3%B3nica%20es%20un,las%20facturas%20tradicionales%20de%20papel

Facturación electrónica en Colombia

Colombia desde el año 2015 estableció la masificación de la facturación electrónica y control fiscal, iniciando un proceso de adquisición de nuevas tecnologías y adecuaciones en su sistema, y es a finales del año 2020, cuando se completa totalmente la obligatoriedad de la facturación electrónica. La Resolución 042 del año 2020 establece el desarrollo de los sistemas de facturación, los proveedores tecnológicos, el registro de la factura electrónica de venta como título valor, se expide el anexo técnico de factura electrónica de venta y se dictan otras disposiciones en materia de sistemas de facturación.

A continuación, se presentan los sistemas disponibles en Colombia, según la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN):



Gráfico N° 4. Facturación gratuita DIAN.

Fuente: <https://www.dian.gov.co/impuestos/factura-electronica/facturacion-gratuita/Paginas/default.aspx>

Además del sistema gratuito, también está a libre opción la elección de un software de facturación electrónica autorizado por la DIAN: Siigo

- Emite Documentos Electrónicos desde cualquier dispositivo y lugar.
- Envía y recibe Documentos Electrónicos que se almacenan online. Tu software es 100% en la nube.
- Documentos Electrónicos con todo lo que exige la DIAN: validación previa, formato XML, código QR, CUFE y CUDE.

Método

El tipo de investigación para abordar el tema en estudio es la documental, ya que presenta características más adecuadas por ser un tema de gran envergadura. Es el estudio de los temas planteados a través de textos impresos, leyes, jurisprudencias como parte esencial de un proceso de investigación científica.

El nivel de profundidad de este estudio fue descriptivo. De allí se determinó el camino a seguir para desarrollar las actividades de análisis que permitieron lograr los objetivos de la misma.

Hernández, Fernández y Baptista (1998) definen la investigación descriptiva como aquellas que “buscan especificar propiedades importantes de personas,

grupo, comunidades, o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.” La metodología empleada para el desarrollo del presente artículo, es de tipo descriptiva documental, ya que se utilizó la revisión bibliográfica de diferentes documentos, leyes y normativas, como fuente de recolección y análisis estadísticos, para destacar la importancia del tema en estudio y su factibilidad.

Resultados

Para el análisis de la implementación de la facturación electrónica se analizaron por separado las estadísticas suministradas por las páginas oficiales de los entes recaudadores de ambos países (SII y DIAN).

Impacto tributario en la recaudación fiscal de Chile

Ésta sistematización representa un avance en los procesos tributarios, facilita el cumplimiento de las disposiciones legales y reduce los tiempos de espera para los contribuyentes. A continuación, se muestran las estadísticas de factura electrónica presentadas en el sitio web del SII:

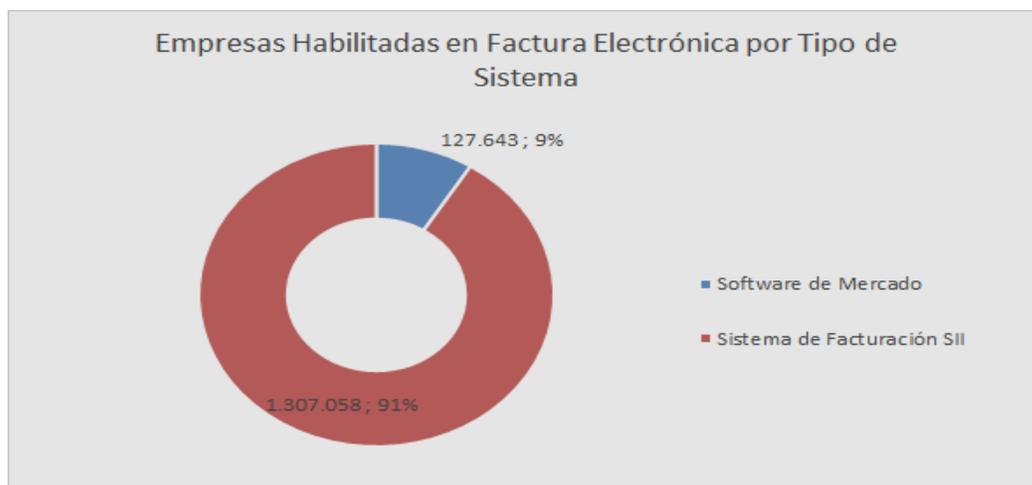


Gráfico N° 5. Empresas habilitadas en factura electrónica por tipo de sistema..

Fuente: https://www.sii.cl/servicios_online/1039-estadistic-1182.html#collapseOne

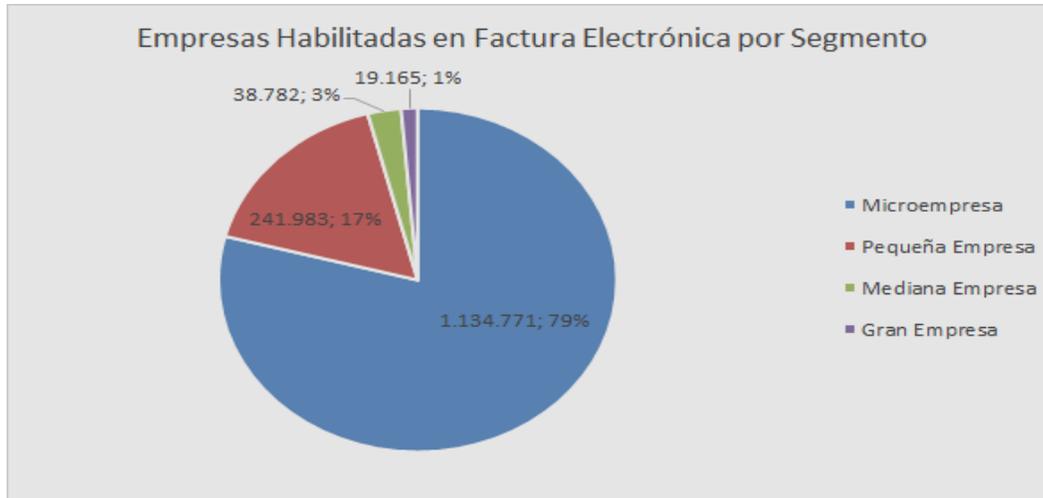


Gráfico Nº 6. Empresas habilitadas en factura electrónica por segmento..

Fuente: https://www.sii.cl/servicios_online/1039-estadistic-1182.html#collapseOne

En el siguiente gráfico se muestra la cantidad de documentos tributarios electrónicos (DTE) emitidos anualmente (No incluye boletas electrónicas), logrando apreciar cómo se va incrementando el uso de la facturación electrónica con el pasar de los años:

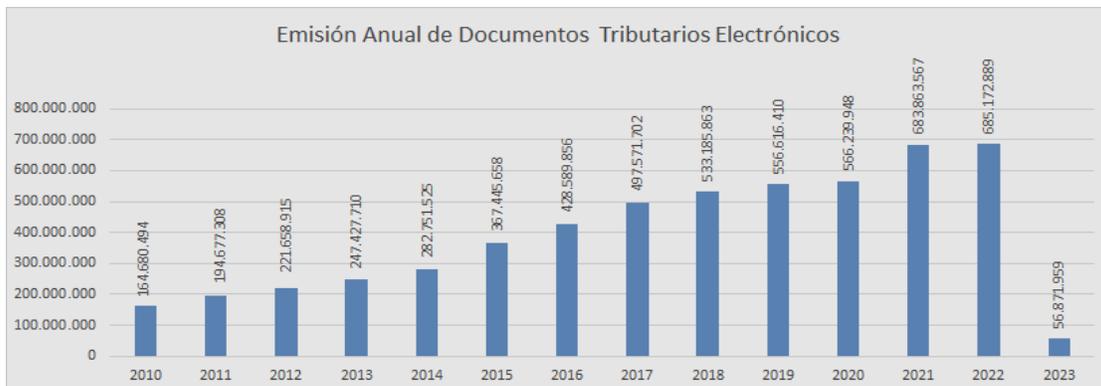


Gráfico Nº 7. Emisión anual de documentos tributarios electrónicos.

Fuente: https://www.sii.cl/servicios_online/1039-estadistic-1182.html#collapseOne

Impacto tributario en la recaudación fiscal en Colombia

Esta sistematización representa un avance en los procesos tributarios, facilita el cumplimiento de las disposiciones legales y reduce los tiempos de espera para los contribuyentes.

CIFRAS FACTURA ELECTRÓNICA A 21 DE AGOSTO DE 2020	
Cifras Factura Electrónica junio de 2019 – 21 de agosto de 2020	
Total valor facturado	\$665.361.192.188.024
Habilitados	
Facturación gratuita	28.776
Proveedor tecnológico	162.843
Software propio	13.646
Total habilitados	203.553

Gráfico Nº 8. Cifras factura electrónica a 21 de agosto de 2020.

Fuente: <https://www.dian.gov.co/impuestos/factura-electronica/noticias-y-eventos/Paginas/cifras-FE-21082020.aspx>

Forma de Facturación		CIU	Actividad Económica	Personalidad Jurídica
Todas		Todas	Todas	Todas
289.793 Contribuyentes		203.553 Contribuyentes en Operación		
Registrado	86371			
Habilitado	203422			
Forma de Facturación	Registrados	Habilitados	Producción	
Proveedor Tecnológico	26678	162973	162843	
Facturador Gratuito	41860	30486	28776	
Software Propio	3582	13696	13646	
Total	86372	203423	203553	

Gráfico Nº 9. Cifras factura electrónica a 21 de agosto de 2020.

Fuente: <https://www.dian.gov.co/impuestos/factura-electronica/noticias-y-eventos/Paginas/cifras-FE-21082020.aspx>

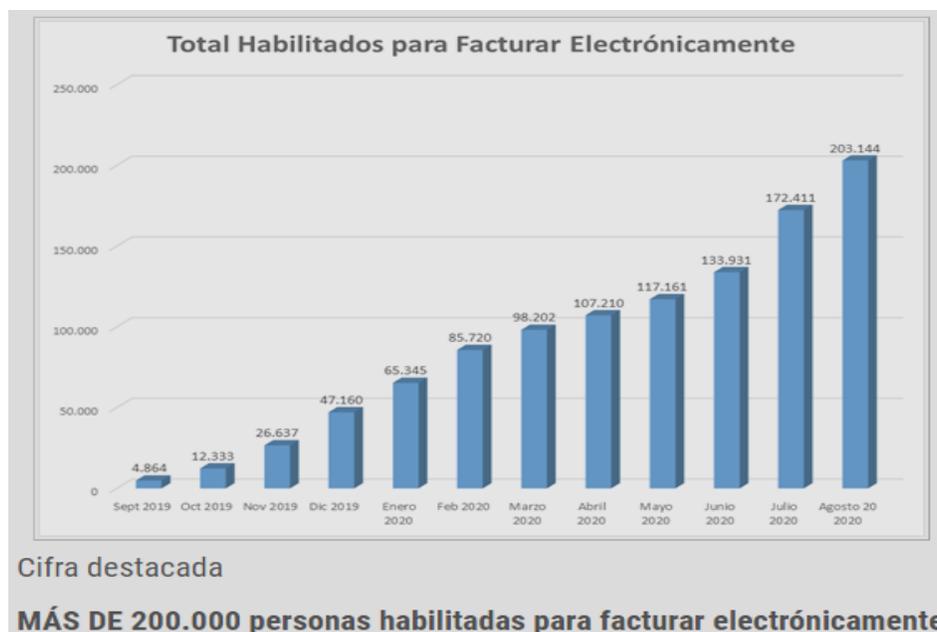


Gráfico Nº 10. Total habilitados para facturar electrónicamente.

Fuente: <https://www.dian.gov.co/impuestos/factura-electronica/noticias-y-eventos/Paginas/cifras-FE-21082020.aspx>

Discusión

En base a los resultados estadísticos obtenidos en las administraciones tributarias de Chile y Colombia, se puede observar la incidencia en la recaudación tributaria de sus economías. Según Castillo (2001), la política fiscal es el conjunto de medidas e instrumentos que toma el estado para recaudar los ingresos necesarios para la realización de la función del sector público. El propósito de la política fiscal es darle mayor estabilidad al sistema económico, al mismo tiempo que se trata de conseguir el objetivo de ocupación plena.

Indudablemente, fue todo un reto con el que se enfrentaron estos países para el desarrollo e implementación de la factura electrónica, debido a que conllevó a la creación de políticas tributarias para reducir el uso del efectivo en las operaciones comerciales y de esta forma reactivar el sistema electrónico como un mecanismo de pago directo, eventualmente debieron reducir las cargas tributarias para poder disminuir sustancialmente la economía informal la cual genera una competencia desleal entre las empresas.

La resistencia de los contribuyentes a la implementación de la facturación electrónica ha sido otro desafío para las administraciones tributarias de Chile y Colombia, todo esto motivado por diversos criterios como lo son la falta de información, la perspectiva de mayor carga tributaria, y dudas en las adecuaciones tecnológicas necesarias para su implementación, y si a esto se le añade que teóricamente el aumento del recaudo tributario es directamente proporcional con el cumplimiento de las necesidades básicas de los ciudadanos, este precepto carece de credibilidad en los contribuyentes de países latinoamericanos como los estudiados, por el alto grado de corrupción histórico que ha vivido el sector público, donde se asemejan mayores recursos público con bienestar propio.

Finalmente, los gobiernos, como entes recaudadores de los tributos, y las empresas que están obligadas a tributar tuvieron la imperiosa necesidad de realizar adaptaciones para el éxito de la implementación de este sistema, entre las cuales se tienen: la contratación del personal capacitado en el uso de herramientas tecnológicas y contables, sistematizarse e invertir en tecnología, ya que las empresas deben contar con un sistema que debe estar conectado a internet para enviar la facturación en tiempo real a los administradores tributarios. Sin embargo, en países como Chile y Colombia, sus sistemas tributarios cuentan con la opción de brindarle a las empresas un sistema electrónico de facturación gratuito.

La adopción de la facturación electrónica en estos dos países, se ha realizado secuencialmente en etapas, con el fin de ir luchando contra los flagelos mencionados anteriormente, e ir incorporando desde los sectores empresariales más grandes e importantes hasta las microempresas. Señala García (2021) que la recaudación tributaria está asociada directamente a la generación de recursos públicos.

En este sentido, como se puede ver estadísticamente, la facturación electrónica se traduce en una mayor gestión de control de los recursos provenientes de los recaudos tributarios y por ende, un aumento significativo del presupuesto de ambas naciones para ser invertido en las necesidades fundamentales de sus habitantes (educación, salud, seguridad, entre otros). Adicionalmente, todo el cruce

de información permite comparar lo que declara el comprador y lo que reporta el vendedor, permitiendo esto, además de un mejor balance fiscal, medir como variable el poder adquisitivo que tienen los habitantes de cada país.

Conclusiones

La facturación electrónica es una pieza angular hacia la modernización de los sistemas tecnológicos, traduciendo sus beneficios en ahorro de costos derivados de la eliminación del papel, de las gestiones manuales y reducción de errores por la automatización de los procesos, reducción del papel moneda al incentivar y aumentar el número de transacciones electrónicas, beneficios medioambientales, agilidad en los trámites, aumento de la seguridad jurídica de los procedimientos por la implementación de mecanismos de autenticidad como la firma electrónica y certificados digitales, fomento de la transparencia contable y fiscal, mejor cruce de información, además de incentivar las inversiones extranjeras y la competitividad del país gracias al control fiscal.

Tanto a Chile como a Colombia le surgieron limitantes que fueron necesarias adecuar para el éxito en la implementación de este sistema. Por un lado, el Estado debió mejorar su sistema de telecomunicaciones para permitir el tráfico de la información tributaria en tiempo real y, por otro lado, tanto el Estado como las empresas debieron actualizar su parque tecnológico y ponerlo a la par de las necesidades que se requieren para que los softwares de facturación electrónica operen con normalidad. Adicionalmente, debieron aumentar las fiscalizaciones con el fin primigenio de disminuir la economía informal y crear obligaciones para la implementación de este sistema.

La factura electrónica se ha convertido en una herramienta imprescindible para evitar la fuga tributaria y optimizar el proceso de recaudación de impuestos, y es notorio como las administraciones tributarias de los países en estudio han logrado avances en la evasión de impuestos utilizando este sistema, evidenciando que los entes recaudadores al tener un mejor cruce de información fiscal han aumentado significativamente la recaudación tributaria.

Este instrumento resulta beneficioso desde las dos vertientes, ya que tanto el contribuyente como el ente recaudador salen beneficiados con su implementación, que, aunque suponga un reto inicial, se convierte en una excelente estrategia que, en última instancia, suponen un ahorro de costos, por ello, la inversión en tecnología inicial que se requiere incorporar para implementar este sistema resulta siendo muy rentable.

Desde el punto de vista empresarial, se maximizan los beneficios obteniendo ahorro de costos directos por la eliminación del papel, la impresión, el envío de las facturas y su almacenamiento, aumentando la productividad administrativa, alcanzando la automatización e integración en los procesos de recepción de las facturas, ya que el origen electrónico del documento permite la integración automática en el sistema y, por tanto, su contabilización, alcanzando así una mayor eficiencia, disminuyendo sustancialmente los errores humanos, como consecuencia de la automatización y de un tratamiento plenamente integrado.

Las facturas electrónicas pueden generarse y transmitirse automáticamente del proveedor al destinatario. Así, la mayor parte de los beneficios económicos no se deben al ahorro en material impreso y en costos de envío, sino más bien a la total automatización e integración del proceso entre los interlocutores comerciales, desde la orden de pedido hasta el pago. Además, los sistemas de firma digital garantizan la integridad, origen y autenticidad de estas facturas.

Referencias

Aspectos Generales de la nueva Ley de Factura Electrónica (Ley 20.727 de 2014). Disponible en: https://www.sii.cl/factura_electronica/ley/ley_fe_20727.htm Consultado en: febrero 25, 2023.

Calijuri, M y Zambrano, R. (2020). **Usos prácticos de la Factura Electrónica para el control tributario: experiencias de las Administraciones Tributarias.** Disponible en: <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/usos-practicos-de-la-factura-electronica-para-el-control-tributario-experiencias-de-las-administraciones-tributarias/> Consultado en: febrero 25, 2023.

Calva, J. (2007). **Finanzas públicas para el desarrollo**. Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en: https://books.google.com.mx/books?id=YDn66s4GBNcC&pg=PA151&dq=evasion+fiscal&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwilg9_6qvPhAhUJeawKHft2C1UQ6AEIPTAF#v=onepage&q=evasion%20fiscal&f=false Consultado en: marzo 14, 2023

Castillo, G. (2001). **Teoría de política fiscal y su aplicación en Venezuela..** Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-politica-fiscal-y-su-aplicacion-en-venezuela/> Consultado en: marzo 14, 2023.

Cómo es la factura electrónica en Colombia. Disponible en: <https://edicomgroup.es/blog/como-es-la-factura-electronica-en-colombia> Consultado en: febrero 28, 2023.

Conozca de factura electrónica y de los sistemas disponibles. Disponible en: https://www.sii.cl/factura_electronica/como_fact_elect.htm#:~:text=La%20factura%20electr%C3%B3nica%20es%20un,las%20facturas%20tradicionales%20de%20papel Consultado en: febrero 25, 2023.

Estadísticas factura electrónica. Disponible en: https://www.sii.cl/servicios_online/1039-estadistic-1182.html#collapseOne Consultado en: febrero 25, 2023.

Facturación gratuita DIAN. Disponible en: <https://www.dian.gov.co/impuestos/factura-electronica/facturacion-gratuita/Paginas/default.aspx> Consultado en: febrero 28, 2023.

García, W. (2021). **Recaudación del impuesto sobre la renta y su impacto en el presupuesto de la Nación.** Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/257/25769354005/html/> Consultado en: marzo 14, 2023.

Hernández, S. Fernández, C. y Baptista, P. (1998). **Metodología de la investigación.** Disponible en: [https://scholar.google.co.ve/scholar?q=Hern%C3%A1ndez,+Fern%C3%A1ndez+y+Baptista+\(1998\)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.co.ve/scholar?q=Hern%C3%A1ndez,+Fern%C3%A1ndez+y+Baptista+(1998)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar) Consultado en: marzo 14, 2023.

Ley de Factura Electrónica. (2014). **Ley Nº 20.727.** Octubre 01, 2014.

¿Qué es la factura electrónica? Disponible en: <https://www.dian.gov.co/impuestos/factura-electronica/factura-electronica/Paginas/que-es-la-factura-electronica.aspx> Consultado en: febrero 28, 2023.

¿Qué es la facturación electrónica en Colombia? Lo que debes saber. Disponible en: <https://payretailers.com/es/latam/facturacion->

[electronica/?qclid=Cj0KQCQiA9YugBhCZARIsAACXxeI4dFM95hYCneAL5bACzi_8B6rB7da7u71vxzqlxuHAW1nyB64q1f0aAotHEALw_wcB](https://www.siigo.com/facturacion-electronica/) Consultado en: febrero 28, 2023.

Software de facturación electrónica autorizado por la DIAN. Disponible en: <https://www.siigo.com/facturacion-electronica/> Consultado en: marzo 01, 2023.

Vera, R. (2012). **Herramienta de software parametrizable, para la emisión de facturas electrónicas según la legislación de México.** Disponible en: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111527/cf-vera_rc.pdf?sequence=1&isAllowed=y Consultado marzo 14, 2023.



“El gobierno que con una mano exige aumento de impuestos debe con la otra procurar el aumento de la riqueza.”
José Cecilio Del Valle

Hiraivi Moreno⁸

Resumen

En el contexto actual la necesidad de estar a la vanguardia de un mundo cada vez más competitivo y globalizado, donde hay mucha demanda y los mercados cada día son más exigentes a nivel mundial, en desplazas de cumplir con los requerimientos del mercado. La inteligencia artificial aplicada al marketing te permite conocer a tu audiencia y darle lo que necesita y le importa. Además, facilita el proceso de venta y se encarga de realizar las acciones más habituales como tareas de información o recepción de documentos. Con estas aplicaciones de inteligencia artificial en marketing, los trámites se simplifican y abaratan. Es un proyecto factible de una investigación cuantitativa donde se busca gestionar en la red social Instagram a la tienda virtual "Tiendas Taylor".

Palabras claves: Inteligencia Artificial, Gestión, Marketing

Abstract

In the current context, the need to be at the forefront of an increasingly competitive and globalized world, where there is a lot of demand and the markets are more demanding every day worldwide, instead of meeting market requirements. Artificial intelligence applied to marketing allows you to know your audience and give them what they need and care about. In addition, it facilitates the sales process and is responsible for carrying out the most common actions such as information tasks or receiving documents. With these artificial intelligence applications in marketing, the procedures are simplified and cheaper. It is a feasible project of qualitative research where it is sought to manage the virtual store "Tiendas Taylor" on the social network Instagram.

Keywords: Artificial intelligence, management, marketing

⁸Licenciada en Comunicación Social. Universidad Bicentennial de Aragón
hiraivivi2.3@gmail.com

Introducción

La Inteligencia Artificial (IA) es una herramienta cada vez más importante para la gestión de redes sociales, como Instagram. Esta tecnología permite a las marcas y empresas mejorar su presencia en la red social, optimizando el contenido y los anuncios para obtener mejores resultados. La IA puede ayudar a las marcas a comprender mejor a sus seguidores, segmentar su audiencia y personalizar el contenido para obtener un mayor alcance. Además, la IA también puede ayudar a las marcas a identificar tendencias en tiempo real y adaptarse rápidamente para maximizar el impacto de sus campañas. Esto significa que las marcas pueden crear contenido más relevante para sus seguidores, lo que les permite conectar con ellos de manera más eficaz.

La IA también puede ayudar a las marcas a optimizar sus anuncios para obtener mejores resultados, ya que puede analizar los datos recopilados sobre los usuarios y ofrecer información útil sobre cómo dirigirse a ellos. Esto significa que las marcas pueden crear anuncios más efectivos que lleguen al público adecuado con el contenido correcto. En resumen, la Inteligencia Artificial es una herramienta invaluable para la gestión de redes sociales como Instagram aplicado en la tienda de tienda de ropa “Tiendas Taylor”, ya que permite a las marcas optimizar su contenido y anuncios para obtener mejores resultados.

Revisión de la literatura

Según Kotler, P. y Armstrong, G. (2013), el marketing es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargadas de valor con los clientes.

Por su parte, el concepto más básico que fundamenta al marketing es el de las necesidades humanas. Las necesidades humanas son estados de carencia percibida. Incluyen las necesidades físicas de comida, vestido, calor y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto; y las necesidades individuales de

conocimiento y autoexpresión. Los mercadólogos no crearon estas necesidades; son una parte básica del carácter humano.

Hoy, gran parte de los negocios del mundo se lleva a cabo a través de las redes digitales que conectan a personas y empresas. Internet, una gran red pública de redes de computadoras, conecta a los usuarios de todos los tipos de todo el mundo unos con otros y es un repositorio de información increíblemente grande. Estos días, las personas se conectan a Internet en casi cualquier momento y desde casi cualquier lugar mediante sus computadoras, teléfonos inteligentes, tablets o incluso sus televisores. Internet ha cambiado fundamentalmente las nociones de los clientes acerca de comodidad, velocidad, precio, información de producto y servicio. Como resultado, ha dado a los mercadólogos una forma del todo nueva para crear valor para los clientes y construir relaciones con ellos.

El marketing digital vive en Internet para presentar experiencias o contenidos interesantes a la audiencia. Esto se puede hacer a través de correo electrónico, redes sociales, anuncios de Google, blogs o contenido de video, así como involucrando a celebridades o líderes de opinión en canales tecnológicos. Este es uno de los tipos de marketing más importantes y en los últimos tiempos está generando estrategias interesantes. Cabe señalar que esta clasificación no es definitiva, pues el marketing se desarrolla de acuerdo al comportamiento humano y las herramientas que aparecen.

Al día de hoy, la Inteligencia Artificial es aplicable en las actividades importantes de la tienda Taylor, sobre todo en el área de Marketing para la recopilación de datos.

Asimismo, el marketing digital utiliza la tecnología y las plataformas como los sitios web, correo electrónico, aplicaciones móviles, foros, blogs, redes sociales e incluso canales de televisión, radio y prensa digitales para conectar e interactuar con los clientes. Por tanto, representa un cambio drástico en cómo se realizan las búsquedas y compras de productos y servicios a través de la publicidad, las campañas y recomendaciones de los clientes en las redes sociales” Shum Xie, (2019, p. 27). Esto quiere decir que, como publicista y mercado al alcance de las necesidades con un buen plan de marketing digital produce respuestas

empresariales de crecimiento y posicionamiento utilizando todas las herramientas que colaboran a la expansión de la publicidad y promociones.

En primer lugar, es importante la referencia al concepto de redes sociales para entender cómo aplicar una estrategia de marketing en estas plataformas. Las redes sociales son todas aquellas plataformas digitales que permiten tener interacción con otras personas y empresas Shum Xie, (2019). A su vez, las redes sociales permitieron un cambio de rol en los usuarios a fin de que ahora se puede interactuar directamente con una marca, lo que convirtió al consumidor en un sujeto activo que puede dar su opinión e influenciar a otros a consumir o no un producto o servicio en específico.

Metodología

La presente investigación cuantitativa se enmarcó en la modalidad de campo, de tipo descriptiva, ya que los datos se tomaron de la realidad vivida por las personas que participaron en las diversas estrategias empleadas en dicha investigación se enmarca en descubrir la factibilidad que mide la información recolectada con el fin de describir, proponer, implementar estrategias creativas y busca estudiar la realidad del escenario para de esta manera aportar a la empresa.

Resultados

El marketing aborda todas las interacciones entre empresas e individuos, y nos atrevemos a decir que su función actual es ayudar a alcanzar los objetivos comerciales mediante la creación de experiencias de cliente más inteligentes y seguras.

Asimismo, para la gestión de ventas en la red social debido a su capacidad para proporcionar análisis profundos y detallados sobre los datos recopilados, así como optimización de campañas publicitarias y mejora del servicio al cliente mediante el uso del chatbot. Esto permite que las empresas tomen decisiones más informadas sobre sus estrategias de marketing y ventas, lo que les permitirá obtener mejores resultados. Por lo tanto, se llegó a la conclusión de ofrecer una solución

que incluya a “Tiendas Taylor” dentro de los medios digitales, pero de una manera más concentrada y activa que pueda permitir incrementar sus ventas y no solo eso sino también darse a conocer.

Discusión

Las estrategias de ventas efectivas en el mundo posicionando en el mercado de la red social Instagram dependen de varios factores. Primero, es importante entender la plataforma y cómo funciona. Esto significa que debes conocer los algoritmos, los tipos de contenido que funcionan mejor y cómo puedes llegar a tu audiencia objetivo.

Una vez que hayas comprendido la plataforma, es importante crear contenido atractivo para tu audiencia. Esto significa crear contenido interesante y único que se destaque entre los demás. Esto puede incluir imágenes, videos, historias y publicaciones en vivo. También es importante utilizar hashtags relevantes para ayudar a llegar a una audiencia más amplia. Además, es importante promocionar tu cuenta de Instagram para obtener más seguidores y mejorar tu alcance. Esto puede incluir anuncios pagados o promociones en otras redes sociales como Facebook o Twitter. También puedes usar influencers para ayudarte a promover tu cuenta y llegar a una audiencia más amplia.

Finalmente, es importante mantenerse activo en la plataforma para mantener el interés de tus seguidores y generar nuevos seguidores potenciales. Esto significa publicar regularmente contenido interesante y responder a las preguntas y comentarios de tus seguidores lo antes posible. También puedes organizar sorteos o concursos para generar interés adicional entre tus seguidores existentes y potenciales.

Conclusiones

La inteligencia artificial ha demostrado ser una herramienta útil para mejorar la comercialización y las ventas a través de Instagram. Esto se debe a que la IA puede ayudar a los usuarios a descubrir contenido relevante para sus intereses, así como proporcionar información sobre los productos y servicios que ofrecen los

anunciantes. Además, la IA también puede ayudar a los usuarios a encontrar anunciantes relevantes para su audiencia y proporcionarles información sobre cómo optimizar sus campañas publicitarias. Por último, la IA también puede ayudar a los anunciantes a medir el éxito de sus campañas publicitarias y obtener información sobre el comportamiento de los usuarios en Instagram. En conclusión, la inteligencia artificial es una herramienta útil para mejorar la comercialización y las ventas efectivas por la red social Instagram.

Ahora bien, el posicionamiento de marca ayuda a que cada empresa decida en cuántas características realmente destacan y se diferencia respecto a su competencia. La intención es que el producto o servicio se valore como importante en un número suficiente de clientes, así como también entender La intención de que el producto o servicio se valore como importante en un número suficiente de clientes. Esto quiere decir, que las empresas deben saber cuál es la ventaja competitiva que las distinguen de la competencia y que signifique rentabilidad.

Es por ello que se proyecta diseñar una estrategia de marketing siendo fundamental para el desarrollo de una empresa ya sea a mediano, corto o largo plazo ya través de él se puede contribuir al progreso de las actividades necesarias para lograr los objetivos comerciales y prevenir errores, las indolencias pueden ocurrir a lo largo de la vida una compañía. La elaboración minuciosa del plan de gestión de ventas en la red social Instagram aplicado en la inteligencia artificial en el área de ropa incluye una visión técnica de los procedimientos a seguir y las actividades a realizar.

Referencias

García, M., & Sánchez, A. (2019). **Estrategias de comercialización para aumentar las ventas en Instagram.** Revista de Mercadeo y Publicidad.

Kaplan, J (2017). **Inteligencia Artificial: Lo que todo el mundo debe saber.** España: TEELL EDITORIAL, S.L.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). **Fundamentos del Marketing**. Décimo primera edición. Editorial: Pearson Educación, México. <https://pubhtml5.com/dizf/mlgp/basic>

Pérez, J. (2020). **Cómo aumentar las ventas efectivas en Instagram**. Revista de Negocios

Rodríguez, D., & López, J. (2018). **La importancia de la gestión de redes sociales para el éxito comercial en Instagram: un estudio de caso en Venezuela**. Revista Internacional de Investigación en Comunicación y Marketing Digital



«La creatividad es la inteligencia divirtiéndose»

Albert Einstein

José Bermúdez⁹
Eufrosino González¹⁰

Resumen

En el marketing 4.0 la inteligencia artificial es un método que aprovecha las nuevas tecnologías para recolectar datos e información sobre los clientes, para tomar decisiones automatizadas en el área, esto se consigue gracias al análisis de la Big Data, aprendizaje automático y otros procesos para obtener información sobre su público objetivo. En la actualidad la desinformación por parte de los profesionales en marketing en lo que a IA respecta hace que no se esté al tanto sobre las tendencias de la misma en la industria de la moda venezolana, por lo que esta investigación tiene como propósito analizar las tendencias de la Inteligencia Artificial en el Marketing digital dentro de la industria de la moda. En la investigación se asume el enfoque interpretativo cualitativo, y gracias a la acción participativa da la oportunidad al investigador de tener un papel participante en dar respuesta a la problemática existente. Esta investigación está inscrita en la línea de investigación de Estado, Producción y Gestión de la Existencia Social de la UBA y la línea asociada a la ECOS titulada Periodismo Social. Las técnicas aplicadas se basan en el guion de entrevista y el cuadro de matriz de triangulación con síntesis interpretativa. Gracias a esta investigación se puede concluir que la IA está generando un cambio positivo en el marketing digital y en la industria de la moda a nivel mundial, sin embargo, en Venezuela la falta de información hace que los profesionales no estén al tanto de ella y no puedan aprovechar todos los beneficios que ella para las redes sociales, afectando su eficiencia y separándolos de nuevas experiencias digitales.

Palabras claves: Inteligencia Artificial, Marketing 4.0, Industria de la moda, Tendencias.

Abstract

In marketing 4.0, artificial intelligence is a method that takes advantage of new technologies to collect data and information about customers, to make automated decisions in the area, this is achieved thanks to Big Data analysis, machine learning and other processes to obtain information about your target audience. Currently, the misinformation on the part of marketing professionals regarding AI means that they are not aware of its trends in the Venezuelan fashion industry, so this research has the purpose of analyzing trends of Artificial Intelligence in digital Marketing within the fashion industry. In the research, the qualitative interpretive approach is assumed, and thanks to the participatory action, it gives the researcher the opportunity to have a participating role in responding to the existing problem. This research is registered in the research line of State, Production and Management of Social Existence of the UBA and the line associated with ECOS entitled Social Journalism. The techniques applied are based on the interview script and the triangulation matrix chart with interpretive synthesis. Thanks to this research, it can be concluded that AI is generating a positive change in digital marketing and in the fashion industry worldwide. However, in Venezuela, the lack of information means that professionals are not aware of it and cannot take advantage of all the benefits that it provides for social networks, affecting their efficiency and separating them from new digital experiences.

Keywords: Artificial Intelligence, Marketing 4.0, Fashion industry, Trends, Lack of information.

⁹Licenciado. Comunicación Social. Universidad Bicentennial de Aragua
bermudezrubiojose@gmail.com

Introducción

Cuando se menciona la palabra Inteligencia Artificial (IA), lo primero que se piensa es en un grupo de robots sacados de una película de ciencia ficción, pero en la realidad se refiere a los sistemas o máquinas que imitan la inteligencia humana para realizar tareas y pueden mejorar a partir de la información que recopilan.

Si bien la IA trata mucho más sobre el proceso y la capacidad de pensamiento y análisis de datos que sobre cualquier formato o función en particular, esta muestra imágenes de personas de aspecto humano prefabricadas de alto funcionamiento que se apoderan del mundo. Ella no pretende reemplazar a los humanos, ya que el objetivo principal es mejorar significativamente las capacidades y contribuciones humanas convirtiéndola en un activo empresarial muy valioso.

Revisión Literaria

Actualmente, la tecnología de IA mejora el rendimiento y la productividad de la empresa mediante la automatización de procesos o tareas que antes requerían esfuerzo humano, también puede dar sentido a los datos a una escala que ningún humano jamás podría, esta capacidad puede generar importantes ventajas empresariales.

En el marketing 4.0 la Inteligencia Artificial es un método que aprovecha las tecnologías de inteligencia para recolectar datos e información sobre los clientes, para tomar decisiones automatizadas en el área, esto se consigue gracias al análisis de la Big Data, aprendizaje automático y otros procesos para obtener información sobre su público objetivo.

Por otra parte, Marketing es una palabra proveniente de la lengua inglesa, a pesar está intrínseca en la cultura mundial, en inglés, market significa mercado y Marketing puede ser traducido como mercadotecnia o mercadeo, es decir un estudio de las causas, objetivos y resultados que son generados a través de las diferentes formas en cómo se lidia con el mercado.

En el mismo orden de ideas, se conoce como “moda” al fenómeno social en el que destacan determinados estilos de vestimenta y calzado. Estas tendencias se van transformando y cambiando con el tiempo, y estos cambios están sujetos a las costumbres, culturas, entorno y gustos de quienes las consumen. Esto quiere decir, que la tendencia de la moda es de carácter pasajero.

Esto lleva a que el Marketing 4.0 es la herramienta más destacada para promover contenido en estos momentos, ya que este se enfoca por una parte en el área emocional del consumidor, también el término es usado para resumir todos los esfuerzos en el ambiente online, usando canales digitales, como blogs, sitios web, motores de búsqueda, redes sociales, emails y otros, para que las empresas intenten solucionar dolencias y deseos de sus clientes potenciales, este puede ser utilizado por las personas, empresas, universidades, ONGs, asociaciones, iglesias, etc.

Metódica

Se entiende por metódica como el estudio de los métodos utilizados para alcanzar un fin dentro de la investigación. En este sentido Arias (2012) define el Marco Metodológico como “el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas”. Es decir, es un conjunto de herramientas que sirven de apoyo y las cuales se llevan a cabo de acuerdo a un orden en específico según lo que se quiere lograr y de la manera en que se vaya a direccionar el tema de investigación.

Por lo que basados en una argumentación cualitativa y partiendo del diseño fenomenológico se da pie al desarrollo del presente artículo de investigación, describiendo los procedimientos realizados para el sustento de dicha investigación.

Resultados

Una vez culminado el proceso de recolección de información, se procede al análisis e interpretación de los resultados obtenidos, que según Arias (2012), “describe las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se

obtengan” (p.56). Por lo que brinda la facilidad de dar respuestas a las interrogantes planteadas en los propósitos específicos previamente establecidos.

En este caso el investigador opta por la Matriz de Contrastación de fuente para interrogantes que, según Martínez, (2004), p.77 “esta etapa de la investigación consiste en relacionar y contrastar sus resultados con aquellos estudios paralelos o similares que se presentaron en el marco teórico-referencial”; Y la Matriz de triangulación con síntesis interpretativa. Arias, (2012) afirma que “La triangulación dentro de métodos es la combinación de dos o más recolecciones de datos, con similares aproximaciones en el mismo estudio para medir una misma variable”.

De acuerdo a esto, la investigación se apoyó en un análisis interpretativo que permitió tener una perspectiva generalizada con el fin de hacer la información accesible para los informantes según sus criterios en relación al fenómeno comunicación planteado con anterioridad.

Discusión

Con la llegada de la Inteligencias artificial de la mano con el marketing 4.0 las redes sociales han obtenido múltiples avances positivos, uno de ellos la automatización de los servicios que se ha posicionado como la herramienta favorita para la optimización de diferentes procesos sean o no creativos y no solamente en el marketing sino en varios sectores entre ellos la industria de la moda, gracias a ellos las marcas pueden optar por crear estrategias en base a los resultados recogidos por la IA y agilizar el proceso de la toma de decisión y acción, creando estrategias innovadoras enfocadas en generar emociones, para lograr la humanización.

Se ha podido comprender un poco más cuál es el estado actual de la inteligencia artificial en el marketing digital dentro de la industria de moda, sin embargo, en Venezuela por falta de información muy pocos profesionales están al tanto de las mismas, trayendo como consecuencia el miedo a la innovación, que no hace más entorpecer la gestión de los procesos y no poder aprovechar al máximo las plataformas digitales.

Conclusiones

Según los informantes, en la actualidad Venezuela está en un punto en donde el miedo a la evolución no permite probar las nuevas tecnologías, en el marketing digital y en el mercado de la moda todavía falta mucha tela por cortar e incluso se podría decir que hay falta receptividad por parte de las marcas para poder confiar en los profesionales, un grave error ya que ellos son los capacitados para lograr sus objetivos en las redes sociales, por otra parte hay pocas personas que se están involucrando en este nicho de la inteligencia artificial, un ejemplo de ello es nuestra virreina universal Amanda Dudamel, que realizó una colección completa especializada en moda sustentable utilizando la IA como trabajo de grado, que fue presentada en su totalidad en la concentración del Miss Universo 2022, donde se evidenció una muestra del producto generado por las herramientas de la inteligencia artificial en moda y marketing, quedando como ejemplo para los futuros diseñadores de moda en lo que innovación respecta.

Referencias

Arias, F. (2012). **El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica.** 6ta. Fideas G. Arias Odón.

Martínez, M. (2006). **Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa.** Universidad Simón Bolívar
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000200002#:~:text=La%20contrastación.,ver%20Martínez%2C%202004%2C%20p.



“La moda consiste en soñar y hacer que los demás sueñen contigo”

Donatella Versace

EQUIDAD Y EFICIENCIA: PILARES FUNDAMENTALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE UN ESTADO

Ubeimar Molina¹¹

Resumen

La eficiencia y la equidad son dos grandes objetivos que se deben elegir para lograr los mejores resultados en la economía en general. Estos objetivos generalmente resultan contrarios o contrapuestos. En otras palabras, conseguir la eficiencia y la equidad son retos muy grandes que le toca enfrentar a la economía. La eficiencia aborda la cuestión de qué tan bien se utilizan y asignan los recursos de la economía. En contraste, la equidad se ocupa de cómo se distribuyen y deben distribuirse los bienes y recompensas de la sociedad entre sus diferentes miembros, y cómo deben distribuirse los costos asociados. Generalmente, los gobiernos utilizan las políticas fiscales para lograr el cumplimiento de la equidad. A través de los impuestos se realiza una redistribución de la riqueza. Haciendo que todas las personas del sector productivo de la sociedad contribuyan al sostenimiento de los más pobres. En conclusión, se puede afirmar que la eficiencia y la equidad son dos objetivos diferentes que esperan alcanzar en cada sistema económico.

Palabras Claves: economía, eficiencia, equidad, ingresos, riqueza

Abstract

Efficiency and equity are two major objectives that must be chosen to achieve the best results in the economy in general. These objectives are generally contrary or conflicting. In other words, achieving efficiency and equity are very big challenges for the economy to face. Efficiency addresses the question of how well the economy's resources are used and allocated. In contrast, equity is concerned with how society's goods and rewards are and should be distributed among its different members, and how the associated costs should be distributed. Generally, governments use fiscal policies to achieve compliance with equity. Through taxes, a redistribution of wealth is carried out. Ensuring that all people in the productive sector of society contribute to the support of the poorest. In conclusion, it can be said that efficiency and equity are two different objectives that they hope to achieve in each economic system.

Keywords: economy, efficiency, equity, income, wealth

¹¹Licenciado, Contaduría Pública. Universidad Bicentennial de Aragua
ubeimarmolina@hotmail.com

Introducción

La equidad y la eficiencia juegan un papel fundamental en el desarrollo económico y social de un país. El reto que esto presenta es saber fusionar dos aspectos claves que integran el desarrollo económico, como poder aprovechar los recursos y posteriormente asignar las riquezas de una manera justa. El Estado debe contar con los mecanismos y recursos necesarios lograr la cohesión entre estos dos factores. Lograr un equilibrio entre eficiencia y equidad es un desafío constante en la economía. Una forma en que los gobiernos pueden abordar este desafío es a través de políticas fiscales bien estructuradas. Por ejemplo, los impuestos pueden utilizarse para redistribuir la riqueza y promover la equidad, pero deben diseñarse de manera que no desincentiven la eficiencia en las actividades económicas.

Otras políticas públicas, como la inversión en educación y capacitación, también pueden ayudar a promover tanto la eficiencia como la equidad al mejorar las habilidades y oportunidades de las personas. En última instancia, encontrar el equilibrio adecuado entre estos dos objetivos requiere un enfoque cuidadoso y considerado que tenga en cuenta las necesidades y prioridades de la sociedad en su conjunto

Eficiencia y equidad en la producción

La eficiencia pierde el efecto en la medida que la cantidad de producción deja de ser mayor para poder producir otro bien, un ejemplo de esto sería como decir que un restaurante hace pizzas y hamburguesas, pero resulta que para poder producir más hamburguesa tiene que dejar de hacer pizzas; esto no da a entender que estos dos términos no pueden ocurrir a la vez, no se puede ser eficiente y equitativo al mismo tiempo.

Desde el punto de vista económico y de cómo interviene el Estado en la eficiencia, debemos partir que las naciones y empresas deberán maximizar el uso de los recursos económicos. El uso ineficiente de los recursos económicos en los países puede reducir y distorsionar el aparato productivo lo cual se traduce en las riquezas que pueden recibir los ciudadanos, por otra parte, si las empresas hacen

uso ineficiente de estos recursos las mismas tendrán a gastar más capital en la producción de bienes y servicios.

Es importante tener en cuenta que estos dos conceptos pueden entrar en conflicto en algunos casos. Por ejemplo, una empresa puede maximizar su eficiencia al reducir costos y aumentar su rentabilidad, pero esto puede tener un impacto negativo en la equidad si implica despidos masivos o reducción de salarios

Una manera de medir la eficiencia desde la óptica económica, es evaluar en que tanto existe un sustento para el ciudadano, es decir, que la pobreza sea menor. En este sentido, la calidad de vida de un país es el factor que mide la eficiencia económica. La eficiencia y la equidad son dos conceptos fundamentales en la producción y distribución de bienes y servicios. La eficiencia se refiere a la capacidad de producir la mayor cantidad de bienes y servicios con los recursos disponibles, mientras que la equidad se refiere a la justa distribución de los mismos entre los miembros de la sociedad.

En el contexto de la producción, la eficiencia y la equidad pueden estar relacionadas. Por ejemplo, una empresa que produce bienes y servicios de manera eficiente puede tener más recursos para invertir en programas que promuevan la equidad en su entorno.

Eficiencia y equidad en el consumo

La eficiencia y la equidad también son conceptos importantes en el consumo de bienes y servicios. La eficiencia en el consumo se refiere a la capacidad de los consumidores para maximizar su bienestar al elegir los bienes y servicios que mejor satisfagan sus necesidades y preferencias, dadas sus limitaciones presupuestarias.

La equidad en el consumo se refiere a garantizar que todos los miembros de la sociedad tengan acceso a los bienes y servicios básicos necesarios para una vida digna. Esto puede lograrse a través de políticas públicas que promuevan la igualdad de oportunidades y el acceso a los recursos. En resumen, la eficiencia y la equidad en el consumo son importantes para garantizar que los consumidores puedan

maximizar su bienestar y que todos los miembros de la sociedad tengan acceso a los bienes y servicios básicos.

Eficiencia y equidad en mercados competitivos

En mercados perfectamente competitivos, las empresas que maximizan las ganancias se combinan con consumidores que maximizan la utilidad, lo que resulta en eficiencia tanto productiva como asignativa. La eficiencia productiva significa producir sin residuos, de modo que la elección está en la frontera de posibilidad de producción. A largo plazo, en un mercado perfectamente competitivo, el precio en el mercado es igual al mínimo de la curva de costo promedio a largo plazo.

La eficiencia asignativa significa que, entre los puntos en la frontera de posibilidad de producción, el punto que se elige es socialmente preferido. En un mercado perfectamente competitivo, el precio será igual al costo marginal de producción. Esto asegura que los beneficios sociales recibidos por producir un bien estén en línea con los costos sociales de producción.

La organización social

El objetivo de la organización social es conseguir el máximo bienestar social. La eficiencia y la equidad son conceptos relevantes porque permiten evaluar situaciones y sugerir intervenciones con el fin de aumentar el bienestar social. La eficiencia se refiere a aprovechar los recursos de la mejor manera posible. Si alguien aumenta sus beneficios y nadie los disminuye, hay más bienestar social

La equidad se refiere a repartir los beneficios de manera justa. La equidad social mejora el bienestar social al menos en uno de estos tres objetivos:

- Las personas y hogares cuyas condiciones de vida están debajo de lo considerado aceptable, pasen a tener una vivienda digna, además de tener mejor posición económica, social y política.
- Promover el desarrollo de talentos en los diferentes grupos de la sociedad.
- Que ni el poder ni la riqueza lleguen a concentrarse hasta el punto de restringirse.

Las políticas públicas pueden intervenir eficazmente en la cohesión social y en la equidad. La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) propone una política social universal, solidaria y eficiente para fortalecer el aporte de la política social a la cohesión social. Las políticas en favor de la igualdad no solo producen efectos positivos en términos de bienestar social, sino que también contribuyen a generar un sistema económico más favorable para el aprendizaje, la innovación, el aumento de la productividad y la protección ambiental.

Metodología

Para realizar este artículo, se ha realizado una revisión bibliográfica de estudios previos sobre el tema y se ha analizado la información sobre los temas aquí mencionados lo que permite hacer un resumen y centrar el desarrollo del artículo en información ya documentada.

Resultados

Se identifica que el principio de eficiencia y equidad presenta grandes desafíos lo que involucra una serie de factores para que ambos puedan coexistir sin que prevalezca alguno de ellos. En este sentido es pertinente mencionar, que la equidad y la eficiencia forman parte del desarrollo económico para una sustentabilidad de la sociedad.

AUTOR	AÑO	TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO	HALLAZGOS
CEPAL	2000	Equidad desarrollo y ciudadanía	Se debe retomar el camino del crecimiento y la desigualdad de ingresos y oportunidades	Existe una separación entre lo económico la equidad y la eficiencia
Miriam Quiroa	2022	Equidad y eficiencia	La equidad y eficiencia son objetivos diferentes que se esperan alcanzar cada sistema económico	La eficiencia es el concepto central de la economía, ya que al emplear mejor los recursos existe la mayor probabilidad de resolver las necesidades económicas
SICMA21	2021	Que es la eficiencia de la producción y como se alcanza	La eficiencia en la producción se describe como la condición de producir bienes al menor costo posible	Se debe encontrar un equilibrio entre la productividad y la eficiencia para que todo funcione en óptimas condiciones

Karen Marie Mokate	2001	Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿Qué queremos decir?	La equidad depende de la interpretación que se le dé. Mientras que la eficacia podría entenderse como el grado en que se producen los logros buscados.	Estos términos son muy utilizados en la política social, lo que conforma un conjunto de criterios que dan fundamento a la formación, gerencia y evaluación de políticas y programas sociales.
--------------------	------	--	--	---

Fuente: Molina, (2022)

Discusión

Rae (1981), menciona que el concepto de equidad es complejo, por lo cual en la búsqueda de equidad el Estado se enfrenta a varios retos al enfrentarse a los efectos de la naturaleza y la cultura, donde se identifica que las sociedades no son iguales, por lo tanto, habrá personas desiguales e iguales a otros individuos en diversas dimensiones. Esto no dice que la equidad por más que intentemos resolver la justicia de la igualdad siempre tendremos desigualdades.

Rubinstein (1988) da lugar a la equidad como uno de los elementos y grandes objetivos de la intervención del gobierno en forma de política pública, en este sentido, él menciona que este es utilizado como un punto para que los gobiernos lo interpreten y pierda su valor como un concepto claro.

Por otro lado, Cook y Hegtvedt (1983) lo definen como la equivalencia de la razón insumo-resultado. Siguiendo esta idea, lo que propone la equidad es que hay un entregable y de ello se desprende un bien o un recurso que favorece a la sociedad.

Cuando se habla de eficiencia algunos autores como Robbins y Coulter (2010), consiste en “obtener los mejores resultados posibles con la menor utilización de recursos, tanto humanos, materiales y financieros”. En otras palabras, la eficiencia significa hacer una tarea correctamente y se refiere a la relación que existe entre los insumos y los productos.

Según Aristóteles, la equidad es la justicia aplicada al caso concreto. Él sostiene que muchas veces la rigurosa aplicación de una norma a los casos que regula puede producir efectos injustos. En su obra “Ética a Nicómaco”, Aristóteles explica que lo equitativo es justo, pero no justo según la ley, sino como una corrección de la justicia legal. La razón de ello estriba en que toda ley es universal

y sin embargo hay algunas cosas respecto de las cuales no se puede formular un juicio universal que sea resulte correcto

Conclusiones

La eficiencia y la equidad son dos conceptos importantes en la toma de decisiones y en la evaluación de políticas y acciones. La eficiencia se refiere a la utilización óptima de los recursos para lograr los mejores resultados posibles. Por otro lado, la equidad se refiere a la justicia en la distribución de recursos y oportunidades.

En el contexto de la toma de decisiones, es importante tener en cuenta tanto la eficiencia como la equidad. Una política o acción puede ser eficiente en términos de lograr los mejores resultados con los recursos disponibles, pero puede no ser equitativa en términos de distribución de beneficios y costos. Por ejemplo, una política que aumente la producción y el crecimiento económico puede ser eficiente, pero si los beneficios se concentran en un pequeño grupo de personas mientras que los costos son soportados por una mayoría, entonces no sería equitativa.

Por lo tanto, es importante buscar un equilibrio entre eficiencia y equidad al tomar decisiones y evaluar políticas y acciones. Esto implica considerar no solo los resultados en términos de eficiencia, sino también cómo estos resultados se distribuyen entre diferentes grupos y cómo afectan a diferentes personas. Al hacerlo, se pueden tomar decisiones más justas e informadas que promuevan tanto el bienestar general como la justicia social.

En resumen, tanto la eficiencia como la equidad son conceptos importantes que deben tenerse en cuenta al tomar decisiones y evaluar políticas y acciones. Al buscar un equilibrio entre ambos, se pueden tomar decisiones más justas e informadas que promuevan el bienestar general y la justicia social.

Referencias

CEPAL. (2020). **Equidad, desarrollo y ciudadanía**. México

García, M. (2019). **Eficiencia vs. equidad: ¿paradigma de la economía?** elDiario.es. Recuperado de 05 de octubre de 2019 en: https://www.eldiario.es/murcia/murcia-y-aparte/eficiencia-vs-equidad-paradigma-economia_132_1326081.html

García, E. y Serrano, C. (2003). **Competitividad y eficiencia**. Estudios de economía aplicada. España. Asociación Internacional de Economía.

Mokate, K. (2001). **Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿Qué queremos decir?** Documento de Trabajo. Washington. Banco Interamericano de Desarrollo.

Olvera, J. y Arellano, D. (2014). **El concepto de equidades y sus contradicciones: la política social mexicana**. Revista mexicana de sociología. Mexico: Circuito de la investigación en humanidades.

Quiroa, M. (2022). **Equidad y eficiencia**. Economipedia. Recuperado 12 de diciembre de 2022 en: <https://economipedia.com/definiciones/equidad-y-eficiencia.html>

SICMA21. (2021). **Qué es la eficiencia de la producción y cómo se alcanza**. SICMA21. Recuperado 16 de noviembre de 2021 en: <https://www.sicma21.com/que-es-la-eficiencia-de-la-produccion/>



«Si no te gusta algo, cámbialo. Si no puedes cambiarlo, cambia tu actitud»

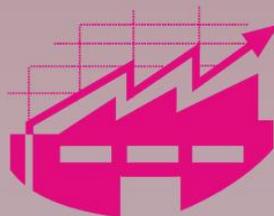
Maya Angelou



UNIVERSIDAD
BICENTENARIA



ECOP



EADE



ECOS



**Fondo Editorial de la
Universidad Bicentenaria de
Aragua (FE-UBA)**