



Universidad Bicentenaria de Aragua
¡Una Universidad para la Creatividad!

UNIVERSIDAD
BICENTENARIA

InvestUBA

DIEP

Decanato de Investigación,
Extensión y Postgrado.

Volumen 6, No. 1, Año 2023

Revista del Postgrado de la Universidad Bicentenaria de Aragua

InvestUBA

Revista del Postgrado de la Universidad Bicentennial de Aragua

DIEP

Decanato de Investigación,
Extensión y Postgrado.

Volumen 6, No. 1, Año 2023 (enero - junio)



AUTORIDADES

Dr. Basilio Sánchez

Rector Presidente

Dr. Manuel Piñate

Vicerrector Académico

Dr. Gustavo Sánchez

Vicerrector Administrativo

Dra. Edilia Papa

Secretaria General

DECANATO DE INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y POSTGRADO

Dra. Milagro Ovalles

Decana

Abog. María Teresa Ramírez MSc.

Directora de Postgrado

Dra. Maite Marrero

Directora de Investigación

Dra. Yesenia Centeno

Coordinadora del Fondo Editorial

DIEP

Decanato de Investigación,
Extensión y Postgrado.



ISSN: 2739-0500

Depósito Legal: AR2021000099

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

Av. Santiago Mariño, cruce con Av. Universidad. Sector La providencia.
San Joaquín de Turmero, Estado Aragua, Venezuela

investuba@uba.edu.ve

InvestUBA

Revista del Postgrado de la Universidad Bicentennial de Aragua

DIEP
Decanato de Investigación,
Extensión y Postgrado.

Volumen 6, No. 1, Año 2023 (enero - junio)

© UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

Reservados todos los derechos conforme a la Ley

Comité Editorial

Dra. Crisálida Villegas (UBA, Venezuela)

Dr. Germán López (USC, Colombia)

Dr. Joaquín Vásquez (UABC, México)

Dr. Yordis Salcedo (UCV, Venezuela)

Dra. Luisa Aida García (UNESR, Venezuela)

Dra. Gabriela Barreto (UBA, Venezuela)

Dra. Adriana Miranda (UBA, Venezuela)



Dirección

Dra. Gabriela Barreto **UBA**

Editor

Dra. Mari Díaz **UC**

Diseño de Portada: Dr. Yordis Salcedo (UMBV, Venezuela)

Edición Electrónica: Dra. Yesenia Centeno



ISSN: 2739-0500 Depósito Legal: AR2021000099

UNIVERSIDAD BICENTENARIA DE ARAGUA

**Av. Santiago Mariño, cruce con Av. Universidad. Sector La providencia.
San Joaquín de Turmero, Estado Aragua, Venezuela**

investuba@uba.edu.ve

Índice		pp.
Editorial		<u>5</u>
1	Valuación de empresa en marcha. Estudio caso empresa hotelera Gilberto Moreno	<u>8</u>
2	La Gerencia Femenina: Un modelo innovador Anyela Díaz, Karen Macías	<u>26</u>
3	Rediseño organizacional como un medio de adaptación en el contexto de la post pandemia Vianka Rosquel, Alejandra Delgado	<u>37</u>
4	Gestión Tributaria para la Recuperación de los Créditos Fiscales del ISLR en Laboratorio Médico. Jealine Cordero Fermín	<u>51</u>
5	Aplicación inteligente para el departamento de atención al cliente en una empresa Juan Brito	<u>58</u>
6	Auditoría financiera del pasivo, de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría. caso de estudio: empresa química Mari Díaz, Francisco Acevedo	<u>73</u>
7	Aplicación inteligente para la gestión comercial empresarial Ezeylis Salazar	<u>86</u>
8	Cambio de paradigma en la atención del cliente externo, en el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional Nasser Álvarez	<u>97</u>
9	Facturación Electrónica En La Gestión Tributaria En Venezuela Alexis Rattia	<u>120</u>

EDITORIAL

Con gran pertinencia académica enmarcada en la cosmovisión, emerge distintas visiones de mística investigativa que conlleva a la profundidad epistémica, de esta manera se presenta la Revista InvestUBA en su nueva edición, con artículos donde convergen distintas visiones relacionales con el rediseño organizacional, gerencia, gestión tributaria, así como, la aplicación de la tecnología.

Para adentrarnos a la ruta para el abordaje de los artículos, contempla inicialmente la visión investigativa del autor **Gilberto Moreno** con su aporte titulado “Valuación de empresa en marcha. Estudio caso establecimiento hotelero”, que concluye que la valuación de empresa en marcha permite conocer el superbeneficio de valor, al comprar el valor contable con el valor del fondo de comercio.

En este mismo orden de ideas, para resaltar el empoderamiento femenino en el ámbito gerencial **Anyela Díaz y Karen Macías**, en su artículo “La Gerencia Femenina: Un modelo innovador”, presentan un análisis crítico de la conceptualización de los factores, que inciden directamente a las mujeres para poder desempeñarse en cargos gerenciales. Las autoras en sus reflexiones finales, destacan que la incorporación de las mujeres en cargos de dirección puede impactar positivamente en procesos que beneficien el concepto de la empresa e inciden en el cambio social, la igualdad de oportunidades en el entorno gerencial.



Continuando con este recorrido investigativo, el siguiente artículo “Rediseño organizacional como un medio de adaptación en el contexto de la post pandemina”, las autoras **Vianka Rosquel y Alejandra Delgado**, señalan que es importante en el contexto post pandemia definir una nueva estrategia que considere todos los cambios del entorno actual y la nueva realidad de la organización que llevará a considerar un rediseño de la misma, para mejorar el desempeño de la organización mediante la diferenciación competitiva.

Por su parte **Jealine Cordero Fermín**, elaboró el artículo “Gestión tributaria para la recuperación de los créditos fiscales del ISLR en laboratorio médico”, cuyo propósito es analizar la gestión tributaria para la recuperación de los créditos fiscales del ISLR en Laboratorio Especialistas Médicas Santa Rita II, C.A. La investigación permite resaltar la importancia económica de los procedimientos utilizados en la recuperación de los créditos fiscales.

Con el aporte titulado “Aplicación inteligente para el Departamento de Atención al Cliente en una empresa”, de la autoría de **Juan Brito**. Para lograr el objetivo de la investigación se llevó a cabo una minuciosa revisión bibliográfica contrastada con antecedentes que permitieron concluir que disponer de un chatbot en el departamento de atención al cliente de una empresa, es una solución muy eficiente, pues permite prestar un servicio de atención al cliente automatizado, lo que reduce el costo por servicio de la empresa.

En lo que respecta a la investigación realizada por **Mari Luz Díaz y Francisco Acevedo**, titulada: “Auditoría financiera del pasivo de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría. Caso de estudio: Empresa Química”, arrojó como resultado que existen debilidades en el sistema de control interno de los pasivos, se carece de firmas mancomunadas en los pagos de

las obligaciones, existe registro inoportuno de las obligaciones contraídas, se encontró inconsistencias en las cifras de los pasivos.

Siguiendo con los aportes académicos, **Ezeylis Salazar** en su artículo, titulado: “Aplicación Inteligente para la Gestión Comercial Empresarial”, se encuentra centrado en examinar los usos de la Inteligencia Artificial (IA) para el diseño de estrategia comerciales.

Posteriormente el investigador **Nasser Álvarez**, presenta “Cambio de paradigma en la atención del cliente externo, en el servicio Ecuatoriano de capacitación profesional”, resalta el efecto que ha tenido la aplicabilidad de la nueva de gestión pública en el nivel de satisfacción del cliente externo enmarcado en el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) en el Distrito Metropolitano de Quito Ecuador, por el periodo 2010 – 2014 y 2015-2019.

Por finalizar este recorrido de distintas visiones de investigaciones, **Alexis Rattia**, presenta su aporte titulado: “Facturación electrónica en la gestión tributaria en Venezuela”, donde considera que la implementación de la factura electrónica, es un instrumento clave para la modernización de la administraciones tributarias para combatir el fraude, facilitar el cumplimiento tributario.

En tal sentido, ante estos aportes académicos desarrollados con ahínco y dedicación, se refleja el compromiso de promover el espíritu investigativo, partiendo desde el compromiso y la responsabilidad de la Revista InvestUBA. En este volumen se pretende promover un espacio para el estímulo de la producción intelectual.

Dra. Gabriela Barreto

**VALUACIÓN DE EMPRESA EN MARCHA.
ESTUDIO CASO EMPRESA HOTELERA****GOING COMPANY VALUATION. CASE
STUDY HOTEL COMPANY**Gilberto Moreno¹**Resumen**

El propósito del artículo es valorar el Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A., adscrito al enfoque del paradigma de investigación positivista. La metodología fue de tipo de investigación aplicada, y según su adscripción epistémica cuantitativa, con una metódica documental. Los principales hallazgos determinaron: capital contable de 63 USD a diciembre 2022, falta de imagen fiel, sin corrección monetaria, activos de capital depreciados, descapitalización por efectos de la reconversión monetaria vigente. Las conclusiones y reflexiones más importantes revelan que: a) La tasa de descuento alcanzó el 64.13%; b) El valor del fondo de comercio es de 8.410 USD; c) El valor residual 1.496 USD; d) el valor total de la empresa alcanzó 9.906 USD. El aporte del investigador destaca que es inexorable la valuación de empresa para crear valor, y medir la gestión de accionistas, y finalmente la empresa valuada generó un superbeneficio de 8.347 USD.

Palabras clave: Empresa, hotel, valuación.**Abstract**

The purpose of the article is "Valuing the Hotel y TascaChaguaramal, C.A.", ascribed to the positivist research paradigm approach. The methodology was: applied research type, and according to its quantitative epistemic ascription, with a documentary method. The main findings determined: stockholders' equity of 63 USD as of December 2022, lack of true and fair view, no price-level restatement, depreciated capital assets, decapitalization due to the effects of the current monetary reconversion. The most important conclusions and reflections reveal that: a) The discount rate reached 64.13%; b) The goodwill value is 8,410 USD; c) The residual value is 1,496 USD; d) The total value of the company reached 9,906 USD. The researcher's contribution highlights that it is inexorable the company valuation to create value, and measure the shareholders' management, and finally the valued company generated a super profit of 8,347 USD.

Keywords: Company, hotel, Valuation.**Introducción**

Una firma personal, o industria mira el valor de su negocio por el monto de sus bienes, es decir cuantifica sus activos por el valor de la contabilidad a una fecha determinada, por ejemplo, a cuánto ascendió su inventario, las facturas por cobrar, el dinero depositado en cuentas bancarias, el saldo de

¹Candidato a Doctor en Ciencias Administrativas Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez (Venezuela); Magíster Scientiarum en Ciencias Administrativas Mención Finanzas Universidad de Oriente (Venezuela); Licenciado en Contaduría Pública Universidad Nacional Experimental de Guayana (Venezuela), Docente Universitario Categoría Agregado en la Universidad Nacional Experimental de Guayana. <https://orcid.org/0000-0003-3898-1628>, gilberthmoreno@gmail.com.

la caja principal, el importe de sus propiedades de inversión y propiedad, planta y equipo, menos el importe de sus pasivos. La contabilidad es histórica y no genera indicador de valor ni de productividad, solo es un sistema de información que muestra activos, pasivo y patrimonio a su valor razonable, que luego es utilizada para tomar decisiones económicas.

Rapp (2023) indicó que, “no se puede saber a partir de las cifras de la contabilidad tradicional únicamente si los gerentes de la empresa tuvieron principalmente éxito o un desempeño deficiente” (p.s/n). Y Kruschwitz(2006) afirma, “se utiliza el cambio en el valor de la empresa para tratar de determinar exactamente esto” (p. vii). Es por ello, por lo que tal afirmación contextualiza que la contabilidad financiera no mide el desempeño empresarial, solo muestra la situación financiera, el rendimiento y el flujo de caja, más sin embargo la valuación de empresas si determina la creación de valor de la empresa y el desempeño de los directores.

La valuación de empresas, en Venezuela es desarrollada por Contadores Públicos, Actuarios, Ingenieros, Arquitectos y Afines, entre otros, certificados como valuador profesional por las sociedades establecidas en el país. La valoración de empresas se utiliza para conocer el valor intrínseco de las acciones, y así perfeccionar transacciones para: venta, compra, gestión de los accionistas y directores, fusión, combinación de negocios, y disolución de sociedades mercantiles y organizaciones hoteleras.

A nivel mundial, se utilizan las International Valuation Standards por sus siglas en inglés IVS, y significa Normas Internacionales de Valuación NIV en su versión 2022, emitidas por el International Valuation Standards Council por sus siglas en inglés IVSC, y traducidas se refiere al Consejo de Normas Internacionales de Valuación.

Las IVS tienen un apartado denominado Norma Internacional de Valuación 200 (IVS 200) “Negocios e Intereses Comercial” (IVS, 2021, p. 55), informando que existen tres (03)

enfoques: Mercado, Ingresos y Costos, para valorar empresas e intereses comerciales. Según el IVS, “el enfoque de ingresos se utiliza en la valoración de negocios e intereses comerciales, ya que estos activos a menudo cumplen con los criterios de la IVS 105, párrafos 40.2 – 40.3” (IVS, 2021, p. 41). Estos criterios se refieren a la capacidad de producir ingresos del activo, y disposición de proyecciones razonables de ingresos futuros, así como el uso de métodos con descuento de flujos de caja futuros. Es decir, si la empresa es capaz de generar beneficios económicos en los años futuros es considerada como un negocio en funcionamiento.

Los valuadores venezolanos, no escapa a esa realidad de valorar empresas por el método de flujo de caja descontado determinístico, por cuanto la Sociedad Venezolana de Ingeniería de Tasación SOITAVE, emitió las Normas Venezolanas de Valuación NVV SOITAVE 2022 basada en las

Normas Internacionales de Valuación de la IVSC.

El interés como investigador sobre el contexto científico de la valoración de empresas se basa en el hecho de que inexorablemente se puede hacer una transacción empresarial si se desconoce el valor intrínseco de las acciones. Conocido que las entidades empresariales utilizan la contabilidad histórica para fines tributarios y de operaciones de compra – venta, omitiendo la creación de valor y la medición del rendimiento de los gerentes, se hace inminentemente necesario realizar este artículo que permita crear un esquema de investigación de valoración de una empresa hotelera para conocer la gestión de la gerencia.

El presente artículo tiene como objetivo valorar un establecimiento hotelero, al 31/12/2022. Para lograr el objetivo general es necesario cumplir con los objetivos específicos: 1) Conocer la información institucional del Hotel y Tasca Chaguaramal

al 31/12/2022; 2) Analizar la situación financiera y el rendimiento del Hotel y Tasca Chaguaramal al 31/12/2022; 3) Calcular la Tasa de Descuento del Hotel y Tasca Chaguaramal al 31/12/2022; 4) Proyectar el Flujo de Caja Libre del Hotel y Tasca Chaguaramal al 31/12/2022; 5) Valorar el Hotel y Tasca Chaguaramal, por el método de flujo de caja descontado al 31/12/2022.

Revisión teórica

Las teorías de soporte de la presente investigación se enmarcan en el valor razonable de una empresa y las normas de tasación; y el flujo de caja libre. El volumen 2, de la obra Cronología de las Finanzas de Fornero (2007), dice “en el año 1920 el departamento del tesoro de Estados Unidos EEUU dictó el Appeals and Review Memorando Number 34, ARM 34, con fórmulas para calcular el Goodwill o plusvalía con interés de tributos en materia de venta y donaciones” (p. 84). El Memorando de apelaciones y de revisión número 34 fue la primera aproximación al método de ganancia

en exceso con base a la determinación del valor razonable de una empresa.

La teoría fue evolucionando, y en 1981 Shannon Pratt contextualiza “la noción del Valor Razonable de una Empresa y las Normas para la Tasación” (p. 84). Publica el libro Valuing a Business, cuya traducción es Valorar una Empresa. Esta teoría incorpora en el presente artículo las normas básicas de determinación del valor razonable de una empresa en marcha, considerando el horizonte temporal, la tasa de descuento, y el flujo de caja libre futuro.

En el volumen 4, de la obra Cronología de las Finanzas de Fornero (2007), contextualiza que “en 1974 Joel Stern plantea la noción del Free Cash Flow, que significa en español Flujo de Caja Libre. Posteriormente en 1975 publica el libro Measuring Corporate Performance, cuya traducción es Medición del Desempeño Corporativo.

La obra de Stern de 1974 denominada flujo de caja libre añade en el presente artículo el requerimiento de conocer la diferencia entre

ganancia neta y flujo de caja libre. Siendo el primer término una métrica contable que resume ingresos y egresos, y la segunda efectivo disponible para cumplir con pagos de dividendos para accionistas comunes y reinversión.

El Diccionario de la real Academia Española DRAE, informa que valoración es acción y efecto de valorar, y el verbo valorar significa como verbo transitivo “señalar el precio de algo”. Y valorizar aumentar el valor de algo (DRAE, 2023, p. s/n). En el contexto de este artículo el término valuación y valoración son sinónimos y se refiere a la cuantificación del valor de la empresa como negocio en marcha.

Una empresa es una organización formal que produce bienes y/o servicios y que satisface las necesidades de consumidores y usuarios de los servicios, son gubernamentales, privadas o mixtas, y pueden ser industriales, comerciales, y de servicios. El director financiero o administrador de la empresa al final del cierre

económico genera informes de gestión que incluye el análisis de razones financieras.

Economipedia (2023) establece que “las razones financieras, son cocientes que permiten comparar la situación financiera de la empresa con valores óptimos o promedios del sector” (p. s/n). A las razones financieras, además de ratios financieros, se les suele denominar indicadores financieros, y son proporciones entre partidas contables, es decir un cociente, con al menos dos (02) partidas o métricas financieras.

Por ejemplo, la relación que existe entre el ingreso por actividades ordinarias y la ganancia del año. Existen diversas razones financieras que utiliza el analista financiero para hacer diagnósticos en empresas, a efectos de este artículo indexado se utilizarán las más relevantes: liquidez, deuda, razón margen de ganancia operativa, razón ganancia sobre el patrimonio, razón ganancia sobre activos, tarifa promedio, tarifa promedio por huésped, tarifa por cuarto disponible, costo por cuarto, y costo por huésped.

El modelo CAPM (siglas de Capital Asset Pricing Model, que podemos traducir por modelo de fijación de precios de activos de capital) “es un modelo de valoración de activos financieros que permite calcular la tasa de retorno de un activo financiero en función del riesgo asumido” (<https://www.unir.net/empresa/revista/modelo-capm/>). La tasa de descuento que se utiliza el método de descuento de flujo de caja se constituye por la tasa libre de riesgo y el premio por riesgo.

$$K_e = R_f + (R_m - R_f) \cdot (1 + \beta)$$

Donde:

Ke: Rendimiento esperado (costo recursos propios) CAPM

B: Beta (desapalancada), página web ASWATH DAMODARAN

R_f: Rendimiento fuera de riesgo (tasa libre de riesgo t_{lr}), Bonos venezolanos

R_m: Rendimiento de mercado (tasa atractiva t_a), tasa de interés anuales y nominales promedio 6 principales bancos universales.

El flujo de caja proyectado permite el pronóstico de ingresos y egresos devengados, tomando como base los planes

de la gerencia en la elaboración de los supuestos que incluyen el pronóstico de precio, unidades vendidas, costos, gastos, e inversiones en activos de capital.

En el estado del arte de la valoración empresarial hablar de métodos es muy denso, para efectos de este artículo puntualizamos la postura del IVS en torno a que afirma “existen tres (03) enfoques y diversos métodos de valuación” (IVS, 2021, p. 60). Los enfoques son Comparación, Ingresos y Costos. Para efectos de la valuación de empresas en estándar recomienda el enfoque de ingresos, y el método de flujo de caja descontado FCD.

El estándar del IVS, explica que “bajo el método de FDC el flujo de efectivo proyectado se descontará a la fecha de valuación, dando por resultado el valor presente del activo (IVS, 2021, p. 50). Los activos catalogados como empresas suelen tener una vida finita larga, es por ello por lo que el FCD contiene un valor terminal, y representa el valor residual al final del

horizonte temporal explícito proyectado. La ecuación es la siguiente:

$$VE(FCD) = \sum_1^n \frac{F_{n_n}}{(1+w)^n} + \frac{VT}{(1+w)^{n+1}}$$

Donde:

F_{n_n} , es el flujo de caja libre proyectado en el horizonte temporal

n , es el horizonte temporal, se suele utilizar de 5 a 10 años.

VT , es el valor terminal de la empresa

w , es la tasa de descuento, se suele utilizar el Ke cuando las empresas poseen poco endeudamiento.

Metodología

Según su forma, es una investigación aplicada, Fontaines (2012), afirma que “son de mucha utilidad en el seno de las ciencias sociales, agroecológicas, económicas, entre otras, las cuales requieren de aportes multidisciplinarios” (p. 126). La Sociedad de Ingeniería de tasación SOITAVE contextualiza que “los valuadores al momento de hacer una valoración de una entidad empresarial debe considerar que con frecuencia esta valoración tiene dependencia en información recibida de la administración,

representantes de la administración u otros expertos” (NVV, 2022, p.152).

De acuerdo con ambas citas, dado que el presente artículo incluye la valuación de un establecimiento hotelero, llevado a cabo por contadores públicos, ingenieros, licenciados en hotelería, economistas, y actuarios entre otros, y es un estudio adscrito a las ciencias económicas. Según su adscripción epistémica es cuantitativa, ya que requiere utilizar cálculos financieros al conjunto completo de estados financieros; y según su metódica es descriptiva, por cuanto conlleva una revisión y tabulación detallada en las evidencias recopiladas. Por ejemplo: estados financieros, acta constitutiva, declaración de rentas, libro de huéspedes, entre otros.

El nivel de investigación es descriptivo por lo que se estudió el registro contable e histórico de acuerdo a su contexto y realidad. La modalidad de investigación es documental, incluye la recolección de datos o métricas financieras, a través de documentos financieros, tales como: juego completo de

estados financieros. El diseño de investigación es no experimental seccional explicativo. “Se parte de la premisa de que las variables pueden ser observadas en su medio natural” (2012, p. 135). El medio natural seleccionado fue el establecimiento hotelero, el departamento de administración proporcionó los documentos legales, tributarios, administrativos y contables.

La investigación se realizó bajo el enfoque y paradigma positivista, y adscripción epistémica cuantitativa y de índole documental, el instrumento que se utilizó fue una guía de análisis de documentos, analizando archivos de la empresa tales como: planes de la gerencia, acta constitutiva original, y junta directiva vigentes, declaración de rentas y estados financieros ejercicios terminados 2020 al 2022. El procedimiento fue procesado con la: a) tabulación de los estados financiero en Excel de la suite ofimática Office 365, b) calcular las razones financieras tradicionales y propias del negocio hotelero elaborada en gráficos de columna

agrupada, barras 3D agrupadas, embudo, línea, y columna agrupada 3D, c) supuestos de acuerdo a los planes de la gerencia, d) proyección del estado de resultado y el estado de resultado integral con u horizonte temporal de 6 años, e) elaboración del flujo de caja proyectado, f) determinación de la tasa de descuento, g) calcular la valoración del fondo de comercio y valor residual, y h) determinación del valor total de la empresa. Los resultados finales y aportes del investigador se lograron con la comparación del valor de la empresa (fondo de comercio) y el valor contable obteniendo un superbeneficio.

Resultados y Discusión

El gráfico 01 de columna agrupada, muestra información de las razones de liquidez: corriente y ácida, en el ejercicio en el que se informó año 2022. Elaborada por el investigador con información suministrada por el gobierno corporativo del Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Razones Financieras Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

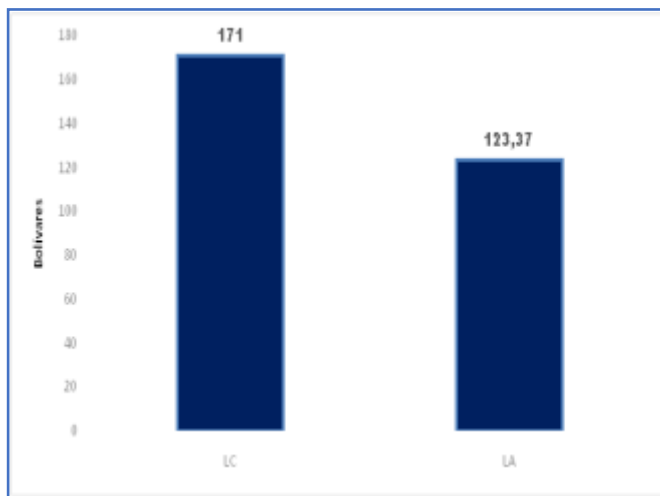


Gráfico 01. . Líquidez corriente y ácida Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Fuente: El autor (2023)

En el ejercicio fiscal 2022, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., poseía 171 Bs., para responder por cada bolívar de deuda a corto plazo representada por acreedores comerciales, considerándose excelente. En ese mismo año la liquidez ácida alcanzó los 123,37 Bs. por cada dólar de pasivo corriente adeudado, sin considerar los inventarios y cuentas por cobrar.

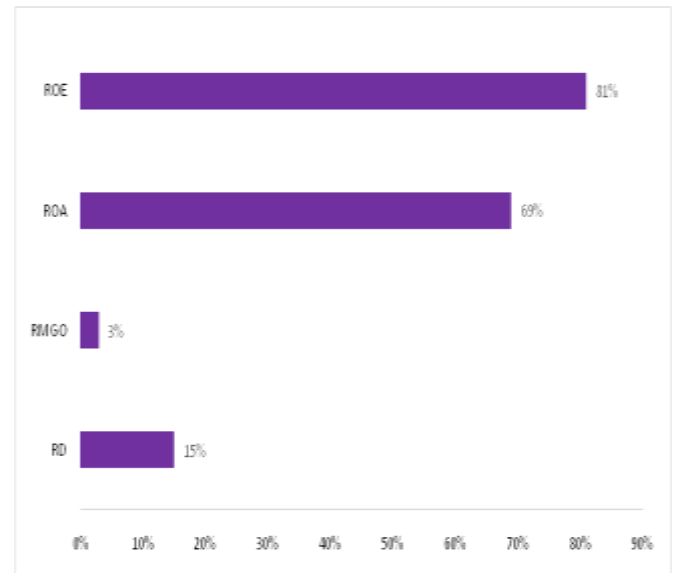


Gráfico 02. Razones de deuda y rentabilidad Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Fuente: El autor (2023)

El gráfico 02 de barras 3D agrupada, muestra información de las razones de ROE, ROA, RMGO, y RD, en el ejercicio en el que se informó año 2022. Elaborada por el investigador con información suministrada por el gobierno corporativo del Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

En el ejercicio económico 2020, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., reportó 15% de endeudamiento, indicando que no contrajo deudas relevantes en ese período.

En el ejercicio económico 2020, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., obtuvo un: 3 % de ganancia en operaciones, posterior a cancelar los compromisos de costo del servicio, gastos de administración, y gastos generales.

En el ejercicio económico 2022, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., reportó que: 1. ROA; por cada 100 Bs., de activos. La empresa generó 69 Bs., de ganancia neta. ROE; por cada 100 Bs., de capital contable. La empresa generó 81 Bs., de ganancia neta.

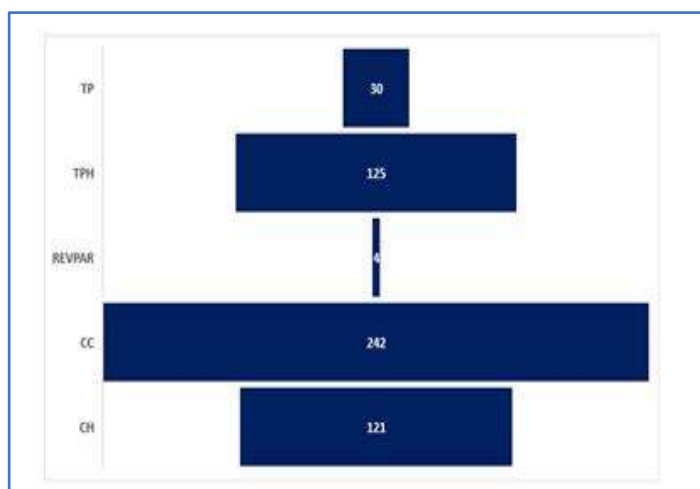


Gráfico 03. Razones del negocio hotelero Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Fuente: El autor (2023)

El gráfico 03 de embudo, muestra información de las razones propias del negocio hotelero, en el ejercicio en el que se informó año 2022. Elaborada por el investigador con información suministrada por el gobierno corporativo del Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

De acuerdo a la información (no auditada) que suministró el representante del gobierno corporativo en el ejercicio económico 2022, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., reconoció ingresos producto de alquiler de habitaciones por el orden de los 33.075,68 Bs., y rentó 132 cuartos en promedio, determinando una tarifa promedio de 251 Bs. por cada cuarto que rentó. Resultando deficiente de acuerdo a los precios promedios de mercado.

Según la información (no auditada) recopilada del representante del gobierno corporativo en el ejercicio económico 2022, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., contabilizó ingresos producto de alquiler de habitaciones por el orden de los 33.075,68 Bs., y se registraron 264 huéspedes en promedio,

determinando una tarifa promedio por huésped de 125 Bs. Resultando deficiente de acuerdo a los precios promedios de mercado por ingreso por huésped.

Según la información contable y operacional suministrada por el representante del gobierno corporativo en el ejercicio económico 2022, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., reconoció ingresos producto de alquiler de habitaciones por el orden de los 33.075,68 Bs., y quedaron sin rentar 8.508 habitaciones en promedio, determinando un REVPAR 4 Bs./Cuarto disponible. Resultando deficiente de acuerdo a las estructuras operativas de mercado hotelero.

De acuerdo a la información que suministró el representante del gobierno corporativo en el ejercicio económico 2022, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., contabilizó costos y gastos operacionales producto del giro del negocio por 31.997,46 Bs., y rentó 132 cuartos en promedio, determinando un costo y gasto promedio de 242 Bs. por cada cuarto

que rentó. Resultando deficiente de acuerdo a los costos y gastos promedios de mercado.

De acuerdo con la información recopilada del representante del gobierno corporativo en el ejercicio económico 2022, el Hotel y Tasca Chaguaramal C.A., contabilizó costos y gastos operacionales por 31.997,46 Bs., y se registraron 264 huéspedes en promedio, determinando un costo y gasto por huésped promedio de 121 Bs. Resultando deficiente de acuerdo a los precios promedios de mercado por costos y gasto por huésped.

Tasa de descuento Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

$$K_e = R_f + (R_m - R_f) \cdot (1 + \beta)$$

$$K_e = 0,07 + (0,36 - 0,07) \cdot (1 + 0,97)$$

$$K_e = 0,6413$$

La tasa de descuento del Hotel y Tasca Chaguaramal es de 0,6413, o 64,13%, y se utilizará para descontar los flujos de caja libre futuros.

Flujo de Caja Libre Proyectado Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Para proyectar los flujos de caja libre, es necesario construir hechos reales, y supuesto en función de: planes de la gerencia, capacidad de habitaciones, equipamiento, y demanda de habitaciones. Los supuestos considerados en el presente artículo se resumen:

0. Tasa de cambio al 31/12/2022, del BCV 17,489 Bs./USD.

1. Horizonte temporal, es de 6 años.
2. Ingresos proyectados

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Precio USD	30	32	35	37	40	45
Hab alquiladas al año	642	894	1.004	1.192	1.490	1.646
Total, Ingreso USD	19.246	28.616	35.154	44.116	59.616	74.066

3. Costos del servicio un 20% de los ingresos

4. Gastos de administración: administrativos y generales 5% y 3% interanual a partir del año base

respectivamente; depreciaciones (mobiliario y equipos planes de la gerencia); publicidad 2% año 1 y 2, 3% año 3, 4% año 4, 5% año 5, y 6% año 6 del ingreso; gasto de alquiler 500 USD/mes año 1, con incremento de 100 USD a partir del año 2 hasta el 6.

5. Costo financiero, préstamo bancario (planes de la gerencia).

6. Impuesto a las ganancias 34%, ley de impuesto sobre la renta.

7. Dividendos 5% de las ganancias netas (planes de la gerencia).

8. Mobiliario y equipos (planes de la gerencia), por un importe de 40.000 USD.

9. Depreciación mobiliario y equipos, lineal, con una vida útil de 10 años.

10. Obligaciones bancarias, préstamo bancario con Banesco por 40.000 USD, a una tasa del 6% ACM, plazo de 5 años y el primer año de gracia.

Tabla 1. Pronostico Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

	Pronóstico (USD)					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Garancia operacional	3.962	9.942	13.389	18.521	28.311	37.023
Depreciaciones y deterioro	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Flujo EBITDA	7.962	13.942	17.389	22.521	32.311	41.023
Capital de trabajo	-	-	-	-	-	-
Flujo de caja operativo	7.962	13.942	17.389	22.521	32.311	41.023
Impuesto a las ganancias	1.347	2.583	3.913	5.825	9.331	12.482
Inversión PP&E	40.000	-	-	-	-	-
Adquisición préstamo	40.000	-	-	-	-	-
Costo financiero	-	2.344	1.881	1.389	867	313
Amortización	-	7.508	7.971	8.463	8.985	9.539
Flujo de caja libre	6.615	1.507	3.624	6.844	13.128	18.690

Fuente: El autor (2023)

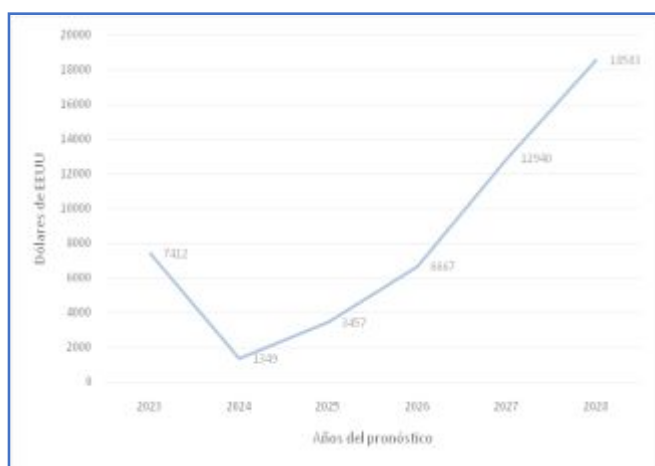


Gráfico 04. Flujo de caja proyectado Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Fuente: El autor (2023)

El gráfico 04 de línea, muestra información de la serie del flujo de caja pronosticado para seis (06) años, en el ejercicio en el que se informó año 2022. Elaborada por el investigador con información suministrada por el gobierno corporativo del Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Luego de determinar el flujo de caja proyectados con los supuestos de la sección precedente se evidenció que el flujo de caja proyectado es irregular dado que el primer año se consideró un préstamo bancario a 5 años con un período de gracia del primer año. La evolución del flujo de caja es consistente a las proyecciones: en el primer año alcanzó los 7412 USD, el segundo año disminuyó a 1349 USD, en el tercer año creció a 3457 USD, el cuarto año reportó 6667 USD, mientras que en el quinto y sexto año reportó 12940 y 18583 USD respectivamente.

Valuación del Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

$$VE(FCD) = \sum_{1}^n \frac{Fn_n}{(1+WACC)^n} + \frac{VT}{(1+WACC)^{n+1}}$$

Cálculo del valor del fondo de comercio

$$VE(\text{fondo de comercio } fc) = \sum_{k=1}^n \frac{Fn_n}{(1+w)^n}$$

$$VE(fc) = \frac{6615}{(1+0,6413)^1} + \frac{1507}{(1+0,6413)^2} + \frac{3624}{(1+0,6413)^3} + \frac{6844}{(1+0,6413)^4} + \frac{13128}{(1+0,6413)^5} + \frac{18690}{(1+0,6413)^6}$$

$$VE(fc) = 4030 + 559 + 820 + 943 + 1102 + 956$$

$$VE(fc) = 8.410$$

El valor de la empresa de acuerdo a su fondo de comercio es de 8.410 USD.

Cálculo del valor residual

$$VE(VT) = \frac{VT}{(1+w)^{n+1}}$$

$$g = \left(\frac{v_n}{v_1}\right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

Fn_6 , flujo de caja libre proyectado año 6, V_n ; ventas netas año 6, y V_1 ventas netas año 1 de la proyección financiera.

$$g = \left(\frac{74.066,40}{19.245,60}\right)^{\frac{1}{6}} - 1$$

$$g = 0.2518$$

El gradiente g, es de 25,18%

$$VT = \frac{Fn_6}{w - g}$$

$$VT = \frac{18.690}{0,6413 - 0,2518}$$

$$VT = 47.988$$

$$VE(VT) = \frac{VT}{(1+w)^{n+1}}$$

$$VE(VT) = \frac{47.988T}{(1+0,6413)^{6+1}}$$

El valor residual de la empresa es de 1.496 USD.

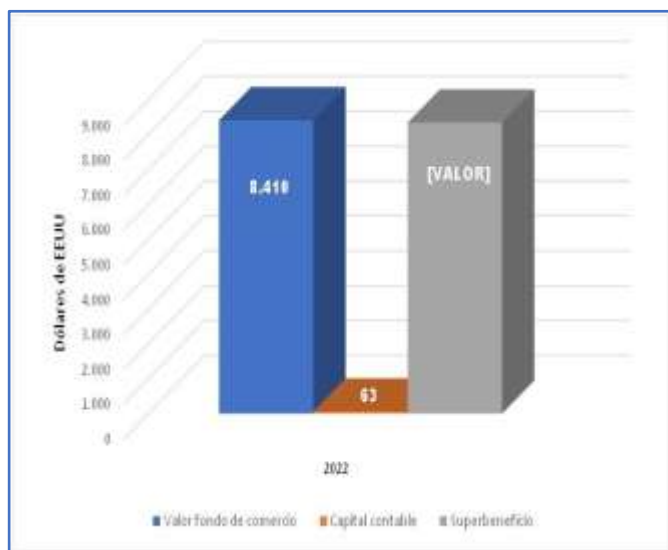


Gráfico 05. Superbeneficio Valuación Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

Fuente: El autor (2023)

El gráfico 05 de columna agrupada 3D, muestra información del valor del fondo de comercio, capital contable y superbeneficio, en el ejercicio en el que se informó año 2022. Elaborada por el investigador con información suministrada por el gobierno corporativo del Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A.

El valor total del Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A. al 31/12/2022 es de 9.906 USD. Y como aporte agregado del investigador se tiene que, al comparar el valor

de la empresa con el capital contable de 63 USD, se tiene un superbeneficio de 8.347 USD.

Conclusiones

El Hotel y Tasca Chaguaramal, C.A., es un establecimiento hotelero ubicado en el Municipio Independencia (antes Soledad) del estado Anzoátegui, y su objeto es el alquiler de habitaciones confortables.

Las razones financieras tradicionales mostraron: Liquidez corriente excelente de 171 Bs., por cada bolívar de deuda corriente; un endeudamiento de 15 puntos porcentuales, una ganancia operativa muy deficiente de 3% sobre las ventas. La razón de ganancia sobre activos determinó la generación de 60 Bs por cada 100 Bs., de activos productivos; y 81 Bs. por cada 100 Bs. de capital contable.

Las razones propias del negocio hotelero determinaron que: la tarifa promedio fue de 30 Bs., por cuarto al año; la tarifa por huésped ascendió a 125 Bs., al año; la tarifa

por cuarto disponible alcanzó los 4 Bs., al año; el costo por cuarto fue de 242 Bs., al año; y el costo por huésped se posicionó en 121 Bs., al año.

En el desarrollo del presente artículo, con base a la empresa objeto de estudio se encontró el siguiente hallazgo: a) preparación de estados financieros para efectos tributarios y para conocer si obtuvo ganancia o pérdidas contables; b) los estados financieros no muestran la imagen fiel de lo que acontece en la realidad, si los mobiliarios y equipos (camas, aire acondicionado, televisión, y enseres de las habitaciones) están operativos, la contabilidad señala una depreciación completa; y c) empresa descapitalizada por efectos de la reconversión monetaria. Es por ello por lo que, en mi posición como investigador, recomendó como valor agregado valuar la empresa en referencia para determinar la creación de valor y la gestión de los directores.

En el proceso de valuación de empresa como negocio en marcha, se proyectó la información financiera de acuerdo a los supuestos enmarcado en los planes de la gerencia: el entorno; la demanda de habitaciones al año; solicitud de préstamo bancario a 5 años, tasa 6% anual, y un período de gracia de un año; campaña de mercadeo; y la capacidad de habitaciones disponibles. Determinando un flujo de caja libre proyectado de: 6.615 USD año 1, 1.507 USD año 2, 3.624 USD año 3, 6.844 USD año 4, 13.128 USD año 5, y 18.690 USD año 6. La tasa de descuento se calculó en 64,13%.

Luego de descontar los flujos de caja libre futuros se determinó que: a) el valor del fondo de comercio es de 8.410 USD, el valor residual arrojó 1.496 USD, Para un valor total de 9.906 USD. La valuación de empresa en marcha permite conocer el superbeneficio de valor, al comprar el valor contable con el valor del fondo de comercio.

El aporte del investigador determinó si el propietario del establecimiento desea vender su empresa el valor contable al 31/12/2022 lo haría por 63 USD de acuerdo a la tasa de cambio oficial del Banco Central de Venezuela de 17,489 Bs./USD, mientras que el valor de la empresa de acuerdo al fondo de comercio fue de 8.410 USD. El superbeneficio determinístico producto de la valuación de empresa fue de 8.347 USD, importe que perdería el responsable del gobierno corporativo si perfecciona la transacción, y el valor intrínseco de las acciones ascendió a 0,99 USD/acción. Queda abierto la posibilidad de que esta investigación de valuación determinística de empresas de un hotel sea el punto de partida para futuras investigaciones estocásticas que determinen el riesgo y la incertidumbre en los flujos de caja.

Referencias

DRAE (2023). <https://dle.rae.es/>. Obtenido de Diccionario de la lengua española:

valoración:

<https://dle.rae.es/valoraci%C3%B3n?m=form>

Economipedia. (06 de 02 de 2023).

<https://economipedia.com/>. Obtenido de Economipedia: Definición de Ratios Financieros:

<https://economipedia.com/definiciones/ratios-financieros.html>

Fontaines, T. (2012). *Metodología de la Investigación. Pasos para realizar el proyecto de investigación* (1 ed.). Caracas - Venezuela: Júpiter editores, C.A.

Fornero, R. (15 de 01 de 2023). <https://www.economicas.unsa.edu.ar/>.

Obtenido de Cronología Fotográfica de las Finanzas. Volumen 2, De 1901-1950: https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinanciamiento/informacion_general/cronologia_finanzas/

Fornero, R. (15 de 01 de 2023). <https://www.economicas.unsa.edu.ar/>.

Obtenido de Cronología Fotográfica de las Finanzas. Volumen 4. De 1970 a 1980:

- https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/cronologia_finanzas/index.
- IVS. (2022). *International Valuation Standards (IVS)*. London - United Kingdom: International Valuation Standards Council.
- Kruschwitz. (2006). *Discounted Cash Flow. A Theory of the Valuation of Firms*. Chichester - England: Jhon Wiley & Sons, Ltd.
- Pratt, S. (1981). *Valuing a Business. The Analysis and Appraisal of closely held Companies* (Second ed.). México DF: Business One Irwin Hmewood.
- Rapp, M. (04 de 02 de 2023). *Leipzig Graduate School of Management*. Obtenido de 'Arbitragefreie Bewertung von Investitionsprojekten: Ein Brückenschlag zwischen No-Arbitrage-Theorie und DCF-Verfahren mittels stochastischer Diskontierungssätze'. Discussion Paper: Available at www.ssrn.com (paper ID 520962, in German).
- SOITAVE. (2022). *Normas Venezolanas de Valuación - NVV SOITAVE - 2022*. Caracas - Venezuela: Fundación Juan José Aguerrevere.
- Unir. (12 de 05 de 2023). <https://www.unir.net/empresa/revista/modelo-capm/>. Obtenido de La Universidad en Internet. Artículo: El modelo CAPM: ¿Cómo calcular la tasa de retorno de un activo financiero?: <https://www.unir.net/empresa/revista/modelo-capm/>



El único presupuesto bueno es el presupuesto equilibrado.

(Adam Smith)

LA GERENCIA FEMENINA: UN MODELO INNOVADOR

Anyela Díaz²
 Karen Macías³

Resumen

Los factores que intervienen a las mujeres para desenvolverse o no en cargos de posiciones de poder, son un conjunto de hechos de carácter social, que se evidencian desde la perspectiva de género, afectando las relaciones y correlación entre sus actores principales (trabajadores, patrono, sociedad) y el equilibrio de los sistemas económicos en los que interactúan. En este contexto, el presente artículo tuvo como fin realizar un análisis crítico de la conceptualización de los factores, que inciden directamente a las mujeres para poder desempeñarse en cargos gerenciales, así como las barreras que impiden su desarrollo dentro de las organizaciones y conocer el perfil del liderazgo femenino. Metodológicamente la investigación se llevó a cabo a través del método inductivo, aplicando como técnica la recaudación de informaciones documentales. Del estudio se deriva, que el desarrollo positivo para establecer la igualdad de oportunidades y de género en el ámbito laboral, depende de estrategias impulsadas desde la organización es para el funcionamiento de las relaciones de trabajo en cualquier sociedad entre empresas y trabajadores, cuya retribución permita su común satisfacción.

²Candidata al Magister en Administración de Empresas Mención Finanzas (Universidad de Carabobo, Venezuela) Campus La Morita. Economista, egresada de la Universidad de Los Andes, diazanyela436@gmail.com.

³Candidata al Magister en Administración de Empresas Mención Finanzas (Universidad de Carabobo, Venezuela). Licenciada en Contaduría Pública egresada de la Universidad de Carabobo (U.C) La Morita, Venezuela. m59carol@gmail.com

Palabras clave: Enfoque de Género, Perspectiva de Género, Liderazgo Gerencial, Liderazgo Femenino.

FEMALE MANAGEMENT: AN INNOVATIVE MODEL

Abstract

The factors that intervene in women to function or not in positions of power, are a set of facts of a social nature, which are evidenced from the gender perspective, affecting the relationships and correlation between its main actors (Workers, employer, society) and the equilibrium of the economic systems in which they interact. In this context, the purpose of this article was to carry out a critical analysis of the conceptualization of the factors that directly affect women to be able to carry out managerial tasks, as well as the barriers that prevent their development within organizations and to know the profile of the female leadership. Methodologically, the research was carried out through the inductive method, applying the collection of documentary information as a technique. From the study it is derived that the positive development to establish equality of opportunities and gender in the workplace, depends on strategies promoted from the organization is for the functioning of labor relations in any society between companies and workers, whose remuneration allows their common satisfaction.

Keywords: Gender Approach, Gender Perspective, Managerial Leadership, Female Leadership.

Introducción

Actualmente se están presentando profundas transformaciones tanto sociales

como culturales por lo que la inclusión de las mujeres en el ámbito laboral se ha determinado de manera notoria, a consecuencia de que la mayoría de los cargos de impacto y estratégicos en los diferentes sectores económicos han sido desde sus inicios masculinos, ya que han estado marginadas en diferentes aspectos psico-sociales. Por lo que en las gerencias se enmarcan dentro de una tendencia radicalizada en un mercado masculinizado. Dentro de este orden de ideas, Doctora en Psicología Experimental de la Universidad de Harvard y profesora asociada de la Asociación de Educadores de Carolina del Norte (NCAE) Escuela de Negocios, Clancy (2013), indica:

Específicamente, se ha encontrado que las mujeres tienden a ser un poco más colaborativas; a la hora de tomar decisiones importantes ellas buscan las opiniones y sugerencias de su equipo, y comparten la información. Los hombres tienden a tomar decisiones de una manera unilateral. Los

expertos se refieren a esto como un estilo autocrático de gerencia. Ambos estilos pueden ser muy eficaces. Lo ideal sería contar con gerentes que poseen ambos estilos, trabajando juntos. Sin embargo, de hoy en día la mayoría de los líderes son hombres.

Cabe destacar, que dentro de los factores que inciden en la baja participación laboral femenina en cargos de alta responsabilidad gerencial, repercuten, la profesionalización y las tareas que deben ejercer las mujeres al momento de desempeñar su rol dentro de la organización. En contraste con la del personal masculino, ya que en las empresas se inclinan a elegir hombres en las tareas gerenciales, análisis de mercados, negociaciones y comercialización, entre otros de índole jerárquica.

El trabajo se torna tedioso cuando las mujeres no pueden acceder a puestos de gerencias, incluso más elevados que los hombres, es decir, conducir organizaciones, ocupar puestos en posiciones de poder. Otro

factor de gran relevancia que repercute directamente, son los asuntos familiares, principalmente por el hecho de que la mujer puede quedar o no en embarazo y prescindir de sus labores durante ese proceso gestacional y de cuidado.

Otro elemento discriminatorio, se refiere al tiempo que le toma a una mujer llegar a posiciones gerenciales que se estima entre uno a dos puntos mayores que los hombres, así como también la competencia inequitativa entre ambos sexos. Por consiguiente, la situación de la mujer en la gerencia presenta para la investigación la reflexión de una perspectiva de género.

Así el objetivo del artículo es afianzar los resultados sobre estrategias gerenciales que ayudan a mitigar el problema como tal y la importancia que tiene la mujer en la esfera privada y los condicionantes culturales, sociales, políticos y económicos que colocan barreras para la inserción en el mercado laboral dentro del desarrollo en cada una de esas esferas, los cuales son temas de

debates en la actualidad y que repercuten de manera negativa a las mujeres. Se detallan cuatro puntos de estudio con respecto a las barreras y desempeño de la mujer en posiciones de poder:

Enfoque de género

Considera las diferentes oportunidades que tienen los hombres y las mujeres, así como las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos roles que se les asignan en el ámbito laboral que influyen en el glóbulo de las metas, políticas, y planes organizacionales repercutiendo en el proceso del desarrollo de la sociedad.

Perspectiva de género

La asignación de tareas a los hombres y mujeres por sus condiciones naturales les brinda diferentes oportunidades en una gama de ámbitos laborales, ejerciendo el desenvolvimiento de sus competencias a través de su experiencias educativas y constructo de saberes, permitiendo evidenciar como a partir de sus rasgos biológicos se construyen los estereotipos de masculinidad y

feminismo, que atribuyen una serie de características y habilidades que se representan ante la sociedad con una valoración totalmente contraproducente y discriminatoria ante los contextos de diferente índole llámese culturales, políticos, económicos y sociales. En relación a lo descrito, Garradon, Rosa (2010) citó a la Organización de las Naciones Unidas (1995) indicando:

El género es la construcción social y cultural, basadas en las diferencias biológicas, entre los sexos, que asignan diferentes características emocionales, intelectuales y de comportamiento a mujeres y hombres, variables según la sociedad y la época histórica. A partir de estas diferencias biológicas, el género configura las relaciones sociales y de poder entre los hombres y mujeres. (p.26)

Es entonces necesario, implementar estrategias que se inserten en la sociedad para promover la igualdad de oportunidades en las organizaciones, reconociendo las habilidades y las variantes formas de resolución y toma de decisiones que se

pueden integrar para el objetivo de la corporación, evitando las oposiciones y barreras respecto a las mujeres en posiciones de poder. En este sentido, el Director de Innovación y Mercadeo del IESA, en Venezuela, Menéndez (2013), señala que:

Las empresas de avanzada no distinguen a los gerentes por género sino por su capacidad de obtener resultados con recursos y el entorno que tenemos. En el mundo gerencial, siguen existiendo personas con actitudes machistas, pero en el entorno tan exigente como en que vivimos, los gerentes que obtienen resultados se destacan y a la larga se imponen. (p. s/n)

Por lo tanto, al formalizar las estrategias para lograr el objetivo de empoderamiento femenino, que proporcione equidad de género se aspira trascender en cada una de las organizaciones los fines propuestos.

Liderazgo gerencial y liderazgo femenino

Según Páez (2005:80) citando a los autores: Páez y Yepes, (2004:132) definen que: "el liderazgo gerencial es un fenómeno social que se manifiesta cuando el gerente

logra que su grupo de colaboradores se comprometa alrededor del logro de la visión corporativa". En este sentido, el liderazgo femenino se refiere a la participación de las mujeres en la toma de decisiones, tanto en posiciones de decisiones políticas y del sector privado, como las empresas públicas.

En el contexto actual de la definición del líder con rasgos femenino, viene enfocado desde sus quehaceres del hogar y su determinación de los valores que hacen que sobrelleven y organicen las tareas empresariales, por la diversidad de hoy en día que desarrollen talentos y habilidades del siglo XXI. En este último siglo, se ha demostrado que en las empresas dirigidas por mujeres existe un mayor balance de género en la fuerza laboral y trae consigo beneficios adicionales que se entiende en todos los niveles.

A pesar de estas ventajas, de un mayor balance, en la toma de decisiones aún se identifican barreras importantes para el empoderamiento femenino y que con ello se

disminuyen las marcadas diferencias de género en materia, no solo en el mundo sino en nuestra región. Barreras que enfrentan mujeres para liderar, categorizándolas en barreras de oferta y demanda.

La oferta, se refiere a las preferencias y costos de entrada dada por la elección o necesidad, ya que tienden a dedicar más tiempo al cuidado de sus hijos y esto limita su acumulación de experiencia laboral, criterio que suele ser tomado en cuenta por las compañías para otorgar ascensos en puestos jerárquicos, así como la influencia en el no incremento de salarios y en la captación del talento humano.

Es importante el liderazgo femenino en las organizaciones no solo para implementar políticas de igualdad, ya que también cuentan con todas las capacidades y talentos en cualquier ámbito jerárquico en el que sean partícipes. En relación al liderazgo Santander Universidades (2022) define:

Por lo general, el liderazgo en mujeres se puede asociar a modelos

de trabajo con una mayor orientación hacia las personas, la expresividad y la cercanía, así como con tendencia a la cooperación, la residencia, la conducción horizontal y el predominio de lo emocional. A los hombres, en cambio, se los relaciona más con habilidades como la estrategia, la asertividad o la competitividad. (p. s/n)

En tal sentido, cómo ejemplo a lo anteriormente mencionado, un informe realizado por la Organización Internacional del Trabajo (2019) indica, que de una muestra de 13.000 compañías de todo el mundo, la tercera parte de las empresas del sector privado en varios países que han incluido mujeres en áreas directivas han tenido resultados de incremento positivos entre el 5% y 20%. Unas cifras que superan dichas expectativas, no solo en el ámbito financiero, si no de categoría competitiva, implicando otra serie de políticas y recursos económicos.

Aunque aún existen una parte importante a nivel mundial de organizaciones que insisten en desplazar y relevar a las mujeres en

posiciones de poder y continuar con la masculinización radical en áreas de jerarquía empresarial.

Dentro de este orden de ideas, las oportunidades de las mujeres se incrementa en la medida que las mujeres toman en cuenta la calidad de su pensamiento, análisis, desarrollo personal y profesional, estas cualidades forman parte de su liderazgo. Denmark (1993) señala que: el liderazgo, es la capacidad que se tiene para influir y controlar la conducta de otras personas con el fin de alcanzar un objetivo común.

Mientras que el Banco Interamericano de Desarrollo (2021) indica: "en ese sentido, el liderazgo femenino se refiere a la participación de las mujeres en la toma de decisiones tanto en posiciones de dirección política y del sector público como en las empresas públicas." (p. s/n)

Razones para incorporar la igualdad en las empresas

1. Las mujeres tienen más dificultades para acceder al mercado laboral, por ejemplo:

las mujeres con estudios primarios presentan un 19,7%, tienen tasas de ocupación de un 18% por debajo de las tasas masculinas, por otro lado, los contratos a tiempo parcial se utilizan primordialmente para contratar mujeres.

2. Sigue existiendo la diferencia salarial entre hombres y mujeres, el sueldo bruto anual que reciben las mujeres representa el 60,7% del que cobran los hombres, estas diferencias todavía son mayores con respecto a lugares de la dirección.

3. Para muchas mujeres el cambio de mentalidad que se produce en las nuevas generaciones es una fuerza suficiente para vencer la situación de discriminación contra las mujeres. Sin embargo, los estudios realizados por la organización internacional del trabajo, arrojan evidencias que llegan de los países nórdicos donde hace más de 50 años se incorporan acciones positivas en favor de la igualdad.

4. La principal fuente de ingresos de una mujer es su incorporación al mercado laboral, así se motiva a seguir por su desarrollo, y crecimiento personal y profesional. Así Díaz y Miranda, (2023) señalan que:

Para el proceso de desarrollo y empoderamiento de los seres humanos, especialmente de la mujer, es fundamental el empleo. El empleo es por excelencia la actividad generadora de recursos materiales y su remuneración es la base de la supervivencia. Adicionalmente, el empleo es una de las actividades más significativas para el desenvolvimiento de la personalidad y de la identificación social, determina la posición social y económica, y es una fuente de empoderamiento privilegiada para la mujer en la esfera pública y en la esfera privada." (p.57)

Dicho proceso, les ayuda a incrementar su superioridad moral, pues lo que se busca exponer son valores profundos que desarrollan en las esferas privadas. Así el aumento de las libertades les ayuda a defender su voluntad de decidir por incorporarse a actividades significativas, el

cual son fenómenos privilegiados que les ayudan a demostrar su poder.

5. El acceso de la mujer bajo mecanismo de justicia y equidad responde al incremento de la participación de mujer en el empleo femenino, lo cual indica que se desarrolle mecanismo de información así el (Banco Mundial, 2012:19-20) indica: “el acceso a la información sobre empleos y el apoyo para los ascensos y la promoción profesional se producen en representación insuficiente de las mujeres en las estructuras políticas, especialmente en los niveles más altos”. Los niveles más altos implican destrezas y desarrollo de habilidades competentes que las visibilicen para aplicar a actividades generadoras de ingresos, descartando las brechas y techos de cristal.

Estrategias innovadoras aplicadas en la gerencia empresarial

Las cualidades positivas de las mujeres sirven para reafirmar su posición, aunque estén marcadas por estereotipos e incluso patrones culturales, que las retienen

obstaculizando su desarrollo y potencial femenino. El liderazgo sirve para comprender la voz que tienen dentro de una organización, su valía y su don de enfrentar los retos organizacionales que emprenden a diario. Por consiguiente, Garradon (2010), señala:

En los años 80, Marilyn Loden identifica cualidades positivas del liderazgo de las mujeres poniendo de relieve que, dentro de una estructura, las mujeres valoran más la redistribución de poder que la acumulación; están más acostumbradas a liderar por consenso, de una manera más democrática y propia de organizaciones más modernas, a la vez que son más plurimentales, incorporan la afectividad. Sin efectividad no hay empatía y sin empatía no hay liderazgo. En el trabajo en grupo es importante escuchar, entenderla posición de los demás y encontrar una posición integradora de las diversas visiones de las personas, más que imponer de forma restrictiva una opinión propia que puede resultar no tan válida”. (p,50)

El estilo de liderazgo, puede ser descrito, como multidireccional y multidimensional, firme, constante, y creativo, generador de una mayor cohesión en los equipos con una

mayor incorporación de inteligencia emocional. El cual genera enfoques informativos y colaboradores con el equipo de trabajo. En relación, dentro de sus características se destacan:

1) Conciencia Femenina: las personas con una buena capacidad de liderazgo poseen una elevada conciencia emocional. Están en contacto con sus señales interiores y reconocen los sentimientos.

2) Autocontrol: el reconocimiento de las emociones permite regular su expresión. De este modo, se controlan mejor las situaciones complicadas que producen, puesto que permite establecer una distancia dentro de las circunstancias y razonar con más claridad, transmitir sensación de confianza y serenidad. La autorregulación facilita afrontar los conflictos correctamente y crear climas de seguros y positivos.

3) Valoración: esta acción adecuadamente, permite reconocer las propias cualidades, fortalecer las debilidades y aceptar las áreas que hace falta mejorar y

las críticas constructivas de los colaboradores.

4) Optimismo: es una calidad que se debe utilizar valorando las circunstancias adversas como una oportunidad y como una amenaza. El optimismo permite ver lo mejor de las demás para incentivarlo y desarrollarlo.

5) Empatía: Es la habilidad para entender las necesidades, los sentimientos y los problemas de las demás, poniéndose en su lugar y responder correctamente ante sus reacciones emocionales, permitiendo comprender las decisiones que pueden tomar en determinadas circunstancias.

Reflexiones Finales

Hoy en día, se puede asegurar con certeza que contar con las aportaciones y potencialidades de las mujeres, es la manera de conseguir el desarrollo mundial, equilibrado y sostenible. Así, la incorporación de las mujeres en cargos de dirección puede repercutir positivamente en procesos que beneficien el concepto de la empresa e

inciden en el cambio social, la igualdad de oportunidades contribuye al desarrollo de una empresa socialmente responsable, que se comprometa con sus propios valores. En este contexto, es importante incorporar los siguientes objetivos, para el desarrollo empresarial:

- Eliminación de cualquier forma de discriminación en la selección del personal, es decir, trabajar para conseguir un clima laboral que resulte integrador para hombres y mujeres.

- Contribuir a rebajar las presiones y los conflictos derivados de desigualdades entre sexos, para así mejorar la motivación y la productividad del personal.

- Tener en cuenta las barreras de género y los enfoques tradicionales que pueden aparecer en los diseños de los puestos de trabajo y en las políticas institucionales, a menudo como resultado de la falta de concienciación.

- Incorporar en los cambios, la movilidad horizontal y vertical tanto de los hombres como de las mujeres.

- Reafirmar el fortalecimiento de programas de capacitación y conocimiento profundo de los temas de género en las organizaciones.

En este sentido, la vida laboral requiere de preparación y sabiduría para llevarla a cabo. Así, los estudios de género romperían con las barreras que afectan la desigualdad económica y social de las mujeres, siendo significativamente más productiva.

Referencias

- Barafani, M. (2022). **Brecha de Género en el Comercio Exterior: mismo juego, distintas reglas**. Documento en Línea. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/brecha-de-genero-en-el-comercio-exterior-mismo-juego-distintas-reglas-los-casos-de-argentina-chile> Buenos Aires Argentina-diciembre 2022
- Banco Mundial (2011). Informe sobre el Desarrollo Mundial 2012. **Igualdad de Género y Desarrollo**. Documento en Línea, Disponible en: <https://www.upm.es/sfs>

/rectorado/gerencia/igualdad/documentos/informe_sobre_desarrollo_mundial.p.19-20
 Clancy, S. y Menéndez, L. (25 de Febrero de 2013). **Hombres o Mujeres: ¿Quiénes son Mejores Gerentes?**.
<https://acortar.link/lrl4jz>

Gallegos, F.; Guzman, G.; Saavedra, C. y Silva A. (2012). **Participación de Mujeres en Cargos Gerenciales: Una Investigación Cualitativa de Empresas Financieras**. Repositorio académico Universidad de Chile. Documento en Línea, Disponible en: <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/111789>

Garrandon, R. (2010). **Estrategias de Liderazgo para Mujeres Directivas**. Documento en Línea, Disponible en: <https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/Documentos/DE0609.pdf>, p.26 y 50

Magdalena, V. (2004). **Mujer y Gerencia: un desafío al poder patriarcal**. Revista Venezolana de Estudios de la Mujer - caracas, julio-diciembre 2004, vol.9, n° 23. Documento en Línea, Disponible en: http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ven/article/view/2259

Martínez, A. (2021). **Oportunidades y Retos para potenciar el liderazgo femenino en la región CID**. Documento en Línea. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/oportunidad>

es-y-retos-para-potenciar-el-liderazgofemenino-en-la-region-cid#
 Miranda, R. y Díaz, A. (2023). **Desarrollo y Empleo Femenino en América Latina**. Un Análisis Político. Documento en Línea. Disponible en: <https://disjuntiva.ua.es/article/view/22933>

Páez, I. (2005). **Competencias para el Liderazgo Gerencial**. Bogotá, Universidad Externado de Colombia. Documento en Línea, Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-CompetenciasParaELiderazgoGerencial-5137652.pdf>

Santander Universidades (2022). **El liderazgo Femenino y los Beneficios de la Igualdad**. [Mensaje en un blog]. Disponible en: <https://www.becas-santander.com/es/blog/liderazgo-femenino.html>



"Para la mayor parte de la historia, 'anónimo' era una mujer"

Virginia Woolf

REDISEÑO ORGANIZACIONAL COMO UN MEDIO DE ADAPTACIÓN EN EL CONTEXTO DE LA POST PANDEMIA

Vianka Rosquel⁴
 Alejandra Delgado⁵

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo general el analizar la importancia del rediseño organizacional como un medio de adaptación en el contexto de la post pandemia, el mismo se efectuó mediante un enfoque cualitativo, de diseño bibliográfico, tipo de investigación documental de carácter descriptivo. Para la ejecución del presente trabajo los datos requeridos fueron de naturaleza secundaria, se utilizaron como técnicas e instrumentos, la observación documental, la lectura reflexiva, el fichaje, la paráfrasis, la presentación resumida y el análisis del contenido de las diferentes fuentes impresas y electrónicas consultadas. La información recopilada fue sometida a una interpretación cualitativa y crítica la cual ayudo al análisis e interpretación del tema estudiado, lo que condujo al cumplimiento del objetivo propuesto. Con base en los datos recopilados, se concluye que es importante en el contexto post pandemia definir una nueva estrategia que considere todos los cambios del entorno actual y la nueva realidad de la organización que llevará a considerar un rediseño de la misma, para mejor el desempeño de la organización mediante la diferenciación competitiva. Esta diferenciación hace posible analizar los procesos y las actividades que requieren cambiar y ajustar, para que la organización

⁴Contador Público egresada de la Universidad de Carabobo (U.C), Maestrante en Administración de Empresas Mención finanzas, Universidad de Carabobo (U.C), Viankarosquel@gmail.com

⁵ Contador Público egresada de la Universidad de Carabobo (U.C) Maestrante en Administración de Empresas Mención Finanzas, Universidad de Carabobo (U.C) beale5497@gmail.com.

mantenga un valor agregado competitivo frente a su competencia

Palabras Clave: Rediseño, organizaciones, adaptación, post pandemia.

ORGANIZATIONAL REDESIGN AS A MEANS OF ADAPTATION IN THE POST-PANDEMIC CONTEXT

Abstract

The present study had as a general objective to analyze the importance of organizational redesign as a means of adaptation in the context of the post-pandemic, it was carried out through a qualitative approach, of bibliographic design, type of documentary research of a descriptive nature. For the execution of the present work, the data required were of a secondary nature, documentary observation, reflective reading, signing, paraphrasing, summary presentation and content analysis of the different printed and electronic sources were used as techniques and instruments. consulted. The information collected was subjected to a qualitative and critical interpretation which helped the analysis and interpretation of the topic studied, which led to the fulfillment of the proposed objective. Based on the data collected, it is concluded that it is important in the post-pandemic context to define a new strategy that considers all the changes in the current environment and the new reality of the organization that will lead to considering a redesign of it, for better performance. organization through competitive differentiation. This differentiation makes it possible to analyze the processes and activities that need to be changed and adjusted, so that the organization maintains a competitive added value against its competition.

Keywords: Redesign, organizations, adaptation, post pandemic.

Introducción

Hoy en día las organizaciones se enfrentan a múltiples desafíos y retos dentro de los que encontramos: lograr mayor efectividad, eficiencia y generar una mayor rentabilidad. Asimismo, las organizaciones se encuentran inmersas en un ambiente cambiante, donde las competencias definen las mismas, donde es necesario además estar atento a las demandas cambiantes del cliente y al constante reto de mantener una lógica congruente entre las dimensiones de la organización, como la estrategia, la cultura y los procesos.

La situación causada por la expansión de la COVID-19 alrededor del mundo durante el año 2020 puso en jaque la economía de la mayoría de los países, obligando al comercio a cerrar sus puertas y a replantearse la manera de cómo relacionarse con sus clientes, paralizó industrias enteras y dejó arcaicas aquellas estrategias cuidadosamente planificadas por especialistas, viéndose obligados a

implementar campañas acorde a la crisis, convirtiéndose en un desafío extraordinario (Hill, 2020).

La gran mayoría de negocios y emprendimientos en casi todos los sectores productivos tuvieron importantes caídas de sus ingresos, lo que dificultó el cumplimiento de sus obligaciones salariales y financieras, impactando con particular fuerza al sector de las pymes, que por su peso en la economía iberoamericana es especialmente sensible. Sólo en los países de América Latina, la CEPAL pronosticó que 2,7 millones de empresas de la región el 90% de ellas pymes cerraron, con una pérdida de 8,5 millones de puestos de trabajo; ello sin contar la pérdida de empleos en el sector informal. (Hugo, 2020).

Por lo que, este suceso de la pandemia afectó drásticamente el desarrollo habitual de las empresas, del Estado, y por ende de la sociedad, provocando así el descenso en la producción mundial, trayendo muchos cambios en todas las empresas, así como

nuevos retos y oportunidades, no solo en el tema de los consumidores, también respecto a sus procesos internos, como digitales y operativos.

Cabe destacar que, el encuentro inicial con la pandemia fue, y aún es, durísimo (Hugo, 2020). Estamos migrando hacia una nueva normalidad y, con este cambio, aún inseguro tanto en su impacto y duración, llega la convicción de que buscar una nueva forma de actividades comerciales es una cuestión de supervivencia para las empresas.

Ya estábamos viviendo un cambio en cómo las empresas manejaban sus negocios debido a la digitalización y con el impacto causado por pandemia mundial de la COVID-19, esos procesos fueron bruscamente acelerados y muchos paradigmas transformados, expresando que una reinención es necesaria, lo que obliga a empresas y consumidores a buscar nuevas formas de hacer negocios (Gutzwiller, Dunz-Real, y Reinsurance, 2020).

Como se ha señalado, en el párrafo anterior antes de la pandemia la tecnología de la información había ido ganando terreno y desempeñado un papel importante en las organizaciones, permitiéndoles mantener un mejor control de las principales operaciones de las mismas, además, su adecuada administración conlleva a poder tomar mejores decisiones que faciliten la consecución de sus objetivos.

La digitalización en las organizaciones en la actualidad agrega valor a las diferentes actividades y operaciones, lo que le permite a una entidad empresarial ser competitiva, moderna y prestar un servicio centrado en la misión institucional, ayudando esto positivamente para el desarrollo y viabilidad de la organización (Vásquez y Gabalán, 2019).

En este contexto, el mercado nunca volverá hacer el mismo, menos la forma de conquistar clientes. Ahora, quedarse atrás no es una opción y los contextos en los que vivimos demanda una adaptación y reacción

inmediata, cambiando el enfoque para relacionarse y generar contenido de productividad. Por lo que, uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan las organizaciones ante la incertidumbre, es como reorganizarse para interactuar con la nueva realidad y mantenerse competitivas cuando el cambio es discontinuo.

De allí que, el escenario generado por la pandemia, ha llevado a las organizaciones afrontar numerosos desafíos. Como: mejorar el manejo del flujo de caja, migrar el modelo de negocio a digital, y sobre todo, transformar el departamento de Marketing, que muchas veces es subestimado solamente como un costo, en lugar de un centro de adquisición de ingresos de manera previsible, escalable y sostenible.

Los gerentes de las organizaciones deben tener en cuenta que, la dinámica del éxito está en la gestión del cambio y vivimos en una época donde la demanda de nuevos procesos y desarrollos son constantes y por lo general más apresurados de lo que nos

podemos adaptar. Quienes están atentos a los cambios y exigencias que proponen las nuevas tecnologías tendrán la oportunidad de convertirse en sociedades y organizaciones inteligentes.

Para el año 2020 en el ámbito empresarial, la mayoría de las empresas tuvieron que dejar de lado sus planes estratégicos para adaptarse a la crisis con estrategias emergentes, como lo es el acelerado cambio hacia la digitalización la utilización de nuevas tecnologías para ser más eficientes y productivos.

La influencia de la digitalización actualmente ha generado profundos cambios, ya que ha transformado la manera de trabajar y gestionar los recursos empresariales, logrando hacer más productivo el trabajo de las personas agilizando las comunicaciones, facilitando el trabajo en equipo, optimizando el servicio al cliente, administrando eficientemente los recursos disponibles y poniendo al alcance de los consumidores

productos innovadores y cada vez más efectivos.

Las organizaciones vivieron la disyuntiva o se transformaban digitalmente o iban a desaparecer, la pandemia fue un detonante para que las organizaciones entendieran que el dinamismo del mundo actual requiere de un sistema digitalizado, donde se optimicen los procesos, y que para la adaptación al mercado es un ítem indispensable (Tratkowska, 2021).

Es entonces que en este entorno emergente de post pandemia, el mundo digital es un gran cambio que llega para quedarse y consolidarse, por lo que requiere de educación y capacitación innovadoras y aceleradas para este nuevo mundo. En este sentido, es de extrema urgencia lo que se plantea en este trabajo, rediseñar un sistema de capacitación que estimule la innovación y el emprendimiento, que tenga un enfoque que considere la transformación digital, elemento esencial para dicha capacitación innovadora.

El cambio en la economía, y las posibilidades del contexto digital

El conocimiento de acceso abierto, la facilidad en compartirlo, debe reformar desde la base en modo en la cual organizamos. Compartir no puede interpretarse como una desventaja competitiva. El desarrollo tecnológico actual, la conectividad y el acceso a redes, han facilitado migrar de un modelo controlado en el plano físico, a una articulación organizacional dispersa. El cambio en la economía, y las posibilidades del contexto digital, lleva a repensar el vigente sistema de gobernanza, el tejido empresarial y las necesidades formativas y su evaluación (Martínez, 2018).

Por lo tanto, la situación exige a las organizaciones modificar ciertos aspectos para mantenerse a la vanguardia y atender las nuevas necesidades de sus clientes, ya que no es posible quedarse observando lo que está sucediendo sin atreverse al cambio, y se debe actuar para sobrevivir en el mercado y permanecer a futuro en él. Por lo

que, cada organización debe buscar la mejor forma de adaptación al cambio organizacional, reinventándose y preparando al personal. Ya que, no existe un manual que sea aplicable a todas las actividades o sectores.

El diseño organizacional es fundamental a la hora de encarar los retos que se presentan periódicamente en una organización. Uno de los temas relevantes en la gestión de empresas es el diseño organizacional, entendido como la forma en que una empresa decide organizarse de manera ordenada, sistémica e integrada para poder realizar sus actividades estratégicas, tácticas y operativas por medio del potencial humano (Louffat, 2017). Además, señala este autor que, el diseño organizacional se encarga de manejar la organización con el objetivo de dividir tareas y trabajo para lograr una coordinación efectiva; y se coordinan para resaltar los aspectos con más necesidad, que requieren apoyo o sustentabilidad.

El diseño de una organización en el contexto de la post pandemia

Dentro de un mundo tan globalizado, el diseño de una organización debe estar debidamente estructurado dependiendo de su función social y de la manera en la cual se configura su orden. Por esta razón, la competitividad en el mercado ha llevado a que cada organización deba trabajar constantemente en el mejoramiento de sus funcionalidades y en las relaciones con sus clientes, tanto internos como externos, para lograr destacarse plenamente en un sistema tan saturado.

Para las empresas es prioritario un rediseño organizacional que les permita competir e innovar en un mundo de negocios cada vez más competitivo, para enfrentar los desafíos de un mundo laboral en constante evolución. De allí que, las organizaciones para hacer frente a estos cambios deben tener en cuenta lo siguiente:

a) Estrategia: Entender si los negocios en los que están seguirán siendo vigentes con

pequeños ajustes o cambios estructurales. Y si la respuesta es que siguen siendo vigentes, cómo tienen que adaptar la estrategia para poder seguir siendo jugadores relevantes en las mismas.

b) Cliente: Entender cómo han cambiado los drivers de los clientes para redefinir una propuesta de valor y llevarla al portfolio de productos y servicios, así como al diseño de experiencias que se quiere generar en los clientes. Con ello se podrán generar y/o mantener la preferencia en un mercado que cambió, así como asegurar la fidelización y recomendación del consumidor.

c) Digital: Desarrollar un Roadmap de transformación digital que permita a la vez generar eficiencias en la operación, como ofrecer una experiencia al cliente superior que genere recomendación. O incluso pensar en nuevos modelos de negocio que la tecnología puede apalancar, como desarrollos de marketplaces o estrategias de ecosistemas.

d) Cadena de suministro: Robustecer la cadena de suministro y segmentar y desarrollar proveedores con modelos de Vendor Management, así podrán ser más resilientes en el largo plazo y además generar alianzas más fuertes.

e) Competencia: En la transición y en preparación a la nueva realidad en la vida y en el trabajo, el perfil de los colaboradores contará con nuevas habilidades, conocimientos y experiencias requeridas que estén acorde al nuevo entorno laboral. Se pueden resaltar, entre otras, la capacidad para aprender y desaprender, la resiliencia y transformación, la flexibilidad cognitiva para pasar de lo estratégico a lo táctico, la confianza y el compromiso, sumados a una capacidad de autogestión serán cruciales para adaptarse al nuevo entorno y estar más preparados ante un nuevo escenario frente al cual todos estén aprendiendo y re imaginando.

El rediseño de la estructura organizacional como un medio de adaptación en el contexto

de la post pandemia, es una necesidad para poder seguir compitiendo en un entorno tan cambiante. Por lo que, esta post pandemia plantea retos relacionados directamente con las formas de dirección y la cultura de la empresa, porque hay un antes y después del COVID-19 para las organizaciones que requerirán redefinir normas, incentivos, funciones, actividades, relaciones de armonía, productividad, rotación, tensiones y manejo del estrés.

Metodología

Con base a la argumentación anterior, el objetivo del presente estudio fue analizar la importancia del rediseño organizacional como un medio de adaptación en el contexto de la post pandemia. Metodológicamente el presente estudio se enmarcó en el enfoque cualitativo, de acuerdo con Sánchez y Nube (2003) “la investigación cualitativa es el estudio interpretativo de una cuestión o problema específicos en el que el investigador es central para la obtención de sentido” (p. 48).

Este enfoque, se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. En este contexto empleamos una metódica basada en la hermenéutica, la cual ofrece una alternativa para investigaciones centradas en la interpretación de textos. La misma implica un proceso dialéctico en el cual las investigadoras navegan entre las partes y el todo del texto para lograr una comprensión adecuada del mismo.

La hermenéutica es, en sentido general, el estudio de la comprensión y de la interpretación, y en sentido particular, la tarea de la interpretación de textos (Palmer, 1969) Para Habermas (1970), el enfoque hermenéutico otorga preponderancia y estatuto científico a la investigación bibliográfica. El presente estudio se desarrolló desde una hermenéutica interpretativa bajo un enfoque cualitativo.

Cabe señalar que cuando se recurre a la utilización de datos secundarios, como los utilizados en este estudio, es decir, aquellos que han sido obtenidos por otros y ya llegan elaborados y procesados de acuerdo con los fines de quienes inicialmente los elaboran y manejan, se dice que es un diseño bibliográfico. Por lo tanto el presente estudio se caracterizara por ser de diseño bibliográfico, el cual según Palella y Martins (2012):

...se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda de material documental de cualquier clase. se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos: los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes... (p. 87)

De acuerdo a los parámetros que se toman en cuenta para catalogar el diseño de una investigación, el presente trabajo se caracterizara por ser de diseño bibliográfico. El estudio, es de tipo documental. Según

Sabino (2014), la investigación documental puede ser definida como:

...una variante de la investigación científica, cuyo objetivo fundamental es el análisis de diferentes fenómenos (de orden histórico, psicológico, etc.) de la realidad a través de la indagación exhaustiva, sistemática y rigurosa, utilizando técnicas muy precisas; de la documentación existente, que directa o indirectamente, aporte la información atinente al fenómeno que estudiamos (p.52).

El objetivo de la investigación documental es elaborar un marco teórico conceptual para formar un cuerpo de ideas sobre el objeto de estudio, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie escritos (libros, prensa, revistas, folletos, análisis de inteligencia, entre otros), que permitirán examinar el problema para profundizar el conocimiento acerca de su naturaleza. Con el propósito de elegir los instrumentos para la recopilación de información es conveniente referirse a las fuentes de información.

El nivel de investigación, es el grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio, la investigación se enmarco en un estudio de tipo descriptivo. El cual según Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 117).

Para la ejecución del presente trabajo los datos requeridos fueron de naturaleza secundaria, se utilizaron como técnicas e instrumentos los siguientes: la observación documental, la lectura reflexiva, el fichaje, la paráfrasis, la presentación resumida y el análisis del contenido (Arias, 2012; Palella y Martins, 2012). Los datos de este trabajo fueron analizados de forma cualitativa, ya que se estudio la naturaleza de los datos recaudados, en forma lógica y sistemática y a través de esto se busco extraer información de acuerdo con el tema objeto de estudio.

También se utilizó la técnica de análisis crítico de un texto, la cual incorpora la evaluación o apreciación sobre la solidez de las ideas por el autor del mismo

Resultados y Discusión

Los hallazgos de la información recabada durante el proceso investigativo, comprueban e indican que las organizaciones ameritan una transformación estratégica organizacional a través de un rediseño organizacional; el análisis empírico de esta investigación ha puesto de manifiesto la importancia de ésta para generar capacidades necesarias que las organizaciones requieren ante respuestas prontas y necesarias para mejorar la gestión de la organización para que sea más eficiente y así garantizar su supervivencia y competitividad, de allí la importancia del rediseño organizacional.

La aparición del virus COVID-19 en el año 2020, ocasiono profundos cambios en la sociedad en su conjunto y en el entorno empresarial en particular, ante este entorno emergente las empresas tuvieron que



replantear sus estrategias para enfrentarse a la crisis generada por los impactos de la pandemia. En este contexto, la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios y de gestionarlo de la mejor manera, fue algo importante y fundamental para mantener y a la vez, transformar a las organizaciones; para que estas fueran competitivas a corto plazo y sobrevivieran a largo plazo. Es importante tener en cuenta que no solo las empresas han tenido que transformarse, sino que también sus colaboradores se han tenido que adaptar a estas nuevas formas de trabajo.

Necesariamente tenemos que repensar cómo queremos que sean nuestras organizaciones en el futuro y poner mayor foco en la agilidad empresarial como una de las competencias fundamentales que una empresa debe tener para sobrevivir y prosperar en un mundo de cambios acelerados y afectado por la pandemia. Estos cambios profundizarán en la estructura de los negocios, el espacio físico, las personas y el

ambiente social, todos estos vinculados con la cultura organizacional de las compañías y que impactan en los negocios como son: las condiciones internas, estilo de dirección, motivación, expectativas y el manejo de conflictos.

Entre estos cambios esta el uso de la tecnología digital, el cual se ha venido definiendo como un eslabón en las diferentes áreas de conocimiento de las sociedades, construyendo activos de información y generando facilidades en las actividades cotidianas del ser humano, logrando mejores índices de desarrollo y calidad de vida. La implementación de esta herramienta tecnología reduce los impactos económicos de las distancias físicas y los costos de acceso a la información y, por lo tanto, aumentan el poder de los consumidores generando mayor competencia en los mercados.

Adicionalmente, el rediseño le permitirá a las organizaciones ser más eficientes y responder de manera flexible a los

requerimientos de sus clientes tanto internos como externos; podrá también ser competitiva al estar en condiciones de responder en forma más eficiente y efectiva a las exigencias del mercado.

Conclusiones

Casi tres años después del inicio de la pandemia, prácticamente todas las empresas del mundo se han visto afectadas por la COVID-19, pero el desempeño ha sido muy variable, incluso dentro de un mismo país o sector. Por lo que, las empresas han tenido que innovar, reestructurar el negocio repensando su modelo, rediseñar la organización y redimensionar sus recursos para competir en el contexto post- Covid-19. La implementación de este rediseño organizacional debe mantener el enfoque estructural guiado hacia el funcionamiento gerencial y hacia el fortalecimiento de todas las áreas de la organización de una manera ordenada.

Consideramos que al implementar el nuevo diseño organizacional, las organizaciones

podrán optimizar su rendimiento y ajustarse a las nuevas exigencias del mercado. Ya que, definitivamente la pandemia cambio, la forma en que se harán los negocios, la toma de decisiones, la forma de trabajar, la manera en que se motivarán a los colaboradores, la cultura y el comportamiento organizacional.

Por lo que hoy más que nunca, debería existir mucha flexibilidad en la organización, hacer una revisión de políticas y reglas, de manera tal, que permitan a sus ejecutivos atender a este mercado en evolución y no seguir con prácticas tradicionales. Pero, como en todo proceso de cambio, habrá personas que se adapten rápidamente a esta nueva situación y otros que nunca se adaptarán, lo cual no es muy saludable para su estabilidad laboral y pudiera acarrear una serie de frustraciones e incremento del stress post pandemia.

Definitivamente, es importante en el contexto post pandemia definir una nueva estrategia que considere todos los cambios del entorno actual y la nueva realidad de la

organización que llevará a considerar un rediseño de la misma, para mejorar el desempeño de la organización mediante la diferenciación competitiva. Esta diferenciación hace posible analizar los procesos y las actividades que requieren cambiar y ajustar, para que la organización mantenga un valor agregado competitivo frente a su competencia. Por tanto, es necesaria la gestión del cambio organizacional para fomentar la estabilidad, el posicionamiento y el desarrollo futuro de la organización.

Referencias

- Arias, F. (2012). **El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica**. 6ª ed. Caracas: Episteme
- Gutzwiller, D., Dunz-Real, C., y Reinsurance, S. (2020). **E-business: Una nueva forma de hacer negocios: el negocio electrónico para el mercado latinoamericano**.
- Habermas, J. (1970) On Hermeneutics' claim to Universality. Mueller – Vollmer, Kurt: The Hermeneutics Reader. Blackwell, Oxford, 1985
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). **Metodología de la Investigación**. 5ª ed. México: McGraw-Hill.
- Hill, B. (2020). **Marketing During Times of Uncertainty: Advice from Marketing Experts**. Disponible en: <https://metigy.com/metigy-learning/marketing-during-times-of-uncertainty-advice-from-marketing-experts/>
- Hugo, V. (2020). **Salud Pública y Covid-19 reflexiones de una sociedad en crisis**
- Louffat, E. (2017). **¿Qué se entiende por diseño organizacional?**. Conexión Esan. Disponible en: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/03/04/que-seentiende-por-diseno-oorganizacional>
- Martínez, J. (2018) **La transformación digital y su repercusión en las**

- empresas.** Disponible en: <http://hdl.handle.net/10251/68911>
- Parella, S., y Martins, F. (2012) **Metodología de la Investigación Cuantitativa.** 2da Edición. Caracas: Fondo editorial de la Universidad Pedagógica Libertador (FEDEUPEL)
- Palmer, R. (1969). **Hermeneutics: Interpretation Theory in Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, and Gadamer.** Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Sabino, C. (2014). **El Proceso de investigación.** Editorial Episteme
- Sánchez, M. y Nube, S. (2003). **Metodología Cualitativa en la Educación.** En. Cuadernos Monográficos Candidus vol 1.
- Tratkowska, K. (2021). **Digital transformation: theoretical backgrounds of digital change.** *Management Sciences*, 24(4), 32–37.
<https://doi.org/10.15611/ms.2019.4.05>
- Vásquez, F., y Gabalán, J. (2019). **Información y ventaja competitiva. Coexistencia exitosa en las organizaciones de vanguardia.** *El Profesional de la Información*, 24(2), 149-156. doi:10.3145/epi.2019.mar.08.



“El cambio es una puerta que se abre desde dentro.”

Terry Neill

GESTIÓN TRIBUTARIA PARA LA RECUPERACIÓN DE LOS CRÉDITOS FISCALES DEL ISLR EN LABORATORIO MÉDICO.

Jealine Cordero Fermín⁶

Resumen

El presente producto intelectual está relacionado con analizar la gestión tributaria para la recuperación de los créditos fiscales del ISLR en Laboratorio Especialistas Médicas Santa Rita II, C.A. y para lograr dicho objetivo fue necesario indagar sobre la situación de la recuperación de los créditos fiscales, describir su procedimiento y finalmente estudiar la gestión tributaria para la recuperación de dichos créditos. Este estudio se basó en enfoque cualitativo, apoyada en una investigación documental de tipo descriptivo. Fue necesario la aplicación de análisis crítico y la revisión bibliográfica desde un aspecto teórico y legal. Los resultados obtenidos durante el desarrollo de la investigación, permitieron llegar a la conclusión que, los procedimientos utilizados en la recuperación de los créditos fiscales son de suma importancia económica, ya que estos inciden en el incremento de la liquidez monetaria, que permitiría a la empresa cumplir con las obligaciones de pago pautadas con terceros, así como también realizar inversiones en bienes, nuevos equipos u otros mecanismos financieros generados de recursos que puedan evitar futuros endeudamientos producto de solicitudes de préstamos bancarios, entre otros.

Palabras Clave: Gestión tributaria, recuperación de créditos fiscales, estrategias.

⁶ Estudiante de Administración de Empresas. Universidad Bicentennial de Aragua. jealinefermin@gmail.com

TAX MANAGEMENT FOR THE RECOVERY OF ISLR TAX CREDITS IN MEDICAL LABORATORY

Abstract

This intellectual product is related to analyzing the tax management for the recovery of ISLR tax credits in Laboratorio Especialistas Médicas Santa Rita II, C.A. and to achieve this objective it was necessary to inquire about the situation of the recovery of tax credits, describe its procedure and finally study the tax management for the recovery of said credits. This study was based on a qualitative approach, supported by descriptive documentary research. It was necessary to apply critical analysis and bibliographic review from a theoretical and legal aspect. The results obtained during the development of the investigation, allowed to reach the conclusion that the procedures used in the recovery of tax credits are of great economic importance, since these affect the increase in monetary liquidity, which would allow the company comply with the payment obligations established with third parties, as well as make investments in goods, new equipment or other financial mechanisms generated from resources that can avoid future indebtedness as a result of bank loan applications, among others.

Keywords: Tax management, recovery of tax credits, strategies.

Introducción

En la actualidad a nivel mundial, se viene experimentando un crecimiento poblacional constante y sostenido, generando un incremento del gasto público para todos los gobiernos, éstos con el fin de afrontar este

reto, se ha apoyado en la imposición de tributos, a través de los cuales es posible recaudar los ingresos necesarios para llevar a cabo el fin social que le corresponde.

La Administración Tributaria venezolana, ha establecido una serie de mecanismos acertados para obtener los recursos requeridos por el colectivo, tal como es el caso de la designación de los sujetos pasivos especiales, los cuales hoy en día representan una fuente importante de ingresos al país por concepto de recaudación del impuesto sobre la renta (ISLR). Debido a la importancia que reviste y a su aporte al gasto público se hace necesario revisar las condiciones bajo las cuales la Administración Tributaria plantea la recaudación y los beneficios fiscales que afectan a estos entes.

Pues si bien, los deberes formales están claramente definidos siendo constantemente supervisados y controlados por la Administración Tributaria, a fin de garantizar que se comprendan y se cumplan, de igual manera debería ser difundida la información

acerca del provecho que representa para este tipo de sujetos la cesión. Debido a la poca información que se genera en este sentido, los contribuyentes no conocen que los créditos fiscales retenidos en exceso constituyen una fuente importante para el diseño estrategias tributarias que permite la recuperación del mismo.

La presente investigación estuvo centrada en analizar la gestión tributaria para la recuperación de los créditos fiscales del ISLR en Laboratorio Especialistas Médicas Santa Rita II, C.A., con el fin de proporcionar una información útil para todos aquellos sujetos pasivos especiales que presenten excedentes de créditos fiscales líquidos, exigibles y no compensados que deseen aplicar la compensación para recuperar los mencionados créditos fiscales.

El trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera: se inicia con la introducción, metodología, se muestran los resultados, se presenta la discusión y conclusiones y finalmente las referencias.

Metodología

Se puede decir que los aspectos metodológicos, son un instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de investigación, sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico. Para Sabino (2013), la metodología es. “un campo mucho más concreto y limitado que se refiere específicamente a la operatoria de este proceso, a las técnicas, procedimientos y herramientas de todo tipo que intervienen en la marcha de la investigación” (p. 37).

La presente investigación estuvo enfocada en un método cualitativo de tipo descriptivo, ya que se limita a interpretar lo que es, es decir, trabaja sobre la realidad del hecho, se quiere con ello significar que una investigación de tipo descriptiva trata de obtener información acerca del fenómeno o proceso para describir sus implicaciones. Según Sabino (2013), la investigación descriptiva, “es cuando la preocupación primordial radica en descubrir algunas

características fundamentales del conjunto del fenómeno, utilizando criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto su estructura o comportamiento” (p. 51)

Se dice que es documental, ya que son análisis de datos obtenidos de diferentes fuentes, tales como material bibliográfico documental. Al respecto la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2016), “se entiende por investigación documental, el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo principalmente en fuentes bibliográficas y documental” (p. 6)

Los lineamientos mediante los cuales se efectuó la presente investigación, fueron el método de la observación, análisis y síntesis, porque con los mismos se siguieron ciertos pasos que permitieron al investigador llegar a los objetivos planteados sobre el problema en estudio.

La población estuvo conformada por cinco (5) empleados del área Tributaria de la

empresa Laboratorio Especialistas Médicas Santa Rita II, C.A. En vista que la población muy reducida, se toma la totalidad de la misma como muestra. Entre las técnicas e instrumentos de recolección de información, se aplicó la entrevista no estructurada, ya que mantuvo una conversación directa con los empleados del área tributaria.

Resultados

Para los años 90 en Venezuela se realizan nuevas reformas tributarias, buscando modernizar las finanzas públicas en cuanto a los ingresos percibidos, el cual se denominó Sistema de Gestión y Control de las Finanzas Públicas (proyecto SIGECOF), estructurado con el apoyo del Banco Mundial, propiciando la actualización del marco legal y funcional de la Hacienda Pública Nacional y muchas de las regulaciones se remontaba en los años 20 del siglo XX.

Estas reformas permitieron ciertas innovaciones importantes, como lo fue, la simplificación de los tributos, el fortalecimiento del control fiscal y la

introducción de normas que hicieran más productiva y progresiva la carga fiscal.

Es preciso resaltar que conjuntamente con la creación del SENIAT, se adoptó un sistema de Contribuyentes Especiales y de esta manera atender y controlar a los contribuyentes de mayor significación fiscal, adaptándose nuevas estrategias a la estructura socioeconómica, esto debido al alta concentración de las riquezas, logrando de esta manera, el control de una parte importante de la recaudación haciendo uso de una menor cantidad de los fondos, reorientando los recursos siempre escasos de la administración hacia los contribuyentes con mayor potencial fiscal.

En este mismo orden de idea, para el año 2001 en Gaceta Oficial N° 37.305, se aprueba el proyecto de Ley. Modificando así el Código Orgánico Tributario, dichas reformas da origen a los Créditos Fiscales. Producto de retención, los cuales van a representar un monto en dinero que se deduce en el momento de pago o abono en cuenta a favor

del contribuyente que realiza la venta de productos y/o servicios, en la determinación de la obligación tributaria.

Este procedimiento antes mencionado y poco utilizado, puede ser destinado como un pago de tributos nacionales y sus accesorios tales como: multas, intereses moratorios, entre otros. Es importante señalar, que estos son instrumentos de curso legal y autorizado por el Seniat.

Esta situación mencionada ha traído como consecuencia que las empresas importadoras de equipos médicos y medicamentos, como lo es el caso en Laboratorio Especialistas Médicas Santa Rita II, C.A. que se dedica a prestar servicios de todo tipo de exámenes, tales como: hemograma completo, urianálisis completo, heces por parasitosis, sangre oculta, entre otros de interés, se ha visto afectados como resultado de la presión ejercida por los tributos que conforman el universo del sistema impositivo nacional, aplicado a los enriquecimiento o bienes que perciban o se posean, disminuyendo su

capacidad financiera y de alguna forma su capacidad adquisitiva.

Discusión

Es importante que la empresa, le exija a la Administración Tributaria, la elaboración, aplicación y difusión de un reglamento de fácil entendimiento que haga una expedita y efectiva el reintegro de los créditos fiscales.

Generar información eficaz y oportuna a fin de dar a conocer los procedimientos pautados para la recuperación de los créditos fiscales dentro del marco legal, a objeto de dar una salida oportuna a los saldos tributarios acumulados en manos de las empresas.

Solicitar ante el poder legislativo la modificación de la Ley de ISLR a objeto de insertar dentro de sus articulados un nuevo artículo que haga referencia a la recuperación de los créditos fiscales por parte de las empresas importadoras.

Conclusiones

Durante el desarrollo de la investigación, se determinó que existe una deficiencia en

cuanto a la recuperación de los créditos fiscales, este hecho fue evidente al verificar que del total de la muestra manifestaron no conocer este instrumento, cuestión que es preocupante para la empresa.

En lo relativo al cumplimiento de las obligaciones fiscales establecidas por la Administración Tributaria para la recuperación de los créditos fiscales por parte de la empresa y es obvio que este tipo de beneficio tributario se debe cumplir a cabalidad todos los requisitos y pasos que exigen las normativas legales establecidas para tal fin.

En lo que respecta a los procesos que contempla la Administración Tributaria para la recuperación de los créditos fiscales y que deben ser llevados a cabo por las empresas importadoras de equipos médicos, es considerado como un derecho por parte de las misma y solicitarlo a la Administración Tributaria lo pagado en exceso.

Referencias

- Arias, F. (2006). **El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica** (5ª Edición). Caracas, Venezuela: EPISTEME.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial No. 36.680. 30 de diciembre del 1999.
- Código Orgánico Tributario. La Asamblea Nacional De la República Bolivariana de Venezuela. 17 de octubre de 2001. Gaceta oficial N° 37.305
- Ley Orgánica Tributaria. (2014). Gaceta oficial Extraordinaria N° 6.152 del 18 de noviembre del 2014.
- Lisboa, R. (2019). Outsourcing: ¿qué es y por qué es importante en la era digital? Disponible: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-outsourcing/> consultado: mayo 29, 2022.
- London, C. (2015). La retención de IVA como prueba de Crédito Fiscal: Disponible: <http://gerenciaytributos.blogspot.com/2012/07/la-retencion-del-iva-como-pruebadel.html> Consultado: junio 01, 2022
- Ludeña, J. (2021). Crédito Fiscal. Economipedia.com
- Sabino, C. (2013). **El Proceso de investigación**. (2ª Edición). Caracas, Venezuela: PANAPO

**APLICACIÓN INTELIGENTE PARA EL
DEPARTAMENTO DE ATENCIÓN AL
CLIENTE EN UNA EMPRESA**Juan Brito ⁷**Resumen**

Durante muchos años se han desarrollado nuevas técnicas que permitan mejorar la relación entre el cliente y la empresa, ya que los clientes son un pilar para la empresa. La atención al cliente es un servicio que ofrece la empresa para atender las consultas y problemas de los clientes y brindarles información, este aspecto es importante, ya que interactúa directamente con el cliente. Muchas empresas comenzaron a disponer de herramientas inteligentes para atender esta problemática, buscando siempre reducir el costo por servicio, aumentar las ganancias y proporcionar una excelente calidad en el servicio de atención al cliente. En la investigación se busca proponer el uso de un sistema experto, también conocido como chatbot, sistema diseñado para la atención al cliente. Para ello se consultaron diversas fuentes para dar validez a toda la información encontrada, también analizar las diferentes técnicas de inteligencia artificial que puedan ser relevantes en una aplicación para la atención al cliente, finalmente, proponer una aplicación funcional que proporcione un mejor servicio de atención al cliente, que genere menos costo y aumente las ganancias de la empresa. Se concluye, una aplicación que emplee la inteligencia artificial para optimizar el departamento de atención al cliente de una empresa son capaces de cumplir con esta labor de una forma excelente.

⁷Estudiante de Ingeniería de Sistemas Universidad Bicentennial de Aragua. Núcleo San Antonio de los Altos. Estado Miranda.

Palabras clave: inteligencia artificial, sistema experto, chatbot, Atención al cliente

**SMART APPLICATION FOR THE
CUSTOMER SERVICE DEPARTMENT IN A
COMPANY****Abstract**

For many years, new techniques have been developed to improve the relationship between the client and the company, since clients are a pillar for the company. Customer service is a service offered by the company to address customer queries and problems and provide them with information, this aspect is important, since it interacts directly with the customer. Many companies began to have intelligent tools to address this problem, always seeking to reduce the cost per service, increase profits and provide excellent quality customer service. The research seeks to propose the use of an expert system, also known as chatbot, a system designed for customer service. For this, various sources were consulted to validate all the information found, also analyze the different artificial intelligence techniques that may be relevant in an application for customer service, finally, propose a functional application that provides a better customer service. client, which generates less cost and increases the profits of the company. It is concluded that an application that uses artificial intelligence to optimize the customer service department of a company is capable of fulfilling this task in an excellent way.

Keywords: artificial intelligence, expert system, chatbot, customer service

Introducción

La atención al cliente es un factor importante al tomar en cuenta para una

empresa, ya que por este medio se interactúa con los clientes y consumidores. Estudios demuestran que los clientes pierden interés si el proceso o respuesta de atención consume mucho tiempo. Esto puede generar pérdida de clientes y aumentar los costos por servicio de la empresa. El objetivo de esta investigación es proponer una herramienta tecnología que haga uso de la inteligencia artificial para acelerar el proceso de atención al cliente, reducir el costo por servicio y satisfacer a los clientes.

Para lograr este objetivo, se realizó una investigación consultando fuentes fiables para fundamentar la investigación. En la sección de bases teóricas se desarrollaron temas relacionados con esta área para su mejor comprensión. Posteriormente en la sección de antecedentes se analizaron trabajos anteriores relacionados con la inteligencia artificial, específicamente los sistemas expertos, ya que estos son usados principalmente en los chatbots. Finalmente, en la sección de propuesta se propone la

solución para el problema, abarcando sus principales definiciones, funcionamientos, ventajas que ofrece y áreas donde se aplica.

Como se ha mencionado en la introducción, el departamento de atención al cliente es un área muy importante para la imagen de una empresa, ya que es la encargada de interactuar con los clientes, aclarando dudas y brindándoles la atención que necesiten referente a los productos o servicios que ofrezca la empresa.

Este servicio debe ser optimizado en cuanto a su funcionamiento, ya que la empresa debe invertir en recursos para poder prestar este servicio, dependiendo de la optimización que esta área tenga, podrá generar menos costo por servicio a la empresa. Por otro lado, disponer de una buena atención al cliente proporcionará más ganancias a la empresa, ya que los usuarios se sentirán cómodos por la calidad de servicio. Actualmente es muy necesario buscar la mejor forma de atender a los clientes, debido a que por lo general los

usuarios buscan respuestas rápidas y tener una comodidad durante el servicio de atención al cliente.

Así como la tecnología ha avanzado en las últimas décadas empleándose en múltiples áreas, y también por la reciente pandemia, las empresas se han sumado a hacer uso de tecnologías con el objetivo de mejorar sus ganancias y gestión de la empresa. En la actualidad, muchas empresas han decidido disponer de una página web y ofrecer sus productos o servicios por el internet, ya que este medio es muy accesible para la gran parte de la población. El apartado de atención al cliente está incluido en estos sitios webs, disponiendo de formularios, números telefónicos, chats en vivo y otros medios de comunicación para brindar atención a los clientes o futuros compradores.

La atención al cliente es un factor importante para una empresa que ofrezca productos o servicios, ya que los clientes son la principal fuente de ingresos de la empresa, por lo que disponer de un sistema que

atienda las consultas o inquietudes de los clientes de la forma más eficiente posible, crea una gran satisfacción en el cliente y esto da una buena imagen empresarial.

Con la llegada de la pandemia en los últimos años, muchas personas comenzaron a solicitar sus productos o servicios vía internet otro medio de telecomunicación. Esto generó una saturación en el área de atención al cliente, por lo que muchas empresas empezaron a invertir en soluciones más efectivas para atender la creciente demanda.

Un estudio realizado por Sotto Tempo Advertising, Customer Observatorium (2021) refleja que, el 72.2% de la población española ha utilizado el servicio de atención al cliente en el último año. También refleja que el 74.6% de la población considera que la calidad de la atención al cliente influye altamente en la decisión de compra o recompra. Otro resultado importante es que el 75.6% de los usuarios declararon que estarían dispuestos a cambiar de proveedor si recibiera una atención al cliente de baja

calidad. Finalmente, el 61.1% está dispuesto a gastar más si reciben una buena atención al cliente.

Se tiene como resultado que, la atención al cliente es un factor muy importante para mantener una empresa, por lo que disponer de una excelente calidad de servicio de atención al cliente, brindará mejores resultados económicos.

Las aplicaciones inteligentes también se expanden en diversas áreas, ya que ofrece una enorme cantidad de ventajas respecto a los sistemas anteriores. Estos sistemas están diseñados para imitar el pensamiento humano, pudiendo realizar una gran cantidad de operaciones de lógicas en un plazo de tiempo corto y con resultados mayormente correctos. Las aplicaciones de la inteligencia artificial son diversas y por ello se ha decidido investigar qué aplicación inteligente se puede implementar en el departamento de atención al cliente de una empresa, con la intención de optimizar los procesos de consultas de los clientes.

Revisión teórica

En esta investigación se abordarán conceptos que tienen mucha relevancia para la temática, a continuación, se desarrollarán cada uno de ellos para reforzar en entendimiento de esta investigación:

Calidad de servicio

La calidad es un atributo que es dado a cualquier cosa que tenga valor con respecto a otras cosas dentro de un mismo entorno. Es así como un producto comercial tiene mejores atributos con respecto a otro producto comercial de la misma categoría. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que tiene el cliente del mismo, este valor es dado si cumple con las necesidades específicas del producto o servicio.

Berry, Bennett, y Brown (1989) en su trabajo de calidad de servicio define la calidad como: no es conformidad con las especificaciones sino más bien conformidad con las especificaciones de los clientes. La calidad en el servicio adquiere realidad en la

percepción, considerando esta como un deseo más que la percepción, ya que esta última implicaría un pensamiento y análisis anterior.

De esta cita, se entiende que, la calidad de servicio la determina el cliente si el producto o servicio cumple con sus especificaciones. Si excepción alguna, toda empresa, negocio u organización dispone de una calidad.

Cumplir con las especificaciones de calidad que satisfagan al cliente proporcionara buena reputación a la organización, esto genera más influencia, llegando a más clientes y, por ende, generando más ingresos.

Departamento de atención al cliente

Se define como el área de una empresa responsable de brindar seguimiento a los clientes actuales, ya sea que hayan adquirido o no, un producto o servicio de la empresa. El objetivo principal de esta área es resolver las dudas de los clientes en cuanto al proceso de compra, envíos, devoluciones entre otros.

Esto crea una relación duradera basada en la satisfacción.

Según Laza (2019) en su artículo de gestión de la atención al cliente/consumidor exclama lo siguiente: el éxito y reputación de una empresa no dependerá únicamente de la calidad de los productos que venda o del servicio que ofrezca, y tampoco de una excelente imagen en sus instalaciones o páginas web; sino también de la forma en que esta interactúe con su clientela.

Por lo que, la atención al cliente es un aspecto tan importante como lo es la calidad de los productos o servicios, imagen de la empresa o publicidad de la empresa. Por lo que la atención al cliente se ha convertido en un requisito obligatorio dentro de cualquier compañía.

Software

Es un término informático que hace referencia a un programa, así como datos, procedimientos, algoritmos y pautas que permiten realizar distintas tareas en un sistema informático. Prácticamente el término

software hace referencia a todo aquello que abarca la parte intangible de una computadora. Su objetivo es realizar operaciones o procesamientos de información mediante un algoritmo establecido para cumplir una determinada tarea.

Al respecto, Alberto (2021) define la influencia del software en las empresas: pueden convertirse en la clave del éxito de las mismas. Las nuevas tecnologías son cada vez más importantes para cualquier negocio. Actualmente, el mundo digital ofrece una gran cantidad de opciones para hacer las tareas de la gestión empresarial mucho más sencillas y rápidas.

De esta cita se entiende que, el uso de softwares que facilitan la gestión del negocio es enorme, cada aspecto de cada tipo de negocio está cubierto con algún programa existente. En la actualidad muchos negocios sin importar su tamaño disponen de software para la gestión del negocio.

Los softwares están diseñados para cumplir una determinada tarea, estas pueden

ser redacción, gestión de información, procesamiento de datos, redacción, comunicación entre otros. En la siguiente imagen se aprecia algunos de los softwares informáticos más conocidos.

Inteligencia artificial

Se puede decir que la Inteligencia Artificial (IA) es la ciencia centrada en crear programas y mecanismos que simulen una inteligencia como la del ser humano. De esta forma, la IA es capaz de procesar grandes cantidades de datos, señalando patrones y tendencias, obteniendo resultados buscados de manera rápida, automática y precisa, además de formular predicciones o cumpliendo tareas previamente señaladas.

La IA se aplica a distintos sectores empresariales, estos pueden ir desde sencillos chatbots hasta el asesoramiento financiero de los clientes a la hora de tomar decisiones de inversión y ahorro. Esta herramienta tiene tanto aplicaciones prácticas como financieras.

Para Rouhiainen (2018) en su aporte sobre la Inteligencia artificial, la define de la siguiente forma: La IA es la capacidad de las máquinas para usar algoritmos, aprender de los datos y utilizar lo aprendido en la toma de decisiones tal y como lo haría un ser humano. Sin embargo, a diferencia de las personas, los dispositivos basados en IA no necesitan descansar y pueden analizar grandes volúmenes de información a la vez.

Se entiende que, la IA simula la inteligencia de un ser humano, siendo capaz de analizar grandes volúmenes de información sin descanso alguno y con una disponibilidad 24/7.

La utilidad de la IA abarca muchas áreas por su gran potencial, las grandes empresas disponen de la IA tanto para sus productos como para su propia gestión. Esto resulta en un enorme interés e inversión para adquirir y desarrollar nuevos proyectos basados en IA

Según el Artificial Intelligence Index Report 2019, el volumen de artículos sobre inteligencia artificial peer-reviewed ha crecido

un 300% en 2018 con respecto a 1998. Esto demuestra el creciente interés por la inteligencia artificial, esto tiene como efecto, el desarrollo de nuevas tecnologías que implementen la inteligencia artificial, como se puede apreciar en la siguiente gráfica 2:

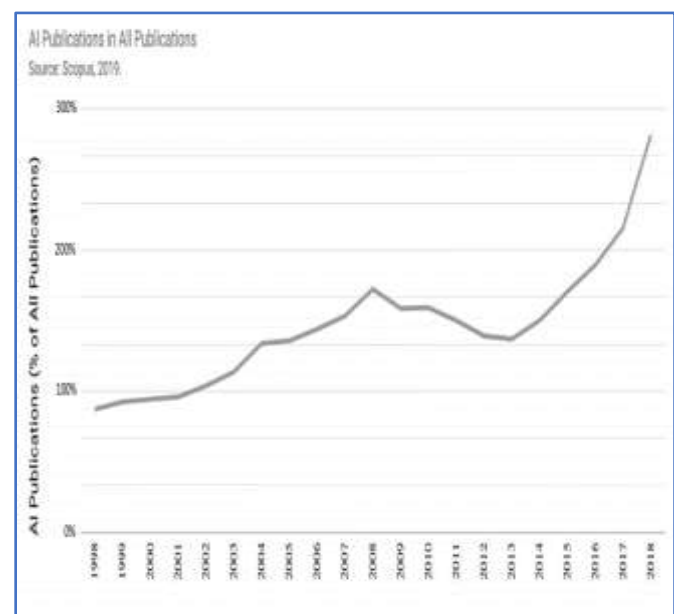


Gráfico .2. Incremento del volumen de artículos sobre inteligencia artificial (1998-2018)

Fuente: José G. (2019).

Sistemas basados en conocimiento (sistema experto)

Los sistemas basados en conocimientos o sistema experto, principalmente se componen de dos elementos básicos, primero, la base de conocimiento, esta contiene únicamente el conocimiento del problema que previamente fue suministrada por un experto humano, segundo, la máquina de inferencia, que contiene los métodos para manipular el conocimiento. Dicho de otra forma, este sistema está dividido en dos componentes, la parte encargada de contener la información es la base de conocimiento y la que implementa los métodos de solución del problema es la máquina de inferencia.

Los sistemas expertos tienen aplicaciones en las ciencias sociales, donde busca ofrecer ayuda para solventar problemas de análisis mediante la recopilación de conocimiento

En la Fig.2 se puede observar un esquema de un sistema experto y su relación con un experto real y usuario:

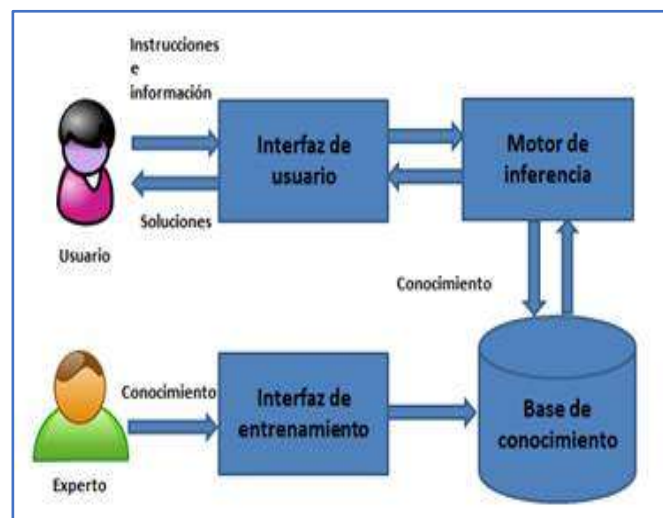


Figura 2: Esquema general de los elementos que forman el SBC.

Fuente: Alberto F. P (2021).

Para Márquez (2004) en su trabajo sobre introducción en los sistemas expertos define que son: el primer producto verdaderamente operacional de la inteligencia artificial. Son programas de ordenador diseñados para actuar como un especialista humano en un dominio particular o área de conocimiento.

Por consiguiente, estos sistemas tienen como propósito imita el comportamiento de un experto humano en la solución de problemas. Puede almacenar conocimiento de diversos expertos en un campo

determinado con el objetivo de solucionar un problema mediante la deducción lógica de conclusiones.

Razonamiento basado en casos y antecedente en su área

Se define como el proceso de solucionar nuevos problemas basados en problemas anteriores. Se trata de una manera de razonar haciendo analogías. En otras palabras, los casos anteriores se utilizan como una base de datos donde se obtiene información para tratar el problema presente, muy parecido a un sistema basado en conocimiento.

Así mismo Fernández (2008) explica el razonamiento basado en casos “Un problema nuevo (al decir nuevo nos referimos a nunca antes tratado) es resuelto cuando se encuentra un caso pasado similar y se reutiliza en la situación del problema nuevo.”

En el primer aporte correspondiente a Quintanar (2007), quien realizó “sistemas expertos y sus aplicaciones” donde se

encuentra información fundamental sobre los sistemas expertos.

En el apartado de “Campos de la Inteligencia Artificial” Quintanar menciona que la IA se define en 4 campos de estudio; simulación sensorial, robótica, lenguajes naturales y sistemas expertos. En este último campo se encuentra información fundamental para el presente artículo de investigación. En este trabajo se encuentra también apartados muy relevantes para esta investigación, como lo son las tareas que realizan los sistemas expertos, aplicaciones de los sistemas expertos en las empresas, campos de aplicación de los sistemas expertos y ejemplos de sistemas expertos en empresas.

Se puede decir que, mediante la información disponible en este trabajo, los sistemas expertos tienen múltiples aplicaciones que son de gran utilidad en temas tan variados que pueden ir desde la medicina hasta la enseñanza, incluyendo aplicaciones en las empresas.

Presentación de la propuesta

Se mencionó el problema que tienen las empresas en el área de atención al cliente. Haciendo un breve resumen, cuando una empresa tiene muchas solicitudes por parte de los clientes, estas pueden llegar a acumularse, ocasionando retraso en la respuesta y generando desinterés en los clientes. Por otro lado, el área de atención al cliente es la encargada de interactuar con el público, por lo que esta debe ser sumamente cuidadosa al tratar con los clientes para tener una buena reputación y generar clientes leales que estén dispuestos a seguir adquiriendo los productos o servicios que ofrece la empresa.

La propuesta que se busca dar ante esta problemática es hacer uso de un software que emplee la inteligencia artificial, específicamente, un sistema basado en conocimiento o sistema experto, ya que estos sistemas pueden simular un experto en un área determinada, con el objetivo de brindar información de una forma automática a los

clientes de la empresa. El área donde se emplearía este sistema corresponde al departamento de atención al cliente, donde el conocimiento que dispondrá el sistema experto será referente a la empresa.

El software más ideal para resolver este tipo de problemas son los bots de conversación, también conocidos como chatbots. Un bot conversacional o chatbot, es una aplicación de software impulsado por la inteligencia artificial que simula mantener una conversación con una persona brindando respuestas automáticas previamente establecidas por un grupo de expertos en una determinada área. Comúnmente estos bots son llamados sistemas expertos, utilizan el razonamiento basado en casos para resolver nuevos problemas basados en problemas anteriores.

De acuerdo con García (2019), éstos pueden ser definidos como: un programa que sirve para establecer una conversación entre personas y un bot –a través de mensajes de texto o mensajes orales– y que está

programado tanto para responder preguntas sobre temas específicos como para realizar acciones que las personas ordenan a través del chat; de este modo, un chatbot puede informar sobre los servicios de una empresa, los precios de distintos productos, ofrecer orientación turística e incluso tramitar un pago autorizado por el cliente con quien dialoga.

De esta forma, estos bots tienen la capacidad de establecer una conversación simple con los clientes y realizar tareas administrativas. Por lo general, la interacción con estos bots se basa en textos (chat), como si fuera una conversación por mensajes de texto con otra persona, aunque también hay modelos que disponen de una interfaz de usuario multimedia que permiten la entrada auditiva. Estos bots son capaces de comprender la forma en la que están estructuradas las frases mediante una serie de patrones comparativos.

El objetivo principal de los chatbots es mejorar el servicio de atención a los clientes de las empresas, siendo capaz de brindar y

recopilar información que sea útil para resolver las consultas o problemas de los clientes, siendo capaz de generar respuestas rápidas y concisas a cuestiones habituales de los usuarios, adicionalmente es capaz de enviar información y publicidad de forma automática de la empresa.

Douglas (2022) señala las ventajas que tiene hacer uso correctamente de un chatbot en el departamento de atención al cliente de una empresa: pueden aumentar los ingresos de una empresa en un 25%, reducir los costos de servicio en un 30% y satisfacer al 68% de los usuarios que buscan respuestas rápidas.

Por lo que, hacer uso de un chatbot, además de facilitar el proceso de consulta de los clientes, genera varios beneficios a las empresas, incrementando las ganancias, reduciendo los costos por servicio y satisfaciendo a los usuarios.

Utilidad de los chatbots en el servicio de atención al cliente:

- **Autoservicio:** los chatbots pueden brindar atención al cliente las 24 horas del día, los 7 días de la semana, eso es una ventaja enorme, ya que según Douglas da Silva (2022) “el 60% de los clientes afirma que resolver sus problemas rápidamente es uno de los aspectos más importantes de una buena experiencia con una empresa”
- **Automatización de procesos:** normalmente el personal de atención al cliente, necesita recopilar el nombre de la persona, sus datos y tipo de problema para dar respuestas, esto puede causar una demora en la respuesta. Los chatbots pueden realizar este proceso automáticamente, reduciendo el tiempo de respuesta y mejorando la satisfacción con el servicio al cliente que brinda la empresa.
- **Personalización de interacciones:** según la investigación de Epsilon (2018) 8 de cada 10 clientes tiene más probabilidades de comprar un producto o servicio de una marca que les ofrece experiencias personalizadas. Los chatbots pueden personalizar las

interacciones con sus clientes a gran escala, pudiendo referirse hacia el cliente por su nombre y consultar su historial de transacciones para brindar soporte contextual.

- **Organización del flujo de atención:** los chatbots permite organizar los tickets según su nivel de prioridad, asignando a un agente responsable y optimizando el tiempo de resolución, esto aumenta la eficiencia del proceso de soporte.

Metodología

Fase 1: Diagnóstico

La fase de diagnóstico permite recopilar la información necesaria para el planteamiento de las causas del problema. Las actividades correspondientes a esta fase son:

- Realizar entrevista al jefe del departamento de atención al cliente
- Realizar observación de los procesos de adquisición de servicio
- Aplicar cuestionarios a los clientes
- Definir el problema

- Diagramar los procesos de la situación actual.

Fase 2: Determinación de requerimientos

El objetivo de la determinación de requerimientos es definir los aspectos de validación de las entradas, requerimientos de procesamiento, requerimientos de salida y parámetros mínimos de instalación. Asimismo, realizar un análisis documental para evaluar los formularios del sistema. Las actividades correspondientes a esta fase son:

- Realizar análisis situacional
- Realizar análisis documental
- Determinar requerimientos de entradas, procesos y salidas

Fase 3: Diseño

El diseño se fundamentará en la definición de requerimientos para el control y procesamiento de los datos. Las actividades de esta fase son:

- Diseñar interfaz gráfica del chatbot
- Diseñar la base de conocimiento
- Programar el sistema de información

Fase 4: Evaluación

La fase de evaluación tiene dos objetivos fundamentales: en primer lugar, realizar las pruebas necesarias (alfa y beta) y, por último, determinar la conveniencia financiera del proyecto, tanto para el futuro cliente como para el autor. Las actividades asociadas a esta fase son:

- Validar el sistema
- Realizar el manual de usuario del sistema
- Realizar análisis costo-beneficio de la propuesta

Conclusiones

La atención al cliente, desde hace muchas décadas, es un servicio que brinda las empresas a sus clientes con la finalidad de aclarar dudas o solucionar problemas respecto al producto que ofrece la misma empresa. Es muy importante invertir esfuerzo en cumplir con las necesidades de los clientes, ya que esta es un factor fundamental que afecta enormemente la calidad de servicio de la empresa.

La tecnología avanza en muchas áreas, algunas empresas están empezando a hacer uso de estas nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, para mejorar sus ganancias, toma de decisiones, gestión administrativa y brindar una mejor calidad de servicio a los clientes. Los chatbots existen desde hace bastante tiempo, su principal objetivo es simular a un experto humano en una determinada área, para brindar información basada en conocimientos anteriores, esto es una excelente herramienta si es empleada correctamente en el departamento de atención al cliente, ya que estudios demuestran que los clientes están dispuestos a adquirir más productos si reciben una buena atención al cliente. Los clientes son el pilar para mantener una empresa, ya que es la principal fuente de ingreso, por otro lado, los clientes son los que califican la calidad del producto o servicio, disponer de una atención inmediata es favorable para la calidad de servicio.

El autor concluye que, disponer de un chatbot en el departamento de atención al cliente de una empresa, es una solución muy eficiente, ya que permite prestar un servicio de atención al cliente automatizado, reduciendo enormemente el tiempo de respuestas, con una disponibilidad 24/7 y reduciendo el costo por servicio de la empresa. Todos estos factores se transforman en un aumento de la calidad de servicio, ganancias para la empresa y una mejor experiencia para los clientes.

Referencias

- Sotto Tempo Advertising, Customer Observatorium (2021). **Atención al cliente**. <https://lideresenservicio.com/wp-content/uploads/2021/04/V-CUSTOMER-OBSERVATORIUM.pdf> consultado el 26 de julio 2022.
- Berry, L., Bennett, D., y Brown, C. (1989). **Calidad de servicio**. Disponible en: http://docencia.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf Consultado el 24 de Julio 2022.
- Laza, C. (2019). **Gestión de la atención al cliente/consumidor**. UF0036. Tutor Formación. Disponible en: <https://acortar.link/SubdcW> Consultado el 24 de Julio del 2022.

- Alberto F. (2021). **Los 10 mejores softwares para empresas. Nextibs.** Disponible en: <https://www.nextibs.com/noticias/los-10-mejores-softwares-para-empresas/> Consultado el 24 de Julio del 2022.
- Rouhiainen, L. (2018). **Inteligencia artificial.** Madrid: Alienta Editorial. Disponible en: https://static0planetadelibroscom.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/40/39308_Inteligencia_artificial.pdf Consultado el 24 de Julio del 2022.
- García, J. (2019). **Este es el estado actual de la inteligencia artificial a nivel mundial, según el AI Index Report 2019.** Disponible en: <https://www.xataka.com/inteligencia-artificial/este-estado-actual-inteligencia-artificial-a-nivel-mundial-ai-index-report-2019> Consultado el 24 de julio del 2022.
- Márquez, J. (2004). **Introducción a los sistemas expertos.** Consultado en Revista Bibliotecas [En línea] Disponible en, 6(03), 2004. Consultado el 24 de Julio del 2022. Disponible en: <http://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w21782w/Introduccion%20a%20los%20Sistemas%20Expertos.pdf>
- Lozano, L., y Fernández, J. (2008). **Razonamiento basado en casos: Una visión general.** Disponible en: <http://www.infor.uva.es/~calonso/IAI/TrabajoAlumnos/Razonamiento%20basado%20en%20casos.pdf> Consultado el 24 de Julio del 2022.
- Quintanar, L. (2007). **Sistemas expertos y sus aplicaciones.** Disponible en: <https://acortar.link/ocsaVE> Consultado el 24 de Julio del 2022.
- García, J. (2019). **¿Qué tareas han adoptado los chatbots en las empresas?** Telcel empresas (en línea). Consultado el 26 de julio del 2022. Disponible en: <https://www.telcel.com/empresas/tendencias/notas/tareas-chatbots-en-empresas>
- Douglas D. (2022). **Chatbot para atención al cliente: ¿cómo y dónde usarlo?** Consultado el 26 de julio del 2022. Disponible en: <https://www.zendesk.com.mx/blog/chatbot-atencion-cliente/>
- Epsilon (2018). **New Epsilon research indicates 80% of consumers are more likely to make a purchase when brands offer personalized experiences.** Disponible en: <https://www.epsilon.com/us/about-us/pressroom/new-epsilon-research-indicates-80-of-consumers-are-more-likely-to-make-a-purchase-when-brands-offer-personalized-experiences> Consultado el 26 de julio del 2022.

AUDITORÍA FINANCIERA DEL PASIVO, DE CONFORMIDAD CON LAS NORMAS INTERNACIONALES DE AUDITORÍA. CASO DE ESTUDIO: EMPRESA QUÍMICA

Mari Luz Díaz ⁸
Francisco Acevedo ⁹

Resumen

El objetivo de la investigación consistió en describir el proceso de auditoría financiera del pasivo en la empresa Químicas Beta, S.A., de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría (NIA). Metodológicamente la investigación está enmarcada en un enfoque cuantitativo, diseño de campo, nivel descriptivo, para la recolección de datos se aplicaron las técnicas de observación, análisis documental y la encuesta; la evaluación del control interno se efectuó en un cuestionario dicotómico. Respecto al desarrollo del examen de las cuentas del pasivo, se llevaron a cabo las siguientes etapas: Fase 1: planificación de la auditoría; Fase 2: ejecución del trabajo y Fase 3: resultado final de la auditoría. La investigación arrojó que existen debilidades en el sistema de control interno de los pasivos, se carece de firmas mancomunadas en los pagos de las obligaciones,

⁸Investigador en Ciencias Sociales de la Universidad de Carabobo (UC), Venezuela Directora de Asuntos Profesorales en la UC, Campus La Morita. Candidata a Doctora en Ciencias Administrativas y Gerenciales UC. Licenciada en Contaduría Pública UC. MSc. en Administración Mención Finanzas y en Administración del Trabajo y Relaciones Laborales UC.
mariluzdiazbrice@gmail.com<https://orcid.org/0000-0003-0546-5627>

⁹ Licenciado en Contaduría Pública Universidad de Carabobo (UC) Venezuela. Docente ordinario de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UC. Diplomado en Normas Internacionales de Información Financiera para Pymes. Secretario General de la Junta Directiva del Colegio de Contadores Públicos del Estado Aragua. franciscoacevedo18@gmail.com

existe registro inoportuno de las obligaciones contraídas, se encontró inconsistencias en las cifras de los pasivos. Se recomienda a la organización implementar un adecuado sistema de control interno así como realizar los registros de ajustes para saldar las diferencias de los saldos de las cuentas por pagar en condiciones óptimas.

Palabras clave: Normas Internacionales de Auditoría, fases de auditoría, control interno, cuentas por pagar

FINANCIAL AUDIT OF LIABILITIES, IN ACCORDANCE WITH INTERNATIONAL AUDITING STANDARDS. CASE STUDY: CHEMICAL COMPANY

Abstract

The objective of this investigation was to describe the process of financial audit of the liabilities in the company Químicas Beta, S.A., in accordance with the International Auditing Standards (NIA). Methodologically, the research is framed in a quantitative approach, field design, descriptive level, for the data collection the techniques of observation, documentary analysis and the survey were applied; the evaluation of internal control was carried out in a dichotomous questionnaire. Regarding the development of the examination of the liability accounts, the following stages were carried out: Phase 1: audit planning; Phase 2: execution of the work and Phase 3: final result of the audit. The investigation showed that there are weaknesses in the internal control system of liabilities, there is a lack of joint signatures in the payments of the obligations, there is an untimely registration of the obligations contracted, inconsistencies were found in the figures of the liabilities. It is recommended that the organization

implement an adequate internal control system as well as make adjustment records to settle the differences in the balances of accounts payable in optimal conditions.

Key word: International Auditing Standards, audit phases, internal control, accounts payable.

Introducción

En la actualidad a nivel mundial es imprescindible en las empresas el desarrollo de auditorías externas, ya que de esta manera los contadores se comprometen a reunir evidencia, suficiente y adecuada para proporcionar un nivel de seguridad en los estados financieros. Respecto a la razonabilidad de las cifras reflejadas así como también con el cumplimiento de las normas de contabilidad establecidas en cada país.

De este modo, la auditoría es el examen de los estados financieros de una organización para emitir una opinión acerca de si éstos presentan o no razonablemente la situación económica financiera y de resultados, de conformidad con Normas Internacionales de

Contabilidad, aplicando las técnicas y procedimientos establecidos para tal fin.

Ahora bien, los auditores externos al examinar los estados financieros de una organización deben considerar las Normas Internacionales de Auditoría (NIA), emitidas por el comité IASSB (International Auditing and Assurance Standards Board) de la IFAC (International Federation of Accountants). Las mismas contienen un conjunto de principios y procedimientos esenciales que debe aplicar el auditor al efectuar el proceso de auditoría. Parte de los estados financieros que debe revisar un auditor externo al efectuar el examen, es el balance general, que está conformado por activo, pasivo y patrimonio. Respecto a los pasivos, el auditor debe verificar que estas obligaciones representen situaciones de hecho y no simples suposiciones; cerciorarse de que los pasivos con instituciones de crédito estén respaldados por contratos firmados por funcionarios con facultades legales para ello y verificar que los pasivos con instituciones de

crédito estén adecuadamente valuados y revelados en el estado de posición financiera. En este mismo orden de ideas, los objetivos del auditor en las cuentas por pagar, de acuerdo a Sánchez (2006), son los siguientes: cerciorarse de que el estado de posición financiera incluya la totalidad de las obligaciones provenientes de las compras de mercancías; verificar que estos pasivos se identifiquen con incrementos a las cuentas de inventarios correspondientes; cerciorarse de su adecuada presentación en el estado de posición financiera, de acuerdo con su origen y con sus fechas de vencimiento.

Los errores más comunes en el ciclo de compras son: se contabilizan pero no se reciben los bienes o servicios, se realiza una compra no autorizada, se recibe la mercancía pero no se contabiliza, se registra un importe incorrectamente por error de transcripción, se registra la compra en cuentas incorrectas y en un período contable que no corresponde.

La empresa Químicas Beta, S.A., cuenta con un departamento de cuentas por pagar,

igualmente posee un auditor interno, sin embargo, no se ha realizado una evaluación efectiva del posible riesgo de acumular deudas con proveedores, el único análisis de antigüedad de saldos es el que refleja el sistema automatizado. La empresa estudiada, contrata los servicios para una auditoría externa con la finalidad de determinar la razonabilidad de los saldos de sus estados financieros y analizar el componente de los pasivos, que proporcione una seguridad relativa de las cuentas a sus accionistas.

El objetivo de la presente investigación consiste en describir el proceso de auditoría financiera del pasivo en la empresa Químicas Beta, S.A., de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría (NIA).

Metodología

El enfoque de la investigación es cuantitativo debido a que la ejecución del proceso de auditoría implica realizar el examen de las cuentas del pasivo para emitir una opinión sobre la razonabilidad de las cifras reflejadas

en el estado de situación financiera. El diseño es de campo, nivel descriptivo.

Para la recolección de datos se emplearon las técnicas de observación. Se realizó análisis documental para la aplicación de las distintas normativas que rigen la auditoría. Para evaluar el control interno de pasivos en la empresa estudiada se aplicó un cuestionario dicotómico con opciones de respuesta si/no.

En cuanto al proceso para efectuar la auditoría del pasivo a la empresa Químicas Beta, S.A., se llevaron a cabo las siguientes fases: Planificación que implica un estudio preliminar de la organización identificando las principales actividades, metas y objetivos luego la siguiente fase es la ejecución del trabajo, donde se aplican los programas de trabajo y se obtiene de evidencia, finalmente la tercera fase en la cual se realiza el informe de auditoría.

Resultados y Discusión

Caso de Estudio: Auditoría del Pasivo en la empresa Químicas, Beta, S.A.

Químicas, Beta, S.A., es una empresa del ramo comercial de Químicos que contrató los servicios de una firma de auditoría externa para el año 2020, por lo cual se debe analizar la razonabilidad de los Estados financieros de dicha empresa al 31/12/2020. En este sentido, el presente caso de estudio corresponde específicamente la revisión a las cuentas de pasivos con cifras hipotéticas para respetar la integridad del nombre y cifras de la organización.

De acuerdo a los estados financieros proporcionados por la empresa, las deudas y obligaciones de la organización, están conformadas por las cuentas: préstamo bancario y cuentas por pagar a proveedores. Para llevar a cabo el proceso de la auditoría del rubro pasivo correspondiente al estado de situación financiera de Químicas, Beta, S.A., el auditor llevó a cabo las fases indicadas en la figura 1, igualmente aplicó las respectivas Normas de Auditoría en cada etapa del proceso.

Figura 1: Fases del proceso de auditoría del pasivo a Químicas BETA, S.A.



Fuente: Los autores (2021)

Para la fase 1, denominada planificación de la auditoría, se tomaron en cuenta las siguientes Normas Internacionales de Auditoría: NIA 300 Planeación de una auditoría de estados financieros, NIA 315 Identificación y evaluación de los riesgos de error material mediante el entendimiento de la entidad y su entorno, NIA 320 Importancia relativa en la planeación y realización de una auditoría.

Respecto a la fase 2, ejecución de la auditoría, las Normas Internacionales que se aplicaron fueron las siguientes: NIA 500 Evidencia de auditoría. NIA 501 Evidencia de auditoría: consideraciones específicas para

partidas seleccionadas. NIA 505 Confirmaciones externas. NIA 510 Trabajos iniciales de auditoría – Saldo inicial NIA 520 Procedimientos analíticos. NIA 530 Muestreo de auditoría, y NIA 580 Declaraciones escritas.

En cuanto a la fase 3, resultado final de la auditoría, se efectuó el trabajo de auditoría en base a: NIA 700 Formación de una opinión e informe sobre estados financieros, NIA 705 Modificaciones a la opinión en el informe del auditor independiente, NIA 706 Párrafos de énfasis sobre asuntos y párrafos de "otros asuntos" en el informe del auditor independiente, NIA 710 Información comparativa. Cifras correspondientes y estados financieros comparativos, NIA 720 La responsabilidad del auditor en relación a otra información en documentos que contienen estados financieros auditados.

Planificación del proceso de auditoría

En la fase de planificación, tomando en cuenta la Norma Internacional de Auditoría

300, se estableció la relación entre los auditores y la empresa Químicas Beta, S.A., la cual permitió determinar el alcance y los objetivos de la auditoría. También se realizó un diagnóstico de la situación de la entidad referente a su organización, sistema de contabilidad, sus controles internos, entre otros aspectos que le permitieron al auditor elaborar el programa del trabajo que se ejecutó.

En las entrevistas realizadas al personal adscrito al departamento de cuentas por pagar y contabilidad, se conoció que Químicas Beta, S.A., es una empresa que se encarga de la compra, venta y distribución de químicos para la industria farmacéutica y línea del hogar, fundada en el año 2004, es una pymes, posee un sistema automatizado de contabilidad, carece de manuales de normas y procedimientos, así como tampoco cuenta con lineamientos de control interno en el área de cuentas por pagar que garanticen la eficiencia operacional.

Programa de auditoría de la cuenta pasivos

Tomando en consideración lo descrito en la Norma Internacional de Auditoría 300, los auditores en la organización objeto de estudio, establecieron una estrategia global de auditoría que permitió estipular el alcance, el momento de realización y la dirección de la auditoría, que guío el desarrollo del plan de auditoría.

En este sentido, se elaboró un programa por cada sección que se va a evaluar, es decir se planificó las tareas a ejecutar por cada una de las cuentas que conforman el pasivo y el personal que realizará dicha labor. Cada programa de Auditoría permitió el desarrollo del plan de trabajo general, pero a un nivel más analítico, aplicado a un área en particular.

En el caso de Químicas Beta, S.A. los principales procedimientos que planificó la firma de auditoría para ser llevados a cabo por el personal durante el trabajo de campo

fueron: 1. Aplicación del Cuestionario de control interno, 2. Verificar exactitud de los saldos, 3. Examinar la documentación de las obligaciones, 4. Evaluar la presentación de las obligaciones en los Estados Financieros, 5. Preparar cédula sumaria de los pasivos, 6. Preparar cédula del resultado de las confirmaciones, 7. Examinar las operaciones del siguiente período contable con objeto de localizar pasivos no registrados.

Evaluación del Control Interno del pasivo de Químicas Beta, S.A.

El control interno es el conjunto de planes, métodos y procedimientos establecidos por una organización, con el propósito de proteger sus activos, que sus registros contables sean fidedignos y la actividad de la entidad se lleve a cabo eficazmente de acuerdo con las políticas trazadas por la gerencia, en atención a las metas y los objetivos previstos.

Existen distintos métodos para la evaluación del control interno por parte del auditor, dentro de los que se pueden

destacar: narrativos, diagramas de flujo, y el cuestionario. Meléndez (2016). Al respecto afirma, que el cuestionario de control interno está formado por una lista de interrogantes que deben ser contestadas por los empleados de la organización, que a su vez el auditor debe supervisar dichas respuestas para constatar la veracidad de la información obtenida.

En la evaluación del control interno a través del cuestionario aplicado a la organización objeto de estudio se evidenció que las compras efectuadas son autorizadas mediante solicitudes de compra, igualmente, se planifican los pagos de acuerdo a las fechas de vencimiento, sin embargo no existe un adecuado control con respecto a las fechas de vencimiento de las obligaciones contraídas, ni tampoco, se registran de forma oportuna las cuentas por pagar.

Ejecución de la auditoría de la empresa Químicas BETA, S.A

Una vez culminado el proceso de planificación, la siguiente fase es la ejecución

de la auditoría, en esta etapa se realizaron los distintos tipos de pruebas y análisis a los estados financieros para determinar su razonabilidad. Esta es una de las fases más importantes porque se ve reflejado el trabajo del auditor y sus resultados. Los elementos que constituyen esta etapa son: los procedimientos de auditoría, evidencias, hallazgos, y papeles de trabajo.

Procedimientos de Auditoría de los pasivos

Los procedimientos de auditoría son el conjunto de técnicas que formaron parte de la evaluación de un rubro de los estados financieros de una empresa, por medio de las cuales el contador público se fundamentó para emitir una opinión. En este sentido, el auditor durante la ejecución de su trabajo en Químicas Beta, S.A. aplicó tanto pruebas de control como procedimientos sustantivos.

Los procedimientos se aplicaron tomando en cuenta lo descrito en la Norma Internacional de Auditoría, 330, emitida por la International Federation of Accountants

(IFAC), es decir, se aplicaron pruebas de controles y también procedimientos sustantivos (inspección, observación, indagación, confirmación, recálculo, reejecución o procedimiento analítico).

En este caso particular, referente a los procedimientos para examinar los pasivos corrientes y otros pasivos se consideró lo descrito por Grisanti (2009), confirmación, pagos posteriores, revisión de documentos soporte, verificación de cálculos, investigación de posibles pasivos no registrados; revisión de la adecuada presentación y revelación de estas partidas en los estados financieros.

Los auditores de la empresa Químicas Beta, S.A., efectuaron las confirmaciones para obtener información por escrito, por parte de organizaciones que hayan otorgado crédito, préstamo u otra obligación a la empresa auditada, esto en concordancia con la Norma Internacional de Auditoría 505, ya que dicha evidencia otorga confiabilidad en el proceso de auditoría externa. El criterio

para selección se realizó de acuerdo a la NIA 530 muestreo por unidad monetaria, los proveedores de Químicas Beta, S.A. seleccionados para la confirmación se pueden observar en la tabla 1.

Tabla 1: Lista de proveedores para confirmación de saldos.

Nro.	Proveedor	Monto
1	Quimicas H	189.000,00
2	Industrias Tenic, C.A.	250.000,00
3	Compuestos Dhl	323.000,00
4	Quimicas Médicas	56.000,00
5	Industrial Medic	325.689,00
6	Instrumentales Médicos	0
	TOTAL	1.143.689,00

Fuente: Los autores (2021)

Presentación de errores encontrados por el auditor, en Químicas Beta, S.A.

Durante la revisión el auditor encontró que la empresa Químicas Beta, S.A., al 31-12-2020, tiene gastos de electricidad por 2.000,00 unidades monetarias y gastos de

agua por 3.000,00 unidades monetarias. Dichos gastos son incurridos (causados) y no pagados del mes de diciembre. Por otro lado, el auditor se entrevistó con el Gerente de Ventas, y constató por documentación recibida que no se han registrado comisiones por ventas del mes de diciembre por 6.000,00 unidades monetarias.

Al circularizar a los proveedores, se recibe del proveedor Instrumentales Médicos, una diferencia la cual consiste en una factura que hace referencia a una compra realizada el 30/12/2020 por un monto de 155.000,00 unidades monetarias. Químicas Beta S.A., recibió un préstamo bancario por 900.000 unidades monetarias el 25/12/2020 al 25% anual a 180 días con intereses cancelados al vencimiento del plazo. (Intereses causados desde el 26/12/2020 hasta el 31/12/2020)

Además, de acuerdo a la documentación, Químicas Beta, S.A., no ha cancelado los honorarios profesionales a H&B Abogados; según se evidencia en documentación, por un monto de 300.000 unidades monetarias.

También durante el proceso de auditoría se evidenció que el monto total de garantía por prestaciones sociales acumuladas y depositadas en fideicomiso bancario, asciende a 100.000.

La empresa tiene un periodo de cierre contable que abarca los meses de enero a diciembre. El 31 de diciembre de 2020 la compañía calcula el monto por prestaciones sociales correspondientes a cada uno de sus trabajadores, determinando un monto total por 120.000 unidades monetarias.

Ahora bien, durante la ejecución del programa de auditoría resultaron pasivos no registrados por 744.698,63 unidades monetarias como se evidencia en la tabla 2, los mismos corresponden a 155.000,00 de una compra realizada a crédito donde se recibe la mercancía pero no se registra el pasivo. Igualmente 589.698,63 de gastos causados y no pagados durante el ejercicio económico 2020.

Tabla 2: extracto de cédula sumaria auditoria de pasivos

DESCRIPCIÓN	SALDO EMPRESA	AJUSTE		SALDO AUDITORÍA
	AL 31/12/2020	DEBE	HABER	
Cuentas Por Pagar	1.143.689,00	0	155.000,00	1.298.689,00
Préstamo Bancario	900.000,00	0	-	900.000,00
Gastos Acumulados Por Pagar	-	0	589.698,63	589.698,63
TOTALES	2.043.689,00	0	744.698,63	2.788.387,63

Fuente: Los autores (2021)

Durante la fase 3, el informe final de auditoría se elaboró tomando en cuenta la NIA 700, 705, 706, y 707, en el mismo se indicó un tipo de opinión con salvedad, debido a que los pasivos de la entidad no reflejan razonablemente la situación financiera de la empresa debido a las inconsistencias encontradas, ya que no fueron registradas todas las operaciones que afectan a los rubros de cuentas por pagar a proveedores y gastos acumulados por pagar, incumpliendo así con lo indicado en la característica cualitativa integridad del marco conceptual de las NIIF para Pymes.

Conclusiones

En la actualidad el proceso de auditoría es de vital importancia porque incrementa el grado de confianza de los usuarios de los estados financieros de una organización. Esta seguridad es debido a que el auditor emite una opinión sobre si los estados financieros han sido elaborados de acuerdo a las normas de contabilidad aplicables, así como la existencia de razonabilidad en cuanto a las cifras.

De acuerdo a los resultados obtenidos durante el proceso de auditoría al pasivo de la empresa Químicas Beta, S.A., una vez aplicadas las pruebas de cumplimiento se puede evidenciar que existen debilidades en el sistema de control interno, se carece de control con respecto a las fechas de vencimiento de las obligaciones contraídas, no se utilizan firmas mancomunadas en los pagos de las obligaciones, no se registran de forma oportuna las cuentas por pagar.

Respecto a las pruebas sustantivas, se encontraron inconsistencias en las cifras de

los pasivos presentados por la organización por lo cual se determina que los estados financieros no reflejan razonablemente la situación financiera de la empresa porque no fueron registradas todas las operaciones que afectan a los rubros de cuentas por pagar a proveedores y gastos acumulados por pagar. Igualmente se evidenció de acuerdo a las confirmaciones realizadas obligaciones contraídas y no registradas.

Se recomienda a la organización implementar un sistema de control interno que implique: adecuado control con respecto a las fechas de vencimiento de las obligaciones contraídas, registrar firmas mancomunadas en los pagos de las obligaciones, y registrar de forma oportuna las cuentas por pagar. Igualmente la organización debe elaborar los manuales de normas y procedimientos, así como los lineamientos de control interno de los pasivos.

También es prudencial que Químicas Beta, S.A., efectúe los asientos de ajuste para

saldar las diferencias de los saldos de las cuentas por pagar; tomando en cuenta que la información debe ser completa, los estados financieros deben contener todas las transacciones que impacten el desempeño económico de la entidad. Una información incompleta, puede llevar a los usuarios de los estados financieros a interpretar de forma errada la información y, a su vez, tomar decisiones distintas a las que tomarían si la información estuviera completa.

Referencias

- Grisanti, A. (2009). **Lecciones de Auditoría III. Venezuela.** Vadell Hermanos. <http://www.vadellhermanos.com>
- Meléndez J. (2016). **Control Interno.** Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú. <https://acortar.link/noFXHP>
- Norma Internacional de Auditoría 315 (2013). Identificación y evaluación de los riesgos de error material mediante el entendimiento de la entidad y su entorno. <http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20315%20p%20def.pdf>
- Norma Internacional de Auditoría 300. (2013). Planificación de la Auditoría de Estados Financieros (NIA-ES 300) <http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20300%20p%20def.pdf>
- Norma Internacional de Auditoría 320 (2013). Importancia relativa en la planeación y realización de una auditoría. <http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20320%20p%20def.pdf>
- Norma Internacional de Auditoría 330 (2013). Respuestas del Auditor a los Riesgos evaluados. <http://www.icac.meh.es/NIAS/NI A%20330%20p%20def.pdf>
- Norma Internacional de Auditoría 500 (2013). Evidencia de auditoría. <http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20500%20p%20def.pdf>
- Norma Internacional de Auditoría 501 (2013). Evidencia de auditoría: consideraciones específicas para partidas seleccionadas.

<http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20501%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Auditoría 505 (2013).
 Confirmaciones Externas.

<http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20505%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Auditoría 530. (2013).
 Muestreo de auditoría.

<http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20530%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Auditoría 580 (2013).
 Declaraciones escritas.

<http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20580%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Auditoría 700 (2013).
 Formación de una opinión e informe sobre estados financieros.

<http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20700%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Auditoría NIA 510 (2013). Trabajos iniciales de auditoría – Saldos

iniciales. <http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20510%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Auditoría NIA 520 (2013). Procedimientos analíticos.

<http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20520%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Auditoría NIA 700 (2013). Formación de la opinión y emisión del informe de auditoría sobre los estados financieros

<http://www.icac.meh.es/NIAS/NIA%20700%20p%20def.pdf>

Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES) (2006). IFRS Foundation

Sánchez, G. (2006). Auditoría de estados financieros. Segunda edición, México.

Pearson Educación. <https://issuu.com/opval>

[lar/docs/gabriel_sanchez_curiel -](https://issuu.com/opval)
[auditor_a](https://issuu.com/opval)

Un contador es capaz de sumar las satisfacciones, multiplicarlas por los sueños, restarle las decepciones y dividir por la mitad aquellos problemas que no tengan importancia para tu vida.

Autor: Anónimo

**APLICACIÓN INTELIGENTE PARA LA
GESTIÓN COMERCIAL EMPRESARIAL**Ezeylis Salazar ¹⁰**Resumen**

En la actualidad, alcanzar nuevas experiencias para el consumidor, potenciadas con inteligencia artificial (IA) se ha convertido en un determinante que puede propiciar ventaja competitiva empresarial. Este artículo está orientado a examinar los usos de la Inteligencia Artificial (IA) para el diseño de estrategias comerciales, el objetivo general es crear estrategias comerciales mediante la IA, se indicaran funciones y características del sistema, las cuales facilitan la toma de decisiones para mejorar o innovar en las estrategias y analizar mediante la metodología de caso de estudio su pertinente aplicación, como herramienta tecnológica de apoyo sistémico a las organizaciones, en el panorama actual de la era digital, y como respuesta para enfrentar la alta competitividad en el marco de la globalización. Se presenta una aproximación del análisis del entorno basado en datos de estudios, que buscan la caracterización del ambiente tecnológico global y sus tendencias, como puntos de referencia para mostrar la evolución actual del uso de la inteligencia artificial en la gestión comercial empresarial; luego el alcance de las características y funciones de la IA seguido de ámbitos específicos apropiados para su uso en estrategias comerciales de mercadeo digital y finalmente referencias de estudios de caso de éxito, que están utilizando esta tecnología, para crear experiencias personalizadas en la era digital, como evidencia de su pertinencia para competir en la actualidad.

¹⁰Estudiante de Ingeniería. Universidad Bicentennial de Aragua.
Facultad De Puerto Ordaz - Estado Bolívar

Palabras clave: Estrategia digital, Inteligencia artificial, Marketing, Tecnología de la información, experiencia de cliente.

**SMART APPLICATION FOR BUSINESS
COMMERCIAL MANAGEMENT****Abstract**

At present, achieving new experiences for the consumer, powered by artificial intelligence (AI) has become a determinant that can promote business competitive advantage. This article is aimed at examining the uses of Artificial Intelligence (AI) for the design of commercial strategies, the general objective is to create commercial strategies through AI, functions and characteristics of the system will be indicated, which facilitate decision making to improve or innovate. in the strategies and analyze through the case study methodology its pertinent application, as a technological tool for systemic support to organizations, in the current panorama of the digital age, and as a response to face high competitiveness in the framework of globalization. An approximation of the analysis of the environment based on study data is presented, which seeks to characterize the global technological environment and its trends, as reference points to show the current evolution of the use of artificial intelligence in business business management. Then the scope of AI features and functions are presented followed by specific domains appropriate for use in digital marketing business strategies and finally references to successful case studies that are using this technology to create personalized experiences in the digital age. digital, as evidence of its relevance to compete today.

Keywords: Digital strategy, Artificial intelligence, Marketing, Information technology, customer experience.

Introducción

En la era digital y de la industria, las nuevas formas de producción de bienes y servicios, han generado que las empresas tengan que competir con fábricas inteligentes, que han generado nuevas exigencias competitivas. Como: alta productividad y eficiencia, mayor grado de simulación y modelación virtual rápida de productos o servicios, minimización de costos operativos; respecto a los tiempos de producción y comercialización menor, disminución del trabajo operativo humano y más actividades realizadas por robots, sistemas automatizados de producción, comercialización, procesos de gestión más rápidos, eficientes y seguros.

En este escenario, solo la adopción o transferencia de tecnologías apropiadas como la inteligencia artificial IA y la inversión en digitalización y automatización, les permitirá competir a las empresas en el panorama actual, con procesos comerciales más automatizados, para responder ahora a los

clientes que demandan más productos de alta calidad personalizados, lo que exige una innovación permanente, que impacta el escenario laboral del ingeniero comercial.

La Cuarta Revolución Industrial es una realidad, que seguirá impactando disruptivamente todos los ámbitos productivos y de la sociedad global. La era digital, ha generado la posibilidad de crear nuevos procesos innovadores y creativos en el ámbito comercial. Donde conceptos como: empresa cognitiva y diseño colaborativo, son un nuevo enfoque, para evolucionar en diseño y comercialización personalizada.

En este panorama las universidades y sus programas académicos, los gobiernos, la sociedad, las fábricas y sus empleados, tendrán que asumir nuevos roles, adaptarse y transformarse para competir, como premisa para seguir en el mercado, garantizando el desarrollo socioeconómico de las naciones.

Se debe agregar que, según una encuesta efectuada a más de 4 000 profesionales de TI de 93 países y 25 industrias, sobre el Informe

de tendencias tecnológicas de IBM (2011) identificaron al análisis empresarial como una de las principales tendencias tecnológicas en la década de 2010. Además, un estudio realizado por Monleon (2013) demostró que el uso de big data en marketing puede aumentar la productividad del 15% al 20% en la empresa.

Así mismo Ruíz y Bastidas (2017) manifiestan la ayuda para los especialistas en la toma de decisiones comerciales respecto a: Segmentación, análisis predictivo, tareas de investigación de mercado, análisis de abandono, monitoreo de redes sociales, entre otros. En definitiva, estas cifras evidencian la importancia de la aplicación de las TI en el procesamiento de datos para la obtención de resultados en cortos períodos de tiempo que posibiliten decisiones oportunas desde los mandos gerenciales.

En la actualidad, el auge de las compañías con tecnología y los entornos interactivos son las tendencias líderes del mercado. Por tanto, la mercadotecnia de la nueva era ya no solo

se ocupa del producto, precio, distribución, comunicación; ahora, a través de entornos interactivos y de la tecnología inherente en las transacciones cotidianas, se orienta a la profundización de las relaciones con los clientes mediante la atención de sus expectativas.

Se examinará los usos de la inteligencia artificial (IA) para el diseño de estrategias comerciales, para identificar su importancia e indicar las funciones y características. Que pueden facilitar la toma de decisiones para mejorar o innovar en las estrategias comerciales, como herramienta tecnológica y apoyo sistémico a las organizaciones, en la creación, diseño, transformación, proyección o análisis de los productos y servicios, como transferencia tecnológica pertinente, en el panorama actual de la era digital.

Actualmente nos encontramos en la era de la automatización, la digitalización y la computación cognitiva (IA), el nuevo objetivo para las empresas en el escenario global es ser más productivas, competitivas y

eficientes, para generar innovaciones creativas en los procesos comerciales, que puedan garantizar calidad en productos y servicios.

Las empresas se encuentran obligadas a transformar sus procesos comerciales, para adaptarlos a las posibilidades y opciones que ofrece la inteligencia artificial. En el comercio digital, las expectativas se vuelven mucho más desafiantes, ya que las tendencias reestructuran y transforman las industrias y demandas de los consumidores rápidamente.

Para cambiar la experiencia del cliente es necesario cambiar la estrategia en el uso de los datos, su decodificación es clave para conservar el valor de la marca y tener relaciones rentables. En el mercado actual la capacidad de respuesta basada en el análisis de datos, es relevante y fundamental, su lentitud afecta negativamente a las organizaciones.

Los datos más fundamentales, se encuentran en formatos no estructurados, como: imágenes, lenguaje natural, ideas y

datos oscuros que están fuera del alcance de la mayoría de las empresas; el 88% de todos los datos disponibles son oscuros para la mayoría de las empresas, según el informe de (IBM Resear, 2018).

La inteligencia artificial (IA) se creó con el fin de optimizar las operaciones que realizan las empresas, estas tecnologías ayudan a tomar decisiones más rápidas y precisas, ya que al trabajar con un mayor número de datos, realizan acciones más correctas. Cuando se habla del costo que conlleva implementar herramientas de la IA, muchas de las organizaciones piensan en una inversión muy grande, y por eso, no las implementan.

La IA ha beneficiado a las PYME y Startups que no poseen recursos para desarrollar sus propios sistemas de inteligencia artificial, pero si pueden hacer uso de herramientas que fueron creadas por otras empresas, como Watson de IBM, Amazon Go, entre otros.

En consecuencia a lo anterior cabe destacar que Paul Roetzer (2017), fundador del Instituto de IA desarrolló las 5Ps del Marketing en IA: planificación, producción, personalización, promoción y desempeño (performance). Sumado a ello; Sterne (2017) agrega que, la IA es útil para los asistentes de marketing en el campo de publicidad digital, en actividades como: compra programática, email marketing, optimización de sitios web y sus motores de búsqueda.

El presente artículo de investigación tiene como objetivo realizar una propuesta de implantación de la aplicación IBM Watson Marketing para el diseño de estrategias comerciales empresariales. Se procederá a explicar las características del aplicativo IBM Watson Marketing cómo han tenido un efecto positivo en la experiencia de cliente. Para luego realizar un análisis de factibilidad de la propuesta.

Metodología

La metodología empleada para la realización del artículo está basada en

métodos y procedimientos para la recolección y análisis de la información. Para ello, se ha revisado y organizado información procedente de artículos académicos y estudios de fuentes como Google Académico y páginas web, así como otros artículos relevantes sobre el tema.

La encuesta es un método de recolección e investigación de datos que permite adquirir mayor información de fuentes primarias. Según Malhotra (2004) la encuesta puede cumplir una variedad de propósitos y se la puede ejecutar de diferentes maneras dependiendo de la metodología de investigación y los objetivos que se hayan planteado. Este método se plantea a través de un cuestionario estructurado que se aplica a los encuestados con la finalidad de obtener información específica.

Empleando el enfoque cualitativo (Rojas, 2011), se guía por temas o áreas significativas de investigación, los estudios cualitativos permiten desarrollar interrogantes e hipótesis antes, durante o después de la

recolección y análisis de datos, que sirve para descubrir cuáles son las interrogantes más importantes, perfeccionarlas y responderlas.

La aproximación cualitativa (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014), tiene una variedad de concepciones que concuerdan en que todo individuo, grupo, sociedad o sistema social tienen diferentes formas de ver el mundo y entender los diferentes eventos o situaciones. Esto se construye a través del inconsciente, las vivencias de otros o por la propia experiencia, y a través de la investigación se trata de comprenderla en su contexto.

Una investigación descriptiva, donde las propiedades de mayor importancia de las personas, grupos sometidos a análisis, capaz de seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y la descripción detallada de categorías o clases de ese objeto.

Investigación exploratoria, (Cabezas Mejía y Andrade Naranjo, 2018), los estudios de tipo exploratorio son la fase inicial que se

realizan cuando el objetivo de la investigación es explorar un tema que ha sido poco estudiado o se tiene muy poca información relacionado al tema propuesto, permiten avanzar la investigación a través de la caracterización o descripción del fenómeno de estudio.

Desde el método analítico, se obtienen resultados mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos el cual descompone un objeto en partes para estudiarlas en forma individual y determinan por el campo de la realidad del que se ocupan y los objetivos que se buscan en una investigación.

Resultados y Discusión

Se organizó coherentemente la información recopilada, en base al tipo de documento, título, autores y aportes relevantes según la herramienta tecnológica Perish que muestra el número de citas para mayor rigurosidad y respaldo científico del contenido. Esta metodología, arrojó 80 documentos válidos para el estudio, de ellos

44 en idioma inglés (equivalente al 55%) y 36 en idioma español (equivalente al 45%).

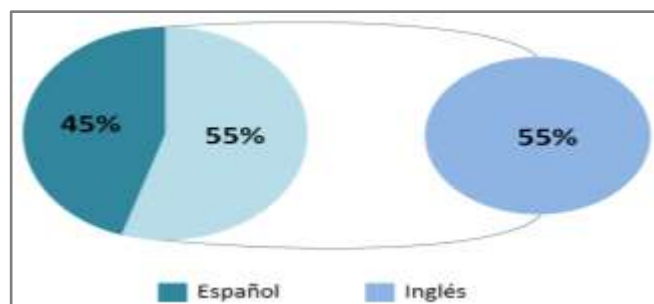


Figura 1. Cifras de documentos en español e inglés. Fuente: Elaboración propia en base a Perish (Harzing, 2010)

1. -IBM WATSON

A nivel general, el objetivo principal con que las empresas utilizan la IA actualmente es para la mejora de la experiencia de cliente. Según (Charlán, 2018) “La experiencia de cliente no sólo engloba el tiempo que pasa comprando el producto, sino el recuerdo que un individuo tiene de las diferencias entre las expectativas y la realidad de su relación con una empresa a lo largo del tiempo”.

De acuerdo con un estudio de Harvard Business Review, la probabilidad de que un cliente se convierta en recurrente es del 74% si tiene una buena experiencia, comparado

con un 43% en el caso de una experiencia insatisfactoria (DataStax, 2020).

Por lo mismo, las empresas de ahora ya no compiten en el mercado solo por ofrecer el mejor producto, sino por ofrecer la mejor experiencia. Una encuesta realizada por Massachusetts Institute of Technology a 600 ejecutivos de 18 países diferentes reveló que nueve de cada diez ya usan Inteligencia Artificial para la mejora de la experiencia de cliente. Para lograr dicho objetivo, la tecnología es usada en diferentes ámbitos empresariales: control de calidad y de inventario, oferta de producto y atención al cliente (MIT Technology Review Insights, 2020).

IBM en su página web en términos generales al caracterizar a Watson Marketing expone lo siguiente: Esta solución ofrece en el mercado datos y tecnología, como soporte para inspirar creatividad y una visión de marketing con múltiples posibilidades, a partir de: datos y conocimientos cognitivos para acelerar o automatizar procesos comerciales,

herramientas poderosas de análisis para tomar rápidamente mejores decisiones y entregar experiencias digitales, con evaluación analítica del valor de los resultados. Lo que se puede hacer con esta tecnología se presenta y resume en tres áreas que definen y representan por sí mismas, opciones de soporte para diseñar o desarrollar diferentes e innovadoras estrategias comerciales (IBM, 2018).

CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
Información De Marketing	El poder cognitivo de Watson permite entender el comportamiento del usuario y crear una combinación de interacciones que promueven la participación del usuario
Automatización De Campaña	Watson permite modificar las campañas, aunque estén activas, basándose en las necesidades de los clientes y las de la empresa.
Personalización En Tiempo Real	Watson Permite Identificar ofertas y mejorar las experiencias de usuario de manera cognitiva; mejorando el rendimiento de las campañas.
Gestión de personalización visual	Ofrece un editor de personalización visual que permite seleccionar una zona en una página web y establecer reglas y contenido de personalización.
Entrega de contenido dirigido	Realizar un seguimiento de los comportamientos web para visitantes conocidos o anónimos y ofrecer el contenido más relevante.
Personalización cognitiva	Aprender a través de cada interacción y entregar el contenido correcto a cada visitante dentro del contexto de sus interacciones previas con la marca
Experiencia mejorada del cliente	Mejorar las experiencias del cliente entregando contenido personalizado, basado en las reglas y la información disponible

Según la información anterior se concluye que, con la disponibilidad de esta tecnología, ahora las empresas pueden evolucionar a una plataforma tecnológica, con un gran potencial, para el rediseño creativo de nuevas estrategias de marketing, a partir del análisis de datos de los clientes, que pueden identificar y evidenciar realmente, lo que genera o inspira una decisión de compra. Esta herramienta hace posible la personalización y tiene la capacidad de su optimización en tiempo real, mientras gestiona la efectividad del marketing, mejorando la experiencia del cliente, evitando el exceso de interacción o fricción descontextualizada, que lo molesta. Sus características están diseñadas para evitar este problema.

En conclusión Watson marketing IA, permite generar un nuevo escenario para descubrir nuevas posibilidades en el diseño creativo y desarrollo de estrategias comerciales, que pueden significar:

- Profundizar los vínculos con los clientes.
- Aumentar el valor de la marca.
- El crecimiento empresarial.
- Desarrollar posibilidades competitivas escalables reales de manera confiable.

Explorar y aprender el cómo se puede utilizar esta tecnología para mejorar y respaldar el trabajo diario, actuar con mayor rapidez y precisión, incorporando información nueva y útil, que usada de manera estratégica, puede ayudar a reconsiderar las posibilidades de intervención de los profesionales del marketing, en función de los clientes, la marca y la empresa.

Conclusiones

En conclusión, la inteligencia artificial conocida como el ingenio de construir software y máquinas inteligentes pone a disposición tecnologías con el propósito de imitar y superar las capacidades del intelecto humano. La IA cambiará todo lo relacionado con la gestión comercial empresarial, especialmente la forma en que se relacionan

entre sí, los compradores y las marcas. Las tecnologías de la IA aplicadas a la gestión comercial empresarial transforman la manera de interactuar con clientes; es así como, surge un ecosistema enfocado en diseñar estrategias competitivas con facultades para predecir comportamientos. Finalmente, con la aplicación de las tecnologías de la IA a la gestión comercial empresarial, surge una nueva experiencia del consumidor por la personalización del servicio, y las actividades creativas del equipo de marketing adquieren relevancia porque potencian las innovaciones en diseño de productos ajustados a los intereses del consumidor. La mayoría de las empresas deben estar actualizadas, sobre las nuevas plataformas existentes, para poder utilizarlas de forma idónea y, por ende, contar con el personal adecuado para que se encargue de manejar dichas tecnologías. Las Redes Sociales son parte clave para cualquier tipo de empresa, pues es una forma práctica de llegar a más clientes interactuando con ellos, además ayuda a

reducir los costos de marketing, brindando una imagen fresca del producto o servicio a diferencia de los medios tradicionales. La factibilidad de implementar tecnologías de IA en las empresas muestra resultados muy positivos. En general los resultados evidencian que la inteligencia artificial está presente en las actividades cotidianas, sin embargo, las empresas aún tienen una participación inicial en el mercado en el uso de aplicaciones de la IA que usen el marketing digital, como una nueva forma de interactuar con sus clientes.

Referencias

- Albarrán, S. (2013). **La inteligencia analítica y la competitividad en las empresas.** REDALYC. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637967192005>, consultado 2022, Julio 10
- Almeida, F. (2013). **The main challenges and issues of big data management.** ACADEMIA. Disponible en: <https://www.academia.edu/19555998/The>

- [main challenges and issues of big data management](#), consultado 2022, Julio 10
- Bughin, J. (2017). **Artificial intelligence the next digital frontier?.** Mckinsey. Disponible en: <https://acortar.link/VpXAIW>, consultado 2022, Julio 13
- Fernández, A. (2006). **El futuro del Marketing Internacional.** Research. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/5016083_El_futuro_del_Marketing_Internacional, consultado 2022, Julio 16
- Ghanchi, J. (2019). **¿Cómo está revolucionando la inteligencia artificial el desarrollo de software?.** BBVA. Disponible en: <https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/inteligencia-artificial/como-esta-revolucionando-la-inteligencia-artificial-el-desarrollo-de-software/> consultado 2022, Julio 16
- IBM Watson Marketing. (2018). **Automatización de campañas.** IBM. Disponible en:

- <https://www.ibm.com/watson/marketing/campaign-automation/> consultado 2022, Julio 18
- Jarek, K. (2019). **Marketing and Artificial Intelligence**. CEEOL. Disponible en: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=775030>, consultado 2022, Julio 18
- Molsa, M. (2017). **Success factors when implementing AI-powered marketing solutions**. CORE. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/161419476.pdf>, consultado 2022, Julio 18
- Monleon, A. (2015). **El impacto del Big-data en la sociedad de la información. Significado y utilidad**. REVISTAS. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/51392/47672>, consultado 2022, Julio 13
- Paniagua, K. (2017). **Sobre la inteligencia artificial y el comportamiento humano**. ECONOMIA. Disponible en: <https://economia.nexos.com.mx/sobre-la-inteligencia-artificial-y-el-comportamiento-humano-una-conversacion-con-mitsuku/>, consultado 2022, Julio 16
- Ruiz, E. (2017). **IBM Watson marketing, la nueva herramienta**. EKIBA. Disponible en: <https://www.agenciaekiba.com/marketing-online/ibm-watson-marketing-la-nueva-herramienta/> consultado 2022, Julio 11
- Russell, E. (2018). **Inteligencia artificial un enfoque moderno**. Pearson. Disponible en: <https://luismejias21.files.wordpress.com/2017/09/inteligencia-artificial-un-enfoque-moderno-stuart-j-russell.pdf>, consultado 2022, Julio 15
- Sterne, J. (2017). **Artificial intelligence for marketing**. WILEY. Disponible en: <https://www.shabakeh-mag.com/sites/default/files/files/attachment/1396/05/1502457644.pdf>, consultado 2022, Julio 18

CAMBIO DE PARADIGMA EN LA ATENCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO, EN EL SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL

Nasser Álvarez¹¹

Resumen

La nueva gestión pública internacionalmente exige a empresas, organizaciones, instituciones y entidades del Estado, nuevos procesos y herramientas que mejoren el sistema administrativo del sector público para dar respuesta a las necesidades, expectativas y requerimientos que demandan los ciudadanos, en el ámbito del mejoramiento de la calidad en la atención del cliente externo. En ese sentido, el estudio tuvo como propósito develar el efecto que ha tenido la aplicabilidad de la nueva de gestión pública en el nivel de satisfacción del cliente externo enmarcado en el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) en el Distrito Metropolitano de Quito Ecuador, por el periodo 2010 – 2014 y 2015-2019. Basado en el paradigma de nueva gestión pública y la modernización de la gestión pública en el Ecuador del Siglo XXI se desarrolló una investigación de campo con apoyo documental bajo la metodología cualitativa; se aplicó un guion de preguntas a través de la técnica de entrevista estructurada, con cuatro informantes directivos de alta gerencia. Entre los resultados se encontró que, efectivamente los cambios en los mecanismos de gestión pública impulsados bajo la nueva gestión pública han generado una nueva cultura de responsabilidad para la satisfacción del cliente externo frente a la modernización e innovación de los procesos y calidad de los servicios activos en el SECAP. Se concluye que, la aplicabilidad de la nueva gestión pública en la entidad y particularmente en los procesos internos, va encaminada a la consecución de

los fines y propósitos institucionales, con miras a lograr soluciones inmediatas a las dudas y requerimientos del cliente.

PALABRAS CLAVE: atención, calidad, cliente externo, nueva gestión pública.

PARADIGM CHANGE IN EXTERNAL CUSTOMER SERVICE, IN THE ECUADORIAN PROFESSIONAL TRAINING SERVICE

Abstrac

The new public management internationally requires companies, organizations, institutions and State entities, new processes and tools that improve the administrative system of the public sector to respond to the needs, expectations and requirements that citizens demand, in the field of improving the quality of external customer service. In this sense, the purpose of the study was to reveal the effect that the applicability of the new public management has had on the level of satisfaction of the external client framed in the Ecuadorian Professional Training Service (SECAP) in the Metropolitan District of Quito Ecuador, for the period 2010-2014 and 2015-2019. Based on the paradigm of new public management and the modernization of public management in Ecuador in the 21st century, a field investigation was developed with documentary support under the qualitative methodology; A script of questions was applied through the structured interview technique, with four senior management informants. Among the results it was found that, indeed, the changes in the public management mechanisms promoted under the new public management have generated a new culture of responsibility for the satisfaction of the external client in the face of the modernization and innovation of the processes and quality of the active services. in SECAP. It is concluded that the applicability of the new public management in the entity and particularly in internal processes, is aimed at achieving the institutional goals

¹¹ Dr. PhD. Administración Pública. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Central del Ecuador. nfalvarez@uce.edu.ec

and purposes, with a view to achieving immediate solutions to the doubts and requirements of the client.

Key words: attention, quality, external customer, new public management.

Introducción

Los grandes entes internacionales como el Banco Mundial, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), entre las más importantes, piden un buen gobierno. En otras palabras, como expresa Larrea (2016), un Estado donde se reconozcan los grandes defectos en la atención y satisfacción de las necesidades del ciudadano, planteándose objetivos alcanzables o capaces de lograr y que promuevan la eficiencia; es decir, satisfacer las necesidades de su cliente que es el ciudadano.

En resumen, una Nueva Gestión Pública (NGP). Respecto a América Latina, comenta Limbatto (2018) que la gran mayoría de los países realizaron la actualización de la regularización sobre la calidad del servicio y

la calidad de la experiencia, estableciendo herramientas que permitan empoderar a los usuarios y a la par que se encuentren orientadas a flexibilizar los objetivos en indicadores de operatividad de la red, con el propósito de realizar el fomento de inversiones requeridas y de producir el incremento de la calidad y cobertura de los servicios, con iniciativas en el uso de las destrezas en las telecomunicaciones.

Estas herramientas, durante los últimos años, es común encontrarlas a través de aplicaciones específicas o sitios web dedicados. Esta tendencia creciente se viene incrementando con los años y su objetivo es intentar el acrecentamiento de la transparencia y brindar herramientas en línea a los usuarios. La NGP propone trasladar esa óptica de atención al cliente, al funcionamiento del Estado y las diversas instituciones que lo componen. Sin embargo, dice Guerrero (2001) que es la naturaleza propia del sector público que lo hace diferir del privado.

En tal sentido, Oszlak (2002), manifiesta que el rezago de Latinoamérica en este ámbito, indica que no solo los países latinoamericanos carecen de empleados públicos debidamente profesionalizados, sino que además varios burócratas han obtenido cargos y prerrogativas en función de la militancia política o lealtad partidista, dejando completamente de lado la capacidad que tenga el funcionario respecto al desempeño que el puesto requiera. El efecto consecuente de esta situación es una burocracia ineficiente y mal preparada, que incrementa la insatisfacción de los usuarios debido a la escasa calidad en la atención del servicio brindado.

En el caso de Argentina, vivió una década de reformas estructurales del Estado, donde se hizo presente la apertura y desregulación de los mercados, la flexibilidad laboral, la asistencia y privatización de políticas sociales, las cuales se encontraron basadas en políticas neoliberales. Corragio (2017) explica que, en este contexto, el trabajo se

articula en el fundamento político socio-laboral del Estado, donde es fundamental asumir un rol activo, en la generación de empleo, y mejoría de las condiciones laborales, así como el impulso de políticas de promoción de la economía social, cuya orientación se centra en la creación y el apoyo de formas de trabajo producto de la asociación y el cooperativismo, en conjunto con la creación de normas e instituciones orientadas a la regulación de este tipo de unidades laborales, que garanticen la protección social de los trabajadores que las conforman.

En Colombia, ha plasmado entre sus cuerpos jurídicos aspectos como, por ejemplo, el nombramiento de funcionarios a través de lógicas gerenciales. Estas reformas jurídicas, recogidas principalmente en la Ley 909, entran en vigencia en 2004 y establecen como principio la profesionalización de los empleados públicos, incluyendo directivos, y la disminución de la interinidad en los servicios públicos.

Además, según Cruz (2009), este país ha adoptado un enfoque funcionalista para evaluar las competencias y habilidades de los trabajadores públicos, con el propósito de superar el concepto tecnocrático que ve al empleado con más títulos como el más competente, y pasa a evaluar este parámetro a los empleados que combinan los conocimientos teóricos con destrezas y habilidades prácticas, junto con un manifiesto compromiso hacia las funciones asignadas.

Otro de los países en los que se puede apreciar iniciativas para optimizar el cuidado y atención al ciudadano es Brasil. Según Martínez (2005), es en el Estado de Bahía, en donde se ha consolidado el servicio de atención al ciudadano. Este programa se destaca entre los más emblemáticos de la región respecto de la NGP; y entre los resultados, se encuentran 600 tipos de servicios que ofrece esta plataforma, provenientes de 32 instituciones diferentes, pertenecientes a los 3 niveles de gobierno que funcionan en este país.

Además, se puede visualizar una infraestructura moderna, con instalaciones cómodas e incluso algunos servicios adicionales a los que ofrecen las instituciones públicas, como el de copiadora, que forma ya parte de la plataforma. Con todas estas características, esta red configura lo que Martínez (2005) planteaba como un mercado de servicios, todos ofertados en instalaciones de primera y bajo procesos sumamente eficientes que, hasta cierto punto, permiten al ciudadano gozar de una condición de cliente, desde la cual pueden escoger a que ofertante acudir para el servicio que buscan.

En el caso de Chile, en donde la nueva gerencia pública emerge después no solo de la crisis del modelo burocrático, sino, además, tras la culminación de la dictadura militar, hacia los años 90 del siglo pasado, desde la vuelta a la democracia hasta la presidencia de Michelle Bachelet, entre 2006 y 2010, se puede observar un consenso en el objetivo de modernizar el Estado,



independientemente de las distintas tendencias políticas de los gobernantes.

En cuanto a resultados, Araya y Cerpa (2009) manifiestan que los avances más sustanciales se dan en relación con la transparencia y el gobierno abierto. No obstante, los avances son aún escasos respecto a la profesionalización, modernización y optimización de las condiciones de empleo, aspectos directamente relacionados con la calidad en la atención del servicio.

En Ecuador, sobre todo en cuanto a las circunstancias políticas en las que se asume la NGP, para Núñez (2010) el elemento clave en este proceso es la Constitución del 2008, la cual representó un punto de inflexión frente a la inestabilidad que caracterizó al país durante los años 90 y los primeros diez años del siglo XXI. Durante este período, el país asimila un modelo empresarial de desarrollo que busca recuperar la aprobación ciudadana, aunque en la práctica obtendría resultados contrarios.

Por un lado, la confianza en la administración estatal se redujo tan drásticamente, que el descontento popular derivó en el derrocamiento de tres presidentes democráticamente electos. Por otra parte, la implementación del modelo empresarial derivó más beneficios y acumulación de recursos en manos de las grandes élites económicas del país, como sucedió en varios países latinoamericanos.

Existen avances como el mejoramiento de la infraestructura en los espacios de trabajo, el aumento de salarios y la valoración del rendimiento por metas colectivas. Pero también persisten problemas graves, como el uso desmedido de contratos temporales o la compra de honorarios profesionales de manera indiscriminada, así como la falta de presupuesto para capacitaciones o la disfuncionalidad de los equipos de dotación personal, entre otras falencias que merman a los empleados públicos sus condiciones laborales, y consecuentemente, dificultan la capacidad para garantizar la eficiencia del

servicio y una atención de calidad al ciudadano.

Por tanto, el propósito del estudio fue develar el efecto que ha tenido la aplicabilidad de la NGP en el nivel de satisfacción del cliente externo, enmarcada en el SECAP, en el Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador, periodo 2010 – 2014 y 2015 - 2019.

En dicho periodo se pudo detectar que el SECAP se encuentra en proceso de una atención personalizada y por lo tanto, un canal de información que aún se encuentra en construcción, tanto en la modalidad presencial como virtual sobre los diferentes programas de capacitación y acreditación, para los clientes externos que se encuentran en sus hogares o lugares de trabajo y que necesitan despejar cualquier inquietud, respecto a los servicios y la atención garantizada por la institución.

En el Ecuador, la NGP empieza a promover la descentralización del Estado, la existencia de un control menos jerárquico y mayores niveles de rendición de cuentas. Esto

conlleva a generar nuevas reglas en cuanto a las formas de trabajar, para permitir una atención de calidad e ideal para el cliente externo.

En el año 2008 el denominado Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) presentó la tipificación de los problemas del servicio público, estableciendo que son de tres tipos: estructurales, de comunicación y de recursos humanos. Al mismo tiempo, instauró el requerimiento de que los datos fueran complementados con información de tipo cualitativo, a fin de explicar los análisis ejecutados.

Sin embargo, las barreras para el acceso a ciertas instituciones del sector público por parte del ciudadano común y corriente son complicadas, y especialmente cuando se administra bajo el modelo tradicional, el cual es el instrumento que los gobiernos emplean para ejecutar los, planes, programas y proyectos.

Respecto a eso, los métodos y programas en la modernización y la NGP han caído en el fracaso, constituyéndose en un obstáculo mayor, sin importar la poca calidad en la atención y servicio, o la habilidad de responder y transformar la actitud de los clientes, quienes se quejan y denuncian constantemente por la negligencia, lentitud en los trámites, dificultad en la comunicación, desinformación o falta de ella, entre otras.

Actualmente Ecuador incorpora la mecánica organizacional y los elementos de la NGP y de gobierno, para asegurar la eficiencia económica y el alto rendimiento de las gestiones del gobierno, la armonía entre la relación ingreso y gasto público, lo que obligaría a hacer más transparentes las acciones de los caudales gubernamentales y eliminar lo vinculado a la corrupción. Permitiendo orientar la acción administrativa del gobierno central hacia el cliente externo, al mismo tiempo que las administraciones incorporen en su dirección, métodos vinculados con la dirección estratégica y la

dirección de la calidad, que permita la esquematización avanzada de la gestión del desempeño y del conocimiento.

A pesar de que las instituciones públicas del país han sido invitadas a la NGP, no todas han podido hacerlo. Algunas han perdido de vista el gran cambio hacia la modernización, hacia la descentralización y la calidad en el servicio, reafirmando el mismo concepto que tiene el ciudadano sobre el Estado.

La calidad en la atención al cliente externo no solo corresponde con los requerimientos normativos, sino que se manifiesta en la satisfacción de las necesidades, deseos y expectativas que generen confianza. Cuando se hace referencia a la calidad en la atención en los servicios públicos, se alude al crecimiento y orientación hacia la mejora constante, donde el objetivo es hacer óptimas las condiciones mediante las cuales se atiende y entregan los servicios a los clientes externos.

La calidad representa el medio ideal para llevar a cabo la construcción de sociedades

basadas en la sostenibilidad, equidad y la democracia. El cliente externo exige una gestión pública de mayor cercanía, que tenga la capacidad de atender sus demandas y requerimientos con la atención, eficiencia y transparencia que generen la simplificación de los trámites.

Por otro lado, la implementación de los sistemas de calidad requiere de la participación de forma integral de la institución en general, que tome en cuenta el alcance, las implicaciones, los procesos y las estrategias, a fin de lograr el posicionamiento de los servicios y ofrecer un nivel de atención acorde a los principios establecidos.

La participación integral de toda la institución es fundamental para implementar los sistemas de calidad, considerando el alcance, las implicaciones, estrategias y procesos, que permiten al servicio posicionarse y ofrecer una atención en altos niveles de forma constante y continua. En esta trayectoria el Estado ecuatoriano ha sembrado un hito, tomando la decisión de aplicar el modelo de

excelencia de las instituciones públicas, siguiendo el ejemplo de los Estados y sociedades que lideran en el mundo y Latinoamérica.

El cambio cultural que implica la NGP o la nueva gerencia pública, proporciona un cambio de pensamiento desde la filosofía y un papel fundamental del recurso humano; aportando creatividad e innovación en los diversos ámbitos de la institución, la entidad, la empresa u organización.

Transcurridos 25 años desde la aplicación de la NGP, Ecuador se encuentra frente a un escenario caracterizado por la complejidad. En los tiempos actuales de las organizaciones, la persuasión y la conservación de los clientes reales, depende de que sean internos o externos. Es por esto fundamental que la alta gerencia se comprometa con la estrategia más importante que debe asumir, y es la cultura de atención al cliente en sus colaboradores como un lineamiento fundamental en la ejecución de actividades.

De acuerdo con el Modelo Ecuatoriano de Calidad y Excelencia (MECE) y la Dirección de Calidad en el Servicio Público, hay coincidencia en que los lineamientos al ser adoptados, impulsarían a una institución pública a mejorar de forma continua y permanente, satisfaciendo las expectativas y necesidades de la ciudadanía y respondiendo a resultados cuantificables.

Para el Ministerio de Trabajo (2018), la idea es generar lineamientos a fin de que las instituciones logren desarrollar e implementar un sistema de gestión pública integrado. La intención es lograr excelentes resultados manifestados en el desempeño institucional, en el talento humano y en la sociedad, sirvan como fundamento en las autoevaluaciones, dentro de un proceso de continua mejora, a fin de otorgar reconocimiento a los niveles alcanzados.

Así, el objetivo principal del MECE, es desarrollar y buscar la excelencia de la administración pública, introduciendo la cultura de excelencia, guiarle hacia el ciclo de

PDCA (Planificación, desarrollo, control y acción) y realizar autoevaluaciones para tomar acciones de mejora y facilitar el aprendizaje.

Estos argumentos están basados en investigaciones bibliográficas realizadas y artículos publicados sobre el tema en estudio. Por lo tanto, la investigación y comentarios emitidos, tienen sustento científico y razonamiento lógico a partir de la recolección de datos en el campo, desde la mirada del personal directivo de la gestión pública.

Primero se muestra la postura teórica asumida desde la explicación del paradigma NGP; a continuación la postura de gerencia en las organizaciones para la optimización del funcionamiento institucional; y seguidamente, se conversa sobre la modernización de la gestión pública que ha surgido en Ecuador para este siglo XXI. Posteriormente, se explica la metodología asumida para el desarrollo de la investigación basada en el enfoque cualitativo con un diseño de campo con apoyo documental, que vislumbra a la

realidad de la aplicabilidad de la NGP en un contexto determinado, en este caso en el SECAP, en el Distrito Metropolitano de Quito, Ecuador, periodo 2010 – 2014 y 2015 - 2019. Para finalizar, se comparte los resultados obtenidos de la entrevista realizada a directivos y personal de la gestión pública, estructurada desde las categorías: a) la Nueva Gestión Pública Ecuatoriana; y, b) calidad en la Atención al Cliente Externo. Posteriormente, son contrastados con una discusión de la interpretación del investigador entrelazados con los resultados con la postura teórica asumida, para cerrar con las conclusiones que emergieron del estudio.

Paradigma Nueva Gerencia Pública

Se refiere a una novedad palpable debido a su origen, en concordancia con su configuración como paradigma y el impacto que ha generado. De acuerdo con el concepto organizacional, lo que hace la NGP es defender a las organizaciones públicas que deban ser controladas, pues Ostrom

(1989) considera que no es deber correspondiente a los burócratas o gerentes públicos, la definición de lo que resulta bueno o malo para la sociedad; son los ciudadanos quienes conocen que es lo que quieren.

En primer lugar, el gerente público realiza el diseño del programa, y posteriormente son los ciudadanos que son vistos como clientes, quienes tienen la capacidad de definir lo que es de mayor conveniencia y participar en la evolución del programa público. Es así como la NGP busca mejorar la capacidad de la administración, la productividad, la eficiencia y eficacia de los gobiernos, mediante el establecimiento de nuevas políticas encaminadas a culminar la dificultad económica y fiscal de los Estados.

Ciertamente, según Guerrero (2003), se trata de un modelo desde dentro hacia fuera, no de fuera hacia dentro, donde el gobierno trabaja mejor y genera mayores beneficios para la sociedad, dejando atrás las concepciones ideológicas, haciendo fundamental la lógica de responsabilidad,

racionalidad y calidez, a fin de trasladar las prácticas a un terreno distinto donde existe el predominio de los valores y los principios, así como eficacia y calidad en la tareas y en el servicio, para el cumplimiento de las obligaciones gubernamentales.

Es fundamental alejarse de las ideologías de izquierda y derecha, de este modo surgió la nueva administración pública, para darle paso a un nuevo modelo gerencial. En la actualidad, se basa en estructuras de gestión eficiente, la transparencia, la descentralización, desconcentración y participación, con la intención de encontrar una democracia más legítima, fomentar el servicio público y eficiente a través de brindarlo con los más altos estándares de calidad, para experiencia de los ciudadanos y que ellos puedan aprovecharlos sin ningún tipo de discriminación.

Algunos autores también lo llaman gerencia de calidad, ya que busca la complacencia del sujeto (consumidor), con la intención de tener en cuenta sus necesidades

y perspectivas a fin de atender sus requerimientos; por lo cual, se tienen cuatro conceptos: la visión de la prestación pública dirigida al cliente; valorar de acuerdo con los resultados; el formular como fundamento la disposición a la prestación de servicio público; y, fomentar la visión en gestión en los gerentes públicos.

Asimismo, la claridad y el paso a la información pública es esencial para mantener conectado al Estado y a su población, lo cual, ha incidido en el servicio público, fortificando el deber del Estado en la entrega de servicios de calidad, ya que el ciudadano conoce de los procesos y sus resultados, dando lugar a que exista transparencia de los servicios, trámites, resoluciones, normativas, contratación, entre otros.

Entonces, es importante destacar que cuando una institución pública ha satisfecho necesidades y generado valor público, se ha consolidado en una institución confiable; es decir, el Estado al adoptar los modelos de la

NGP en las instituciones a su cargo, se ha encaminado en brindar confianza a sus ciudadanos.

Según Aguilar (2007), el nombre del nuevo consenso de la OCDE, como también se le conoce a este nuevo modelo administrativo, pone especial interés en las variables costo-efectividad, salud financiera y eficiencia económica; pero sobre todo, en la calidad de los objetivos finales de la nueva administración pública, que son la legitimidad del gobierno y la consecuente gobernabilidad de las naciones, sustentadas en el consenso y respaldo ciudadano.

Se resalta nuevamente a la NGP como una perspectiva para la administración y para el logro de resultados, en relación con los diferentes problemas prácticos de la administración como: la planeación estratégica, la investigación de operaciones, la subcontratación de servicios, el financiamiento del emprendedor, administrar resultados, ISO 9001, reingeniería, entre otros.

Adicionalmente, este nuevo modelo exclama transformaciones administrativas que se planearon a modo de ordenamientos técnicos, políticos imparciales, que no consideraron en juicio la institucionalidad informal de las administraciones, la forma de relacionarse entre ellas y los conjuntos económicos y sociales. Para Crozier y Friedberg (1990), estos cambios estuvieron centrados en las estructuras organizativas, en las herramientas humanas y financieras; y en casi todos los casos, no se buscaba el cambio de las bases institucionales en las administraciones públicas.

En este escenario, es fundamental subrayar la reorganización gubernamental, la cual es una forma de ejercer la política. Esto no solo es una actividad administrativa o gerencial, reducida a un mero ejercicio técnico, como se ha pretendido establecer en Latinoamérica.

Modernización de la Gestión Pública del siglo XXI en Ecuador

En la Modernización Administrativa del Estado, la Presidencia de la República, diseñó e implementó el Sistema de Gestión y Desarrollo de Recursos Humanos, encaminado en la concepción y requerimientos de la Constitución. Mediante Resolución No. OSCIDI-2000-032, publicada en Suplemento de Registro Oficial No. 0234 del 29 de diciembre del 2000, se expidieron Políticas Públicas de Gestión y Desarrollo de Recursos Humanos, siendo una herramienta gerencial fundamental para el cambio y mejoramiento continuo de las entidades y organizaciones públicas, las cuales aprovechan las actuales alternativas de gestión organizacional, que aseguren ser eficientes, eficaces, productivos y competitivos dentro de las acciones cumplidas por la función pública.

En el Ecuador, el SECAP (2021) reporta que, al adherirse a la Carta Iberoamericana para la Calidad de Gestión Pública, sembró

un hito en el acorde trayecto, al tomar la decisión de aplicar el modelo de excelencia institucional del Estado en fundamentos.

Ecuador comenzó un largo proceso de modernización gubernamental orientado a reducir el tamaño del sector público, incrementar la eficiencia, la asistencia civil y encaminar la gestión de la administración pública hacia la obtención de resultados. Para ello se promulgaron la Ley de Modernización del Estado (Ley 50, R.O. No. 349 de 31 de diciembre de 1993), su reglamento general y la Ley de Presupuesto de 1992.

El origen de la reforma administrativa ecuatoriana es similar a la de otros países latinoamericanos, en cuanto a su enfoque y resultados. Las estructuras se definen claramente en el artículo denominado “La Reforma Administrativa en América Latina. Una revisión conceptual”; destacando de allí el punto de vista reduccionista de la reforma, la dicotomía falsa entre administración y política, el desconocimiento del sector público, el eficientísimo inmediatista, el

concebir el papel de la variabilidad de la vida humana, la participación ciudadana marginada y el enfoque modernizador administrativo.

Solidificando esfuerzos en cierto grupo de las dependencias, el Consejo Nacional de Modernización (CONAM) y la Secretaría Nacional para el Desarrollo Administrativo (SENDA), elaboraron un marco (Convenios de Reestructuración Institucional) que otorga beneficios específicos a las entidades que atravesaban por ese proceso, a cambio de concretos compromisos, existiendo así una guía de reestructuración institucional. Estos acuerdos se realizaban tanto con el Ministerio de Economía y Finanzas, como con la Contraloría General del Estado y la ex SENDA. El SIGEF permitía obtener información relativa a las asignaciones presupuestarias, así como, conocer cualquier atraso en las remisiones.

Contradictoriamente, son pocos los administradores públicos que poseen una trayectoria en gestionar el cambio, debido a

una diversidad de elementos dados por las reglas del servicio público, las consideraciones políticas y la corta permanencia de los directores institucionales; esto al combinarse hacen que una reforma verdadera parezca ajena.

Desde el año 2008, de acuerdo con la última actualización de la Constitución de Montecristi, el Ecuador adquiere una novedosa disposición organizacional y funcional. Para entender la relación entre Estado y Administración Pública, dentro de lo que abarca la modernización del Estado Ecuatoriano, se encuentra también el cumplimiento a los derechos que como ciudadanos nos corresponde, garantizados por el cumplimiento de deberes por parte del Estado.

La operatividad está cimentada en principios, políticas públicas, planificación estratégica, gestión por procesos, niveles de coordinación y sinergia, elementos esenciales para desarrollar potencialidades en el talento humano, relacionados con la demanda de

productos y servicios que presentaba la sociedad.

En la gestión pública se puede evidenciar como cada vez hay más esfuerzos por llegar al mecanismo de operación eficaz, no solo en procedimientos que involucren a temas administrativos o financieros, sino también a temas que se relacionan con la sociedad y el pueblo. Es así pues que se busca dar una imagen mejorada a los puestos más relevantes dentro de la gestión, con base en criterios como la transparencia y honestidad profesional.

Dentro de las actividades, cabe mencionar la gran importancia que le dan al tema de la neutralidad política, misma que menciona que se debe tener una cultura de abstinencia en cuanto a influencias hacia el sector público; más en concreto, con temas relacionados con la política y que meramente se enfoquen en el incremento de los niveles de eficiencia y eficacia de las actividades, así como también los programas destinados a la gestión pública.

En el contexto de la nueva gestión que el sector público quiere dar a sus actividades, surge el término “ciudadano-cliente”, dándole una definición donde el ciudadano es el destinatario privilegiado de la gestión o nuevos servicios que se pondrán en práctica. Aquí es donde surge también otra pregunta: ¿está acaso el sector público destinado a transformarse en un sector privado, donde los ciudadanos sean vistos como clientes de un negocio o empresa?; esto debido a que, con base en todos los criterios que se buscan implementar, no se hace más que glorificar la buena técnica o modelo de administración de una empresa.

La novedosa gestión pública en el Ecuador se implementó mediante un proceso de organización sobre una matriz de competencias y determinación del modelo de gestión, a través de la cual se instaura las credenciales de cada órgano en vinculación con sus obligaciones y atribuciones, con la intención de hacer más factible la coordinación.

El gobierno ecuatoriano aplica la nueva gestión pública mediante la elaboración de estrategias, políticas y planes de desarrollo enfocadas en el buen vivir, en el cual se tiene un modelo de transparencia en todas las instituciones pertenecientes al sector público, por lo cual las mismas deben transparentar su información y rendir cuentas a la ciudadanía.

Para aplicar la nueva gestión pública se incorporó en la Constitución cuatro conceptos que apoyan a la gestión pública que son:

- El servicio público enfocado en el cliente.
- Evaluar por resultados como una responsabilidad.
- Plantear la calidad del servicio público como un principio.
- La visión en gestión de los gerentes públicos.

La implementación busca que el gobierno imponga la voluntad hacia los modelos de interés compuesto, prevaleciendo el sentido doble de los intereses, oportunidades y

puntos de vista de los gobernantes y gobernados. En la nueva gestión pública establece un enfoque direccionado hacia la Atención al Cliente, que las instituciones no estén involucradas en actos de corrupción, dado que los principios de la nueva gestión administrativa es la transparencia con un Gobierno abierto a la circulación de contenido, reglas, métodos y trabajos, que permita la rendición de cuentas por parte de los servidores públicos.

La NGP debe mejorar la capacidad del gobierno, creando una mejora constante en los procesos administrativos del Estado, con el fin de resolver los problemas que presenta la sociedad de una manera óptima y segura. De la misma manera, es aplicada en departamentos técnicos y de gestión para trabajar en entidades del Estado como: ministerios, intendencias, gobiernos autónomos, embajadas, entre otros. La incorporación de principios de la NGP, permite al país implementar políticas que reflejen que los gobiernos tienen estrategias

para brindar atención y servicios de calidad, de manera eficiente a la ciudadanía.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cualitativo de carácter exploratorio a nivel descriptivo, mediante el cual se aborda un diseño de campo con apoyo documental, en las categorías: a) la Nueva Gestión Pública Ecuatoriana; y, b) calidad en la Atención al Cliente Externo. Escenario de investigación fue el SECAP en el Distrito Metropolitano de Quito, durante los periodos 2010 – 2014 y 2015 – 2019. Los informantes fueron tres directivos, y un ex directivo de la alta gerencia.

Es de nivel descriptivo debido a que narra una realidad a partir de información preexistente, sin establecer una relación de causalidad o realizar alguna inferencia sobre la población general. En la exploración documental, para la interpretación, entendimiento y descripción, se examinaron las políticas y marco normativo del SECAP, y su incidencia en el cumplimiento del mandato

constitucional y en las demás normativas de accesos a la acreditación y capacitación, dentro de la gestión. Para el desarrollo del diseño de campo, se contacta al personal de la institución, a través de visitas al establecimiento seleccionado; de esta manera se recabó la información posible, bajo la premisa de la siguiente hipótesis de investigación:

Los cambios en los mecanismos de gestión pública impulsados bajo el paradigma de la NGP han generado una nueva cultura de responsabilización por resultados, para la satisfacción del cliente externo frente a la modernización e innovación de los procesos y calidad de la atención de los servicios activos en el SECAP en el Distrito Metropolitano de Quito, periodo 2010-2014 y 2015-2019.

En cuanto a la recolección de los datos cualitativos, se utilizó la técnica de la entrevista estructurada, misma que se aplicó a los directivos y personal administrativo que tienen un conocimiento más a fondo de la gestión en SECAP. Para ello, se realizó un

guion de preguntas enfocadas a la gestión, la aplicación y las opiniones acerca de los resultados de la nueva gestión, para de esta manera conocer acerca del efecto que tuvo el nuevo modelo de gestión en el nivel de satisfacción del cliente externo.

Resultados y Discusión

Los resultados que se muestran a continuación, permiten ver los hallazgos cualitativos basados en la aplicación de la entrevista. La organización de la información fue por criterios y atributos (análisis cualitativos) de cada informante, en atención a las dos categorías de investigación. En el Cuadro 1 Categoría la Nueva Gestión Pública Ecuatoriana periodo 2010-2014; y, el Cuadro 2 el periodo 2015-2019. En el Cuadro 3, la categoría Calidad en la Atención al Cliente Externo, desde la Subcategoría; Planeación; y, en el Cuadro 4, esta misma categoría, pero desde la Subcategoría: gestión.

Cuadro 1

Categoría la Nueva Gestión Pública Ecuatoriana periodo 2010-2014

Criterio	Hallazgos
Funciones se enfocaban en el Modelo Burocrático Tradicional o en la Nueva Gestión Pública.	Se enfocaron en la Nueva Gestión Pública considerando las políticas y lineamientos gubernamentales.
Política institucional la calidad en la atención al cliente interno y externo.	Gracias a la asesoría de la JICA del Japón, se adoptaron políticas y principios institucionales orientados a la gestión de calidad, siendo el cliente interno como externo el principal objetivo.
La filosofía empresarial orientada al mejoramiento de la Nueva Gestión Pública.	Fue orientada al mejoramiento continuo de la Gestión Pública, siendo el SECAP el organismo encargado de la capacitación y profesionalización de los funcionarios públicos del país.
El desarrollo de la planificación estratégica, táctica y operativa se consideraba estrategias del sector privado.	Si se consideró con el desarrollo de mesas sectoriales.
Las TIC'S aplicadas garantizan la calidad en la atención al cliente externo.	Se proyectó al SECAP virtual y los Infocentro para la atención del cliente externo.
Cumplimiento de los ejes transversales y pilares centrales de la nueva gestión pública.	En el ejercicio de las funciones encomendadas, si se enfocó al cumplimiento de los ejes transversales y pilares centrales de la nueva gestión pública, en el marco general establecido por el Gobierno Central.

Fuente: Aplicación de Entrevista a informante Exdirector

Cuadro 2

Categoría la Nueva Gestión Pública Ecuatoriana periodo 2015-2019

Rol como director en la capacitación Profesional, está enfocado en la nueva gestión pública.

El liderar una institución que potencia las habilidades y el conocimiento de los ciudadanos, con mecanismos modernos y eficientes de capacitación, formación y certificación de competencias laborales para el sector productivo, público y grupos de atención prioritaria.

Diferencia entre el modelo burocrático tradicional y la nueva gestión pública.

Efectivamente, el modelo burocrático es rígido, inflexible, reacio al cambio, muy jerárquico, sin desconcentración. En cambio en el modelo de Nueva Gestión Pública, es precisamente flexible e innovador y dispuesto a adaptarse a los cambios del entorno, enfocado a brindar servicios de calidad y excelencia.

Aplicación la Nueva Gestión Pública NGP en las instituciones del Estado.

La Nueva Gestión Pública está enfocada en mejorar la calidad del servicio público, además de modernizar el sistema burocrático y brindar mayores beneficios a los usuarios del sector público.

Alta Dirección considera como una política institucional la calidad en la atención al cliente interno y externo.

Claro que sí, es por esta razón que se expidió el 21 de septiembre de 2020, el reglamento de la mejora continua e Innovación de Procesos y Servicios del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional – SECAP, cuyo objetivo es implementar procesos de mejoramiento continuo en la institución, siempre enfocados en mejorar nuestros servicios y la experiencia del cliente.

Fuente: Aplicación de Entrevista a informante Director Ejecutivo

Cuadro 3

Calidad en la Atención al Cliente Externo, Subcategoría: Planeación

Filosofía empresarial en la capacitación profesional orientada al mejoramiento de la nueva gestión pública.

Promueve la mejora continua de los servicios de formación, capacitación y certificación de personas por competencias laborales, con personal altamente capacitado dirigido a: cumplir con la normativa vigente en sus procesos y servicios, mejorar entornos de trabajo y fortalecer la inserción y reconversión laboral.

Desarrollo de la planificación estratégica, táctica y operativa considerando estrategias del sector privado.

Se ha planteado objetivos estratégicos para generar rentabilidad a través de uso eficiente de recursos y satisfacción de los usuarios.

¿Planeación estratégica, se relaciona con el plan del buen vivir 2013-2017?

Los objetivos estratégicos institucionales están alineados al Objetivo 5 y 7 del Plan Nacional de Desarrollo.

El planeamiento estratégico aporta al cumplimiento de la nueva gestión pública y la calidad en la atención al cliente interno y externo.

Como institución pública que contribuye al desarrollo social, productivo y económico del país, con procesos integrales que crean y fortalecen los conocimientos, habilidades y destrezas de los usuarios, a través de la formación profesional, capacitación y certificación de personas por competencias laborales.

Fuente: Aplicación de Entrevista a informante Director de Planeación

Cuadro 4
Calidad en la Atención al Cliente Externo,
Subcategoría: gestión

Cumplimiento con los ejes transversales: Gobierno Abierto, Gobierno Electrónico y Articulación Interinstitucional considerando la nueva gestión pública.	Actualmente el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP cumple con los Ejes Transversales descritos, Gobierno Abierto, Gobierno Electrónico y Articulación Interinstitucional, considerando la nueva gestión pública bajo un esquema de mejoramiento continuo de los diferentes procesos.
Valor público para el cliente externo.	Considera al conocimiento por competencias que se imparte como algo de valor, claro que puede ser considerado como tal. En el caso de público, puede considerarse como tal debido a que el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP es institución pública.
Las TIC'S aplicadas por el SECAP garantizan la calidad en la atención al cliente externo.	Implementación nuevos canales digitales apalancados en TIC'S, a fin de ampliar los canales de atención al cliente externo.
Cumplimiento de los pilares centrales de la nueva gestión pública.	Se enmarca en los pilares de la nueva gestión pública, de Política Pública, Presupuestos para Resultados, Gestión Por Procesos, Servicio Civil Meritocrático, Información Monitoreo, evaluación y conocimiento ya que estamos en permanente innovación.

Fuente: Aplicación de Entrevista a informante Subdirector Técnico

De acuerdo con las afirmaciones realizadas, se pudo notar que en el SECAP ya había un inicio de aplicación de la NGP, según lo afirmado por el directivo vigente en el periodo 2010 a 2014. Según el directivo a cargo del SECAP en el periodo de 2015 a 2019, también menciona que la NGP genera resultados más favorables que el antiguo modelo de gestión, recalando que esta era más rígida, jerárquica y poco flexible a los cambios, a pesar de que ambos tienen el objetivo de dar una buena atención al cliente interno y externo, la balanza se inclina más hacia el modelo de la nueva gestión por su flexibilidad, innovación y mejores resultados.

Otro de los aspectos más destacables en cuanto a la nueva gestión es que se tiene una ideología de mejora de la calidad en la atención y en la capacitación, con el fin de fortalecer las capacidades de los funcionarios públicos y privados del país. De igual manera, se tuvo una proyección acerca del SECAP virtual, para dar una mejor atención al cliente externo.

En cuanto al cumplimiento de los ejes transversales y a los pilares, el directivo en funciones del periodo 2010 – 2014 afirmó que se realizó de acuerdo con el cumplimiento del marco general establecido por el gobierno central; y de igual manera, para el período 2015 – 2019.

De acuerdo con ello, se promueve una mejora continua de las capacitaciones y certificaciones de las personas por las competencias laborales; permitiendo de esta manera, formar personal altamente capacitado, encaminado a cumplir con la normativa vigente de procesos y servicios, mejorando los ambientes de trabajo, la inserción y la reconversión laboral.

De esta manera se da cumplimiento a la nueva gestión pública, asegurando la satisfacción del cliente tanto interno como externo. A su vez, se apoya al desarrollo social con procesos de creación e integración de conocimientos, así como de habilidades y destrezas, a través de una formación

profesional, capacitación y certificación de personas por competencias laborales.

En referencia al cumplimiento del gobierno abierto, electrónico y articulación interinstitucional, se afirma que se han cumplido a cabalidad de acuerdo con las consideraciones de la NGP, con un enfoque en la mejora continua. De igual manera, en SECAP se genera un valor público, considerando como tal, al conocimiento por competencias que se imparten en los cursos. En relación con la aplicación de nuevas tecnologías para mejorar el sistema de atención al cliente externo en el SECAP, el Subdirector Técnico agregó que se encuentran implementando nuevos canales digitales con el propósito de dar una mayor calidad en el servicio.

Finalmente, también se menciona que durante el rol de directivos y subdirectivos del SECAP, el cumplimiento de todos los pilares centrales de la NGP es prioridad, debido a que se encuentran en un proceso de

mejoramiento e innovación constante en la atención al cliente.

Conclusión

El paradigma de la nueva gestión pública no es algo nuevo en aplicarse, sino que se ha tomado el modelo de países como Estados Unidos, Inglaterra y Nueva Zelanda, con esta nueva ideología se ha obtenido un efecto positivo en estos países en relación con la atención al cliente, debido a la necesidad de un sistema eficiente y transparente, así como dar una mayor confianza y satisfacción a los clientes, por ello es requerido en Latinoamérica también.

Con los resultados obtenidos se da respuestas a la hipótesis planteada en la investigación, esta es, la Nueva Gestión Pública Ecuatoriana con enfoque en la calidad de atención al cliente externo, en el SECAP en el Distrito Metropolitano de Quito, periodo 2010 – 2014 y 2015 – 2019, cumple de acuerdo con las Leyes y Reglamentos establecidos, permitiendo ir en la búsqueda de relación directa de la percepción generada

por la calidad en la atención al cliente externo.

En ambos periodos estudiados, el objetivo de la gestión ha sido la mejora continua y una buena atención al cliente externo. Asimismo, se concluye que el proceso de una nueva gestión ha sido constante, a pesar de que en el periodo de 2010 – 2014, predominaba la antigua gestión de ser rígido, jerárquico y reacio a cambios. Por otro lado, las opiniones acerca de la nueva gestión dan una marcada diferencia en cuanto al antiguo modelo, llamándolo así flexible, innovador y mencionando que es capaz de acoplarse a nuevos cambios; por lo tanto, el efecto que se tuvo de la implementación de una nueva gestión ha sido positivo; afirmación dada a partir de la validación de la hipótesis y las declaraciones de los funcionarios del SECAP.

La gestión pública independiente descentralizada para resolver situaciones difíciles en su respectiva área, requiere la formación de profesionales públicos capaces de enfrentar, con coherencia, los desafíos y



los transforme en oportunidades. Para ello, el Estado debe modificar las políticas proteccionistas, sustituyéndolas por medidas que induzcan a las empresas a ser competitivas en el nuevo ambiente económico social. El recurso público debe ser canalizado estratégicamente para programas en las áreas de educación, de ciencia y tecnología.

Alcanzar el nivel de calidad implica desarrollar protocolos de acción para proveer una atención satisfactoria al cliente, para generar toda una cultura empresarial, recalando que la nueva gestión pública propone trasladar esa óptica de calidad en la atención al cliente externo, al funcionamiento del Estado y las diversas instituciones que lo componen. Esta visión de atención de calidad hacia el cliente externo en la gerencia pública, tiene aún varios desafíos dentro de la institución pública en Ecuador.

Referencias

- Araya, E., y Cerpa, A. (2009). **La nueva gestión pública y las reformas en la Administración Pública Chilena**. Revista de Estudios Politécnicos, 7(11).
- Aguilar, L. (2007). **El aporte de la Política Pública y de la Nueva Gestión Pública a la gobernanza**. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 1(1), 5-32.
- Benalcázar, I., Mancheno, C., y Revelo, J. (2018). En I. d. IAEN, Memorias académicas del V Congreso Internacional de Investigación en Gestión Pública y Primer Diálogo Binacional de Gobierno y Administración Pública Colombo-Ecuador 2017 (75-90). Quito, Ecuador: Instituto de Altos Estudios Nacionales IAEN.
- Bresser-Pereira, L. C. (2007). **Estado y mercado en el nuevo desarrollismo**. Nueva Sociedad (210), 110-125.
- Corragio, J. (2017). **Miradas sobre la Economía Social y solidaria en América Latina**. Quito, Ecuador: Instituto de Altos Estudios Nacionales - IAEN
- Guerrero, O. (2001). **Nuevos Modelos de Gestión Pública**. *Revista Digital Universitaria*, 2(3), 1-8.
- Crozier, M., y Friedberg, E. (1990). **El actor y el sistema: Las restricciones de la acción colectiva**. Alianza Editorial Mexicana, 390

- Cruz, J. G. (2009). **Gerencia Pública en Colombia: haciendo énfasis en el actual gobierno.** *Entramado*, 5(2), 152-163.
- Garzón, P. (2014). **La cuestionable alianza sur: las inversiones chinas en Ecuador y en la región.** Quito: Arcoíris producción gráfica.
- Guerrero Orozco, O. (23 de Julio de 2003). **Nueva gerencia pública: ¿gobierno sin política?** *Revista Venezolana de Gerencia*, 381.
- Larrea, M. (18 de octubre de 2016) FLACSO Argentina - Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Disponible en: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/10469/10794/TFLACSO-2016CMLG.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Limbato, C. (29 de 11 de 2018) **ASIET.** Disponible en: <https://asiet.lat/actualidad/opinion/calidad-servicio-america-latina-promocion-inversiones-operadores-herramientas-usuarios/>
- Martínez, J. (2005). **Nueva Gerencia Pública: análisis comparativo de la administración estatal en México.** Convergencia. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(39), 13-49.
- Ministerio de Trabajo. (Julio de 2018). **Modelo Ecuatoriano de Calidad y Excelencia.** Disponible en: <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/MODELO-ECUATORIANO-DE-EXCELENCIA-MDT.pdf>
- Núñez, D. (2010). **Breve análisis de la Nueva Gestión Pública en Ecuador.** Quito, Ecuador. Disponible en: http://www.academia.edu/download/44187961/Nueva_Gestion_Publica_en_El_Ecuador-_Diego_Nunez.docx
- Ostrom, V. (1989). **The Intellectual Crisis in American Public Administration.** Tuscaloosa: Alabama University Press.
- Oszlak, O. (2002). **Profesionalización de la función pública en el marco de la Nueva Gestión Pública.** IV Reunión de Ministros de la Administración Pública y Reforma del Estado. Santo Domingo: CLAD/AECI/MAP/FIIAPP.
- SECAP. (04 de Febrero de 2021). **Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional.** Disponible en: <https://www.secap.gob.ec/inst/>

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA EN LA GESTIÓN TRIBUTARIA EN VENEZUELA

Alexis Rattia¹²

Resumen

La facturación electrónica en la administración Tributaria asegura una adecuada y veraz relación entre el resultado obtenido al final de un ejercicio económico y los movimientos realizados durante el mismo. El sistema de facturación electrónica ofrece mayores beneficios que la facturación clásica que es en papel, ya que mediante ella se puede conservar de manera digital y se obtiene de una manera rápida la información, siempre y cuando la persona que haya emitido la factura este cumpliendo con todos los requerimientos establecidos en la Providencia Administrativa 0071 del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT). Desde el punto visto práctico este artículo será de utilidad en la gestión tributaria de las empresas venezolanas. Para la elaboración de este artículo se realizó una revisión de textos legales relacionados con el tema como el Código Orgánico Tributario y las Providencia Administrativa 0071 y O141. Se pudo concluir que la emisión de sistema de facturación electrónica es un sistema positivo por los beneficios que proporciona a las empresa y al estado como es la supervisión por parte de este de las obligaciones tributarias generadas por las empresas, además, mejora la relación comercial e de la misma, entre otros. Se considera que la implementación de la factura electrónica, es un instrumento clave para la modernización de las

¹². Licenciado en Ciencias y Artes Militares, Culminado Licenciatura en Contaduría Pública Universidad Bicentennial de Aragua, Diplomado en Doctrina Militar, Docente de Formación Militar Administrador de Academia Técnica Militar, Jefe del Departamento de Viáticos de la Universidad Militar Bolivariana de Venezuela

administraciones tributarias para combatir el fraude, facilitar el cumplimiento tributario.

Palabras clave: Facturación electrónica, gestión tributaria.

ELECTRONIC INVOICING IN TAX MANAGEMENT IN VENEZUELA

Abstract

Electronic invoicing in the Tax administration ensures an adequate and truthful relationship between the result obtained at the end of a financial year and the movements made during it. The electronic invoicing system offers greater benefits than the classic invoicing that is on paper, since through it it can be kept digitally and the information is obtained quickly, as long as the person who has issued the invoice is complying with all the requirements established in Administrative Ruling 0071 of the Integrated National Service of Customs and Tax Administration (SENIAT). From a practical point of view, this article will be useful in the tax management of Venezuelan companies. For the preparation of this article, a review was carried out of legal texts related to the subject such as the Organic Tax Code and Administrative Ruling 0071 and O141. It was concluded that the issuance of an electronic invoicing system is a positive system due to the benefits it provides to companies and the state, such as supervision by this of the tax obligations generated by the companies, in addition, improves the commercial relationship and the same, among others. It is considered that the implementation of electronic invoicing is a key instrument for the modernization of tax administrations to combat fraud and facilitate tax compliance.

Keywords: Electronic invoicing, tax management.

Introducción

Actualmente la situación social, económica y cultural en Venezuela ha evolucionado y la factura electrónica aparece como uno de los agentes de cambio más destacados en el desarrollo económico. La factura electrónica según Barraza (2009), “es la versión electrónica de las facturas tradicionales en soporte papel y debe ser funcional y legalmente equivalente a estas últimas” (p.65). Por su propia naturaleza, las facturas electrónicas pueden almacenarse, gestionarse e intercambiarse por medios electrónicos o digitales.

Es bueno, aclarar, que para que la factura electrónica tenga validez debe llevar una firma electrónica, que le da validez legal permitiendo eliminar la factura en papel, ya que una factura es el justificativo fiscal de la entrega de un producto o de la provisión de un servicio, que afecta al emisor (vendedor) y al receptor (comprador). Por lo tanto, la factura electrónica es el equivalente digital y evolución lógica de la tradicional (factura en

papel). A diferencia de esta, se emplean soportes informáticos para su almacenamiento en lugar de un soporte físico como es el papel. Cabe destacar, que la providencia N° 0071 SENIAT señala que la facturación electrónica impuesta por la Administración Tributaria, debe asegurar una adecuada y veraz relación entre el resultado obtenido al final de un ejercicio económico y los movimientos realizados durante el mismo

Revisión Literaria**Facturación Electrónica**

De acuerdo con la página Web del SENIAT, la Factura “es un documento que el vendedor entrega al comprador, que certifica que ha realizado una compra por el importe reflejado en el documento”. Este recoge la identificación de las partes, la clase y cantidad de la mercancía vendida o servicio prestado, el número y fecha de emisión, el precio unitario y el total, los gastos que por diversos conceptos deban abonarse al comprador y, en su caso, las cantidades correspondientes a los impuestos que la

operación pueda devengar.

Por su parte, Moya, E. (2006) señala que la facturación electrónica es “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 seguridad no observadas en la factura en papel” (p.76). Por lo tanto, la factura electrónica como el documento tributario en formato electrónico generado mediante el empleo de TIC, que reemplaza al documento físico en papel y que incluye una firma digital para otorgarle condiciones de seguridad.

Diferencias entre una factura en papel y una factura electrónica.

Al respecto, Jiménez (2009), opina que:

Desde el punto de vista fiscal, ambas facturas tienen los mismos efectos y alcances, sin embargo, las facturas electrónicas cuentan con mayores elementos de

seguridad, al hacer uso de la firma electrónica, lo cual permite emitir un documento confiable. Versatilidad, ya que a diferencia de las facturas en papel, las facturas electrónicas son creadas, enviadas, validadas y almacenadas por medios electrónicos. Se pueden imprimir en caso de que así se requiera, sin necesidad de cargar con papeles innecesarios que dificultan el cumplimiento de las obligaciones tributarias. (p.86).

En general, se puede decir que la factura electrónica conserva la misma propiedad de la factura convencional impresa, al poseer los datos de los contribuyentes y la descripción de la operación realizada, la diferencia es en la forma de controlar que debe tener el estado.

Propósito de la Factura Electrónica

Al respecto, Jiménez A. (2009), señala que el propósito de la Factura Electrónica “es otorgar validez tributaria a operaciones comerciales efectuadas mediante documentos generados electrónicamente, con una importante

economía de recursos respecto de los que son emitidos físicamente en papel. (p.99).

Ventajas de la factura electrónica

La factura electrónica, tiene una mejor comodidad financiera de los negocios. Por lo tanto, la adopción de la factura electrónica, la ventaja va desde lo económico hasta lo ecológico, considerándose entre las más importantes la reducción del tiempo y el ahorro en costos. Igualmente, se puede decir, comodidad en cuanto espacios físicos se evitaría, gastar en estantes, cerraduras, mesas y otros artículos. Otro beneficio, es que la facturación electrónica permite cumplir con las reglas establecidas por el SENIAT en la emisión de comprobantes de pago, así como la fiscalización posterior que esta entidad pueda efectuar al interior de las empresas.

El principal beneficio de la facturación electrónica será el reemplazo de la factura en papel, lo cual permitirá el ahorro de costos tanto del lado del emisor como del receptor, ya que no se tendrá que imprimir facturas

físicas, pues estas serán elaboradas por medios electrónicos; de igual modo, al ser enviadas por canales electrónicos se podrá ahorrar en gastos de mensajería. Otra de las ventajas que ofrece la facturación electrónica, es la reducción de los tiempos de gestión, haciendo que los procesos administrativos sean más rápidos y eficientes, y esto debido a la rapidez en que un documento electrónico es enviado y recepcionado por medios telemáticos, permitiendo la disponibilidad inmediata de los datos necesarios y la obtención de información en tiempo real, permitiendo acelerar los procesos de cobranza con la consiguiente obtención de liquidez para la empresa.

En cuanto, al tema de la fiscalización tributaria, los beneficios se muestran tanto para el sector empresarial como para la administración tributaria, al ser esta última quien valida en línea a la factura electrónica, por lo que no es necesario tener que recurrir a un proceso posterior para su validación. Asimismo, Pino C. (2019) señala que:

La administración tributaria se beneficia del registro electrónico para el control fiscal y combatir la evasión tributaria, pudiendo realizar verificaciones y cruces de información de manera automatizada entre los comprobantes de pago electrónicos y los usuarios que emitan y reciban dichas facturas.(p.65).

Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación se llevo a cabo una revisión de diferentes fuentes de información, tales como trabajos de investigación, leyes, libros, monografías y otros materiales informativos.

Resultados

La facturación electrónica es un sistema que nace por la necesidad de innovar y crear procesos adecuados que permitan eficacia y control de los registros, los mismos que crean beneficio al contribuyente y principalmente al Estado ya que a través de la Administración tributaria se tendría un acceso rápido, y oportuno que permite validar los montos declarados por el contribuyente en estudio de

impuestos y verificar información valiosa, optimizando así el tiempo y recursos; fomentando una base de confianza que garanticen la recaudación y controle la evasión tributaria

Tabla 1: Hallazgos sobre facturación electrónica.

AUTOR	AÑO	TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO	HALLAZGOS
Pazmiño	2019	Análisis de la Implementación de Facturación Electrónica en el Ecuador.	La factura electrónica es una solución innovadora que permite integrar los procesos internos de un negocio o empresa. logrando reducir los costos operativos e incrementando la productividad de una compañía, así como el fortalecimiento de los procesos de control tributario para reducir las brechas de evasión fiscal	La factura electrónica, demuestra su autenticidad y fiabilidades en los procesos tributarios.
Burrofato	2020	Factores que limitan el uso de la factura electrónica por la micro y pequeña empresa del Distrito Girardot,	El factor tecnológico muestra mayor coeficiente de regresión logística, por tanto contribuye con mayor limitación al uso de la factura electrónica.	Factor predominante que limita el uso de la factura electrónica, es el factor tecnológico
Pino	2020	Valor probatorio de la factura electrónica en las transacciones mercantiles venezolanas	En el ámbito mercantil, la factura electrónica tiene completo valor probatorio, siendo la única condicional el determinar su autenticidad y fiabilidad, la cual puede ser demostrada a través de su visualización o impresión	La factura electrónica es un instrumento mercantil de idéntica naturaleza que la factura tradicional, lo que cambia es la manera de hacerla.

Fuente: El Autor (2023)

Discusión

La factura electrónica según Barraza. (2009), “es una factura, en formato digital,

que cumple, en todas las situaciones y ante todos los actores, con los mismos propósitos que una factura en papel, tanto para sus emisores y receptores, como para terceros interesados.” (p.82).

La implementación de la factura electrónica en la administración tributaria 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 este sentido, Jiménez (2009), señala que la implementación del sistema de facturación electrónica se necesita (2) dos requisitos básicos: La Administración Tributaria debe tener un desempeño adecuado en sus funciones básicas (registro, cobranza y auditoría) y el país debe contar con adecuada infraestructura de telecomunicaciones.

Pero en forma general la implementación del sistema de la factura electrónica trae ventajas y oportunidades

para los contribuyentes mejorando el ambiente de negocios no solo en el cumplimiento tributario sino también en la eliminación de las engorrosas limitaciones físicas del papel y a la posibilidad de encadenar y automatizar procesos.

Conclusión

Durante todo el desarrollo de la investigación se planteó aspectos relacionados con el la facturación electrónica en la gestión tributaria en Venezuela. En este sentido, el autor del artículo determina que la factura electrónica es un formato digital que cumple con los mismos propósitos legales, comerciales y tributarios de una factura en papel. Una de sus grandes ventajas para los negocios está en la eliminación del papel, lo que representa un ahorro para el emisor de la factura y también permite que los documentos de facturación puedan ser emitidos, almacenados, transmitidos y recibidos por medios electrónicos.

Además, considera que las Administraciones Tributarias tienen mayor

control de la emisión de los documentos lo que facilita no sólo la función de control, sino las de verificación y fiscalización, entre otras. Otro punto considerado es que la facturación electrónica es un sistema que nace por la necesidad de innovar y crear procesos adecuados que permitan eficacia y control de los registros, los mismos que crean beneficio al contribuyente y al Estado, ya que a través de la Administración tributaria se tendría un acceso rápido, y oportuno que permite validar los montos declarados por el contribuyente.

También se puede concluir que para la Administración Tributaria la factura electrónica es un documento fundamental para el control de los tributos ya que los datos proporcionados en una factura electrónica faculta al ente regulador tener disposición sobre la información detallada, de manera que puede anticiparse al análisis de las operaciones del contribuyente, identificándolas y validándolas; con el fin de verificar y determinar si el contribuyente ha cumplido de manera oportuna con sus

obligaciones fiscales y si existiere irregularidades focalizadas hacia la evasión tributaria.

Cabe destacar, que para los contribuyentes la implementación de la factura electrónica proporciona múltiples beneficios dependiendo de su actividad y del volumen de sus operaciones. El presente artículo tiene como finalidad aportar a las empresas información y darle conocer que al emitir comprobantes electrónicos pueden proyectar una imagen corporativa de mayor escala considerándola como moderna, avanzada tecnológicamente y con un servicio al cliente donde se ve reflejada la eficiencia debido a la precisión de la información.

Referencias

Alonso, M. (2003). **La investigación cualitativa, características, métodos y técnicas fundamentales.** La Habana: Universidad de La Habana.

Barraza, F. (2009). **La Factura Electrónica como instrumento de control de las obligaciones tributarias de los contribuyentes en América Latina.**

Código Orgánico Tributario (2014). Caracas. Imprenta Nacional.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), **El proceso de la Investigación Científica “Fundamentos de Investigación”**, México Editorial Limusa

Jiménez, A. (2009). **Lecciones de derecho tributario.** Editorial Thomson, México. II Edición.

Martínez, M. (2001) **Como hacer un buen proyecto de tesis con metodología cualitativa.**

Moya, E. (2006). **Elementos de Finanzas Públicas y Derecho Tributario.** Caracas: Mobilibros.

Pazmiño, R. (2018). **Análisis de la Implementación de Facturación Electrónica en el Ecuador.** Presentado en la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

Pino, C. (2019) **“Valor probatorio de la factura electrónica en las transacciones mercantiles venezolanas.**

Providencia Administrativa Nro. 0071 del SENIAT, publicada en la Gaceta Oficial N° 39.795 del 08-11-2011.

Providencia Administrativa Nro. SNAT-2018. Gaceta Oficial N° 41.518.